

# REDUINIQ<sup>®</sup>

Enhanced  
Payment Experience

# RETURN ON IDEAS

## REDUINIQ<sup>®</sup> INSIGHTS

Retail | Antes, Durante e Depois do Confinamento  
19 de maio 2020



Empowered by  
**UNICRE**

## Introdução

# REDUNIQ® INSIGHTS

O **REDUNIQ Insights**, que resulta da parceria entre a REDUNIQ e a Return on Ideas, é uma solução de conhecimento que pretende disponibilizar análises de valor acrescentado aos seus clientes, com base em informação sobre a actividade do retalho nacional, suportando empresas na geração de insights e na tomada de decisões de desenvolvimento dos seus negócios.

A **REDUNIQ**, a maior rede de aceitação de cartões nacionais e estrangeiros em Portugal (tendo transacionado 20 mil milhões de euros em compras em 2019, num total de 539 milhões de transações) dispõe de informação detalhada sobre os perfis de consumo realizados em estabelecimentos servidos pela sua rede.

A **Return on Ideas** é uma empresa de estratégia e consumer knowledge que, alavancando o seu **Projecto C-Lab**, fundado em 2009, se afirma como conhecedora e intérprete diferenciada do comportamento dos consumidores portugueses e da evolução dos diferentes mercados de retalho em Portugal.

Durante o próximo mês, com recorrência semanal, o **REDUNIQ Insights** disponibilizará um conjunto de análises sobre a dinâmica de evolução de diferentes setores de atividade ao longo do período de confinamento e do(s) processo(s) de desconfinamento e de reabertura da actividade económica. Pretendemos contribuir para uma melhor compreensão das dinâmicas de recuperação do ecossistema de retalho português

## Agenda

1. EVOLUÇÃO DA PERFORMANCE DO RETALHO
2. ANÁLISES SETORIAIS
3. ZOOM IN A “REABERTURAS”  
(DE DIFERENTES SETORES)

Tendo como ponto de partida uma detalhada compreensão da performance do retalho português ao longo dos 2 meses de Estados de Emergência, este novo Relatório REDUNIQ INSIGHTS analisa a realidade do Retalho em Portugal após a 2ª semana da 1ª Fase de Desconfinamento.

Terminada a 1ª Fase de Desconfinamento, com quinze dias de histórico da reabertura de múltiplas actividades (cabeleireiros, lojas com menos de 200m2 com porta para a rua, livrarias, ...), os dados já permitem tirar conclusões, ainda que preliminares, sobre o forma como os consumidores se estão a comportar à luz das novas regras que pautam o seu quotidiano (uma espécie de “novo contrato a prazo” de relação com a normalidade possível)

Será, agora, fundamental avaliar o impacto que a entrada na 2ª Fase de Desconfinamento, iniciada no passado dia 18 de maio (e que, entre outros factos, pautou a reabertura de cafés e restaurantes, das creches, e o retomar de aulas presenciais para alunos do 11º e 12º do secundário) terá no evoluir das tendências ora percebidas.

Acreditamos que o 1º mês de economia reaberta nos permitirá, com mais propriedade, projectar evoluções futuras, reflectir sobre novos baselines de facturação que diferentes actividades possam esperar nestes meses decisivos que nos levam até ao Verão.

## Evolução da Performance do Retalho

Faturação | Número de Transações | Ticket Médio | Pontos de Venda Ativos

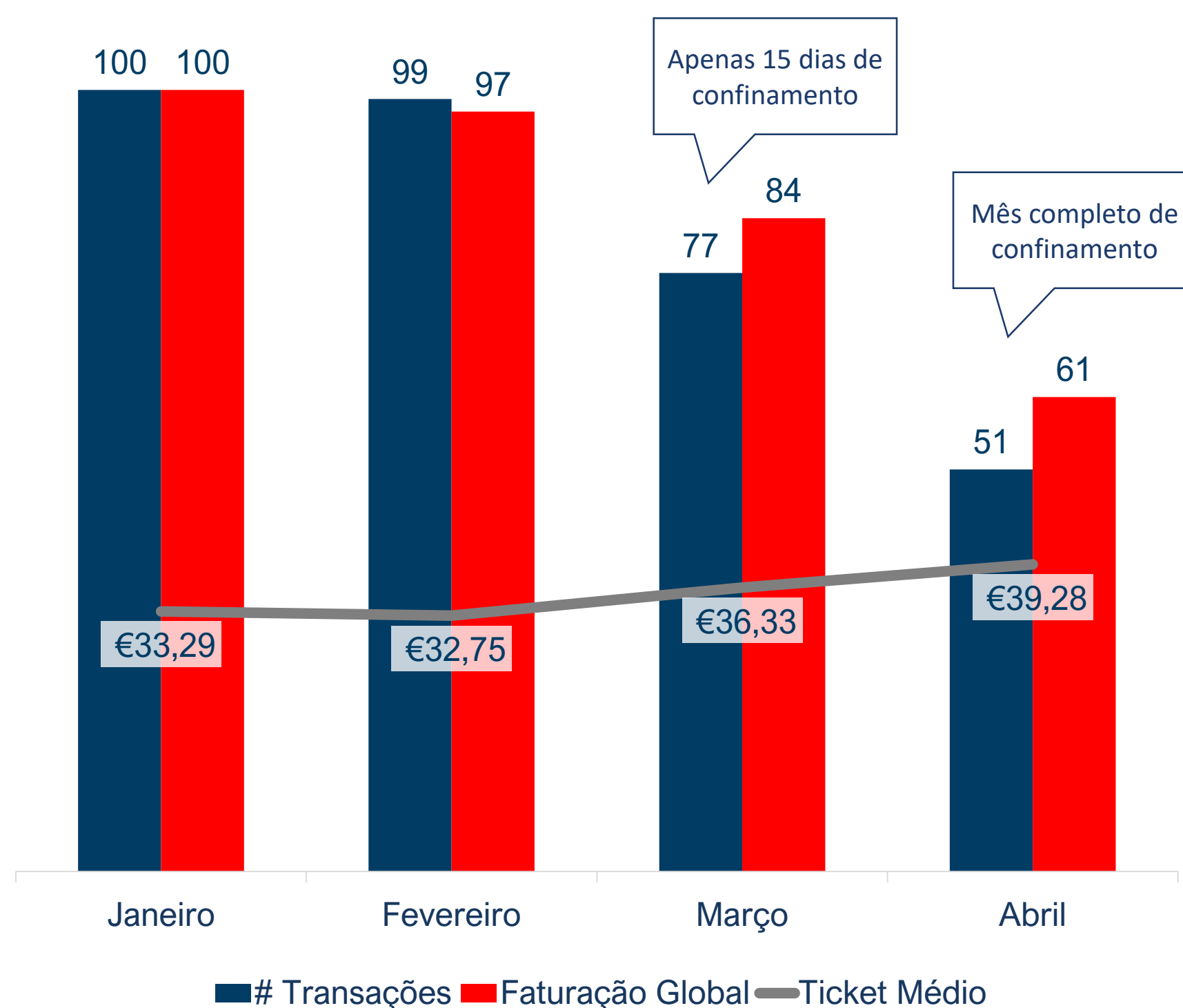


# Evolução da Faturação (Total Portugal)

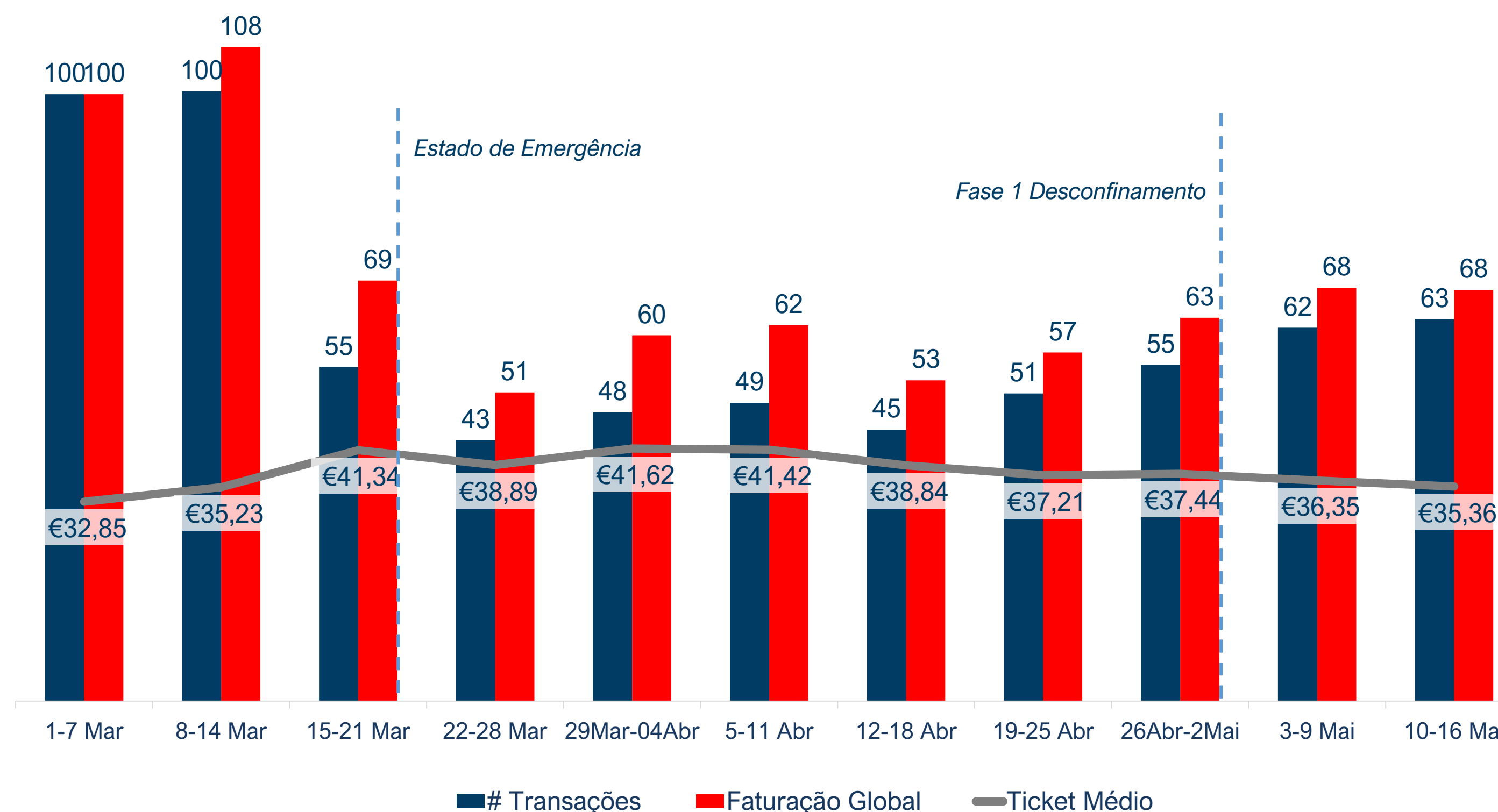
## 1. Evolução da Performance do Retalho

Análise base 100

Análise Mensal 2020



Análise Semanal Mar2020 - Presente



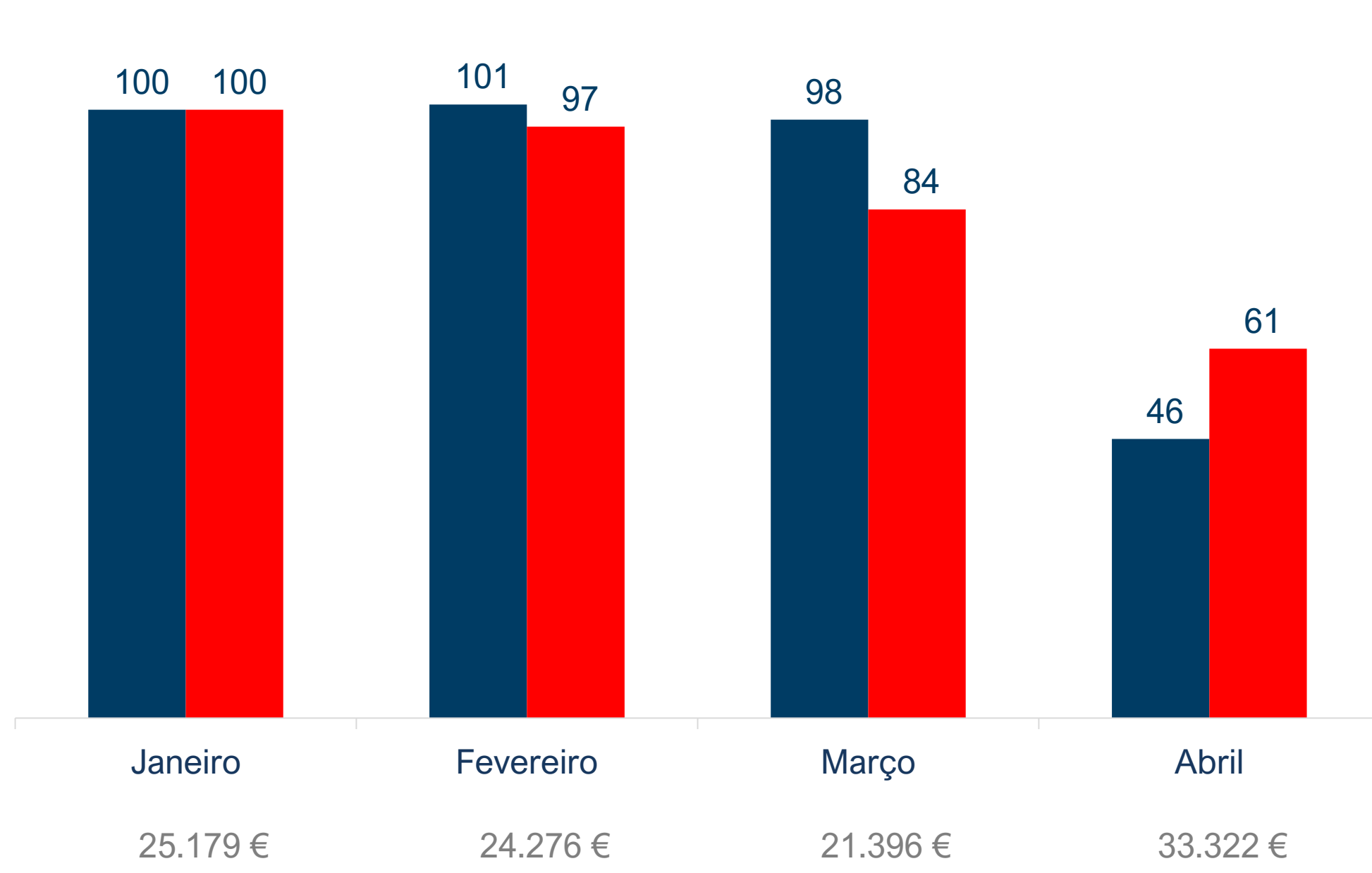
- ✓ Nível mínimo de facturação situado em valores próximos de 50% dos valores observados na 1ª semana de março (assumida como momento de referência em base 100)
- ✓ Quebras de 33% nas transações e 27% na faturação no mês de abril, face a março (abril mês completo de confinamento vs. março com apenas 15 dias de confinamento **Estado de Emergência**).
- ✓ Observa-se uma paulatina recuperação desde meados de abril, com um ligeiro acelerar do crescimento na 1ª semana de desconfinamento (tendência que não se manteve na 2ª semana da nova fase que se viveu)

# Evolução da Faturação & Pontos de Venda “Ativos” (Total Portugal)

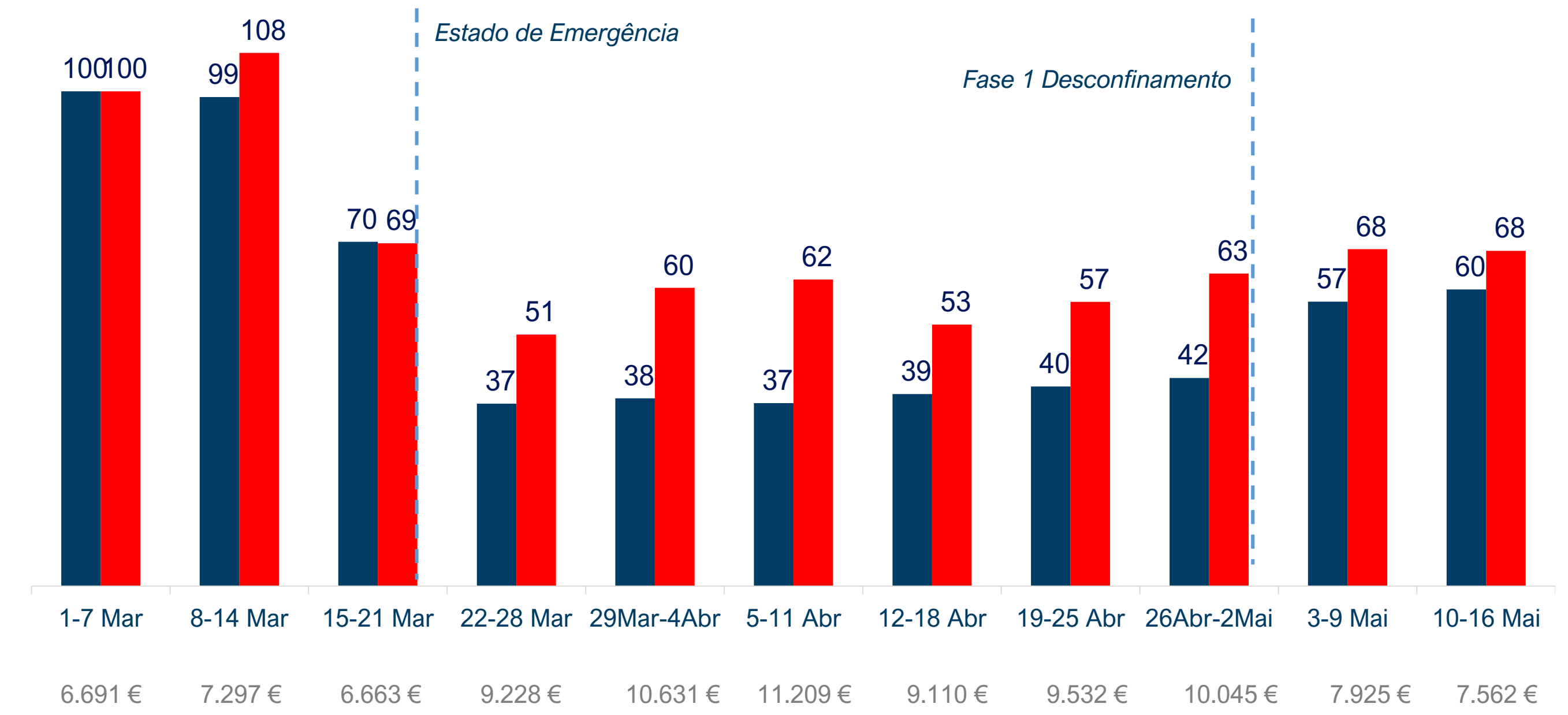
## 1. Evolução da Performance do Retalho

Análise base 100

Análise Mensal 2020



Análise Semanal Mar2020 - Presente



■ # Pontos de Venda Ativos

■ Faturação Global

■ # Pontos de Venda Ativos

■ Faturação Global

- ✓ Queda de 62p.p. (pontos percentuais) no número de pontos de venda a faturar (ativos) na semana de 8-14 de março para 22-28 de março (pós Estado de Emergência). Após estas datas observou-se uma estabilização ao longo de todo o Estado de Emergência em níveis 40% abaixo da capacidade instalada observada no arranque de março
- ✓ Com a entrada na 1ª Fase de Desconfinamento, e com a possibilidade de reabertura de alguns sectores, o número de pontos de venda ativos no sistema cresceu de forma substantiva, recuperando quase 20% face ao ponto de partida (reabertura de 10.000 pontos de venda no sistema REDUNIQ (aumento de 37% face à semana de 26 de abril)

## Comentários & Análise

### Faturação Global

Depois de um aumento de 8% na semana de 8 de março, na qual o tema da pandemia se adensou, a faturação evidenciou uma forte quebra nas semanas imediatamente antes e após o decretar do 1º Estado de Emergência, para níveis de 50% dos observados no arranque de março de 2020.

O mês de abril terminou com quebras de 49% de transações e 39% na faturação face a março.

A partir de meados do Estado de Emergência observou-se uma paulatina recuperação da transacionalidade e da faturação, com algum **reforço da tendência na 1ª semana de maio** (após a entrada na 1ª Fase de Desconfinamento) que não se manteve na 2ª semana de reabertura.

No final do período de análise temos níveis de faturação equivalentes aos existentes na semana antes do início do confinamento (**68% do pré-COVID**).

As fortes **quebras na faturação** observada no decurso do Estado de Emergência / Confinamento são explicadas pela conjugação de (i) uma radical redução no número de transações (que chegou a cair aproximadamente 60% face aos valores pré-COVID) com (ii) um importante **aumento do ticket médio**.

Estes números contam a história de consumidores, que forçados ao confinamento, foram muito **menos vezes às compras mas gastaram mais por cada ida**.

O aumento do ticket médio (que chegou a ser de 25% face aos 32,9€ na 1ª semana de março) é reflexo de consumidores que, no arranque do Estado de Emergência, criaram stocks de bens alimentares e investiram na infraestruturização das suas casas (que passaram a ser espaços de teletrabalho, de ensino remoto, e de entretenimento *in-home*).

Também a **evolução do número de pontos de venda ativos** (aqueles que faturaram durante os períodos em análise) evidenciou uma brutal quebra / paragem do ecossistema de retalho.

Da semana de 8-14 de março para 22-28 de março assistimos a uma **queda de 63% no número de pontos de venda a faturar face ao ponto de partida pré- Estado de Emergência**.

A 1ª Fase de Desconfinamento marca um importante fenómeno de reabertura de pontos de venda (aproximadamente 11.200 na REDUNIQ), um crescimento de 40% face à última semana de abril.

O fim do confinamento ditou um natural acelerar da tendência de recuperação dos níveis de faturação.



## Comentários & Análise

### Zoom in 1ª Fase de Desconfinamento

Após uma 1ª semana de desconfinamento (3 a 9 de maio) em que se observou a continuação de uma tendência de recuperação dos níveis de facturação que já se verificava desde meados de abril, a **2ª semana é pautada por um estagnar desse crescimento** (fenómeno observado na generalidade das categorias).

Globalmente observou-se um ligeiro aumento no número de transações, mas esse efeito foi diluído por um ajustar em baixa do ticket médio (que já voltou para níveis equivalentes aos do pré Estado de Emergência).

Há um curioso equiparar dos números observados na semana imediatamente anterior ao decretar o 1º Estado de Emergência (3ª de março) e os números que pautam as 2 primeiras semanas de reabertura – **uma espécie de efeito espelho entre a entrada e a saída no Confinamento.**

Uma análise sectorial ajuda a explicar esta tendência podendo ser sinalizadora do que os próximos tempos nos reservam – **um recuperar muito lento da actividade económica do Retalho, nas categorias mais impactadas pela Crise do COVID.**

Os sectores que “sobreviveram”, em particular o Retalho Alimentar Moderno<sup>1</sup> e Tradicional, estão, já, a estabilizar em níveis pré-COVID, consequência de um retomar dos naturais comportamentos de consumo alimentar (depois de uma fase de acelerada criação de stocks e outra de redefinição extrema de consumos in-home).

No conjunto dos sectores analisados, há apenas dois, a **Saúde e as Papelarias, que na semana de 10-16 de maio mantém a tendência de crescimento observada na 1ª semana de desconfinamento.**

Nos demais sectores, a 2ª semana foi de estagnação.

Um zoom in à realidade dos **Cabeleireiros** pode ajudar a melhor compreender um **efeito de “aceleração seguido de estabilização e até retração”** que, acreditamos, poderá vir a caracterizar o desconfinamento e a e reabertura de outras actividades.

- Num primeiro momento, imediatamente após a possibilidade de “acesso”, há uma procura que visa satisfazer um amplo fluxo de necessidades acumuladas”, por parte de segmentos significativos da população (o mesmo efeito foi verificado na 1ª semana de desconfinamento na Moda, nas Farmácias e até no Estado).
- Num segundo momento, os níveis de procura normalizam e os perfis de consumo passam a estar enquadrados em quotidianos que, de alguma forma, retomam à normalidade! Progressivamente para muitos consumidores o fim do teletrabalho, ou o retomar das suas actividades profissionais, ditará que o *share of time* das “compras e consumos” se reduza
- Num terceiro momento, a procura, mais agregada em momentos temporais específicos (p.e. fins de semana), poderá ser deprimida por incapacidade de acesso a pontos de venda, limitados na sua capacidade de resposta.

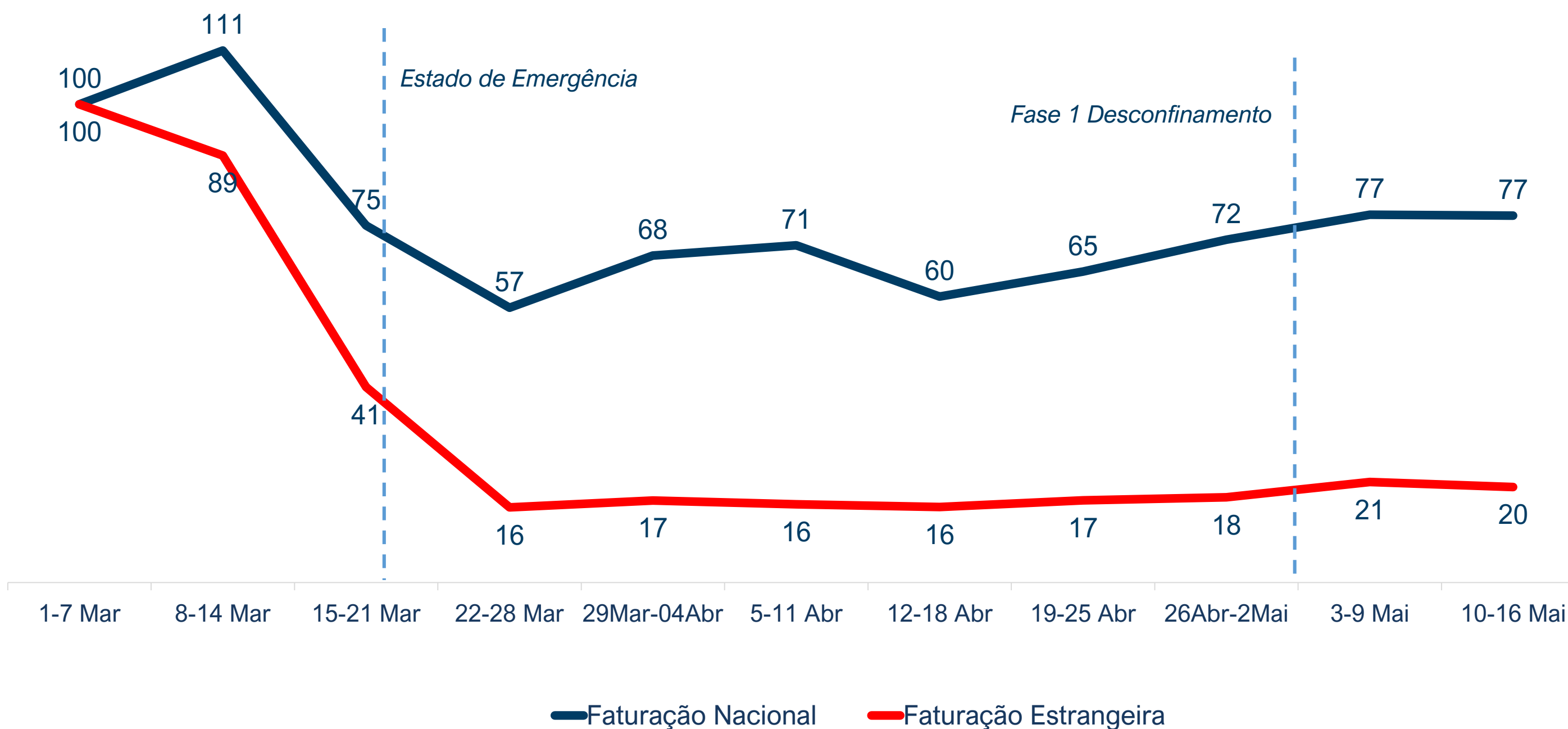
# Evolução da Faturação por Nacionalidade

## 1. Evolução da Performance do Retalho

Análise base 100

### Evolução da Faturação por Nacionalidades (Total Portugal)

Análise Semanal Mar2020 - Presente



Uma parte importante da quebra de facturação no sistema é explicada pelo total colapso do turismo em Portugal **(que representou 20% do total de facturação ao longo de 2019 – 15,6% nos 3 primeiros meses)**

Durante o período de análise, após o decretar do 1º Estado de Emergência, o consumo por cartões estrangeiros desapareceu de forma quase integral (uma queda de cerca de 85% do valor base de comparação), tendência que reflete, sobretudo, uma radical quebra no turismo. O fim do desconfinamento ditou uma muitíssima ligeira recuperação.

Ao expurgar-se o efeito do consumo de cartões estrangeiros, que em distritos como Lisboa, Porto, Faro, Madeira é particularmente expressivo, constata-se que a quebra do consumo dos portugueses é, naturalmente, menos acentuada do que a revelada pelos números globais.

Durante as semanas de confinamento, a faturação de portugueses esteve abaixo dos 60% (do período pré-COVID) apenas momentaneamente, tendo recuperado progressivamente para valores que já passam os 70% (em base 100)



# Evolução da Performance do Retalho

Análise por Distritos

REDUNIQ<sup>®</sup>  
INSIGHTS

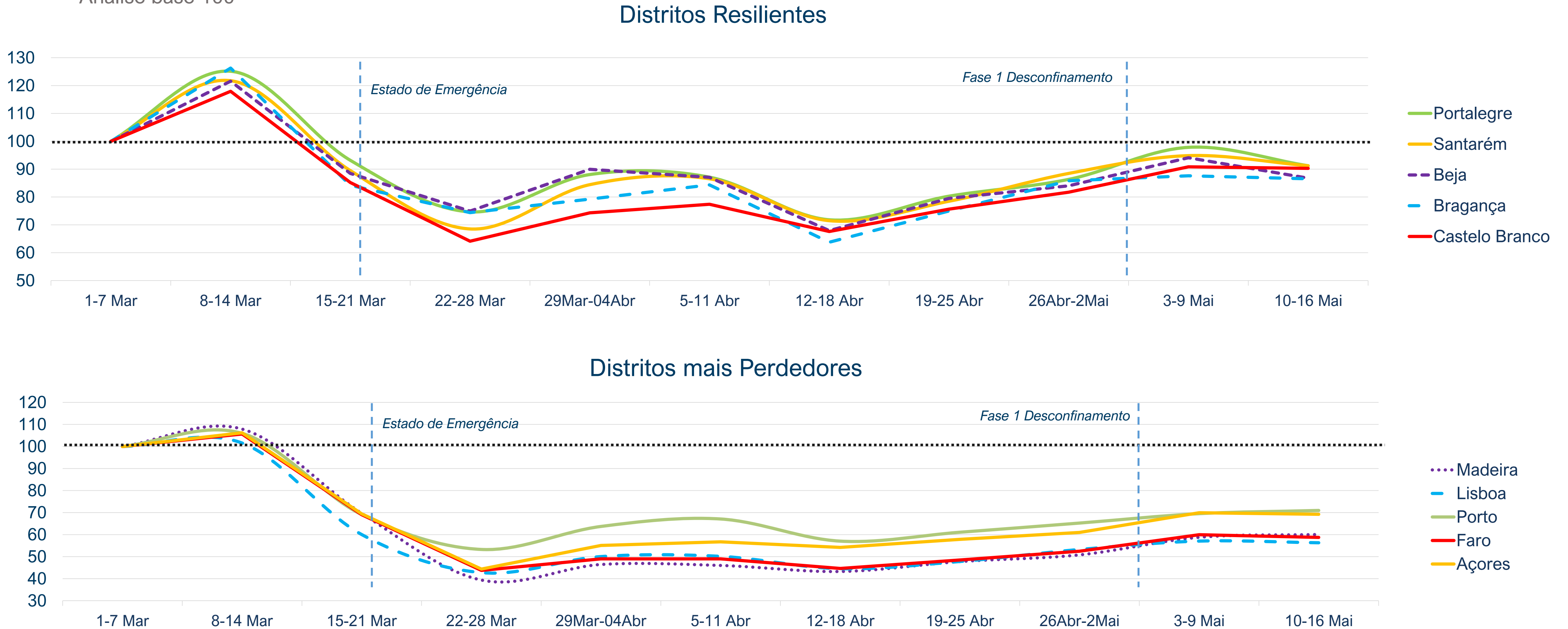
RETURN  
ON IDEAS



# Análise Comparativa da Performance dos Distritos (Faturação)

## 1. Evolução da Performance do Retalho

Análise base 100



✓ É visível que na semana de 29 de março a 4 de abril (duas semanas após o primeiro estado de emergência), se verificou, pela primeira vez, um crescimento da faturação em todos os distritos, em média 20% superior face à semana anterior. Atualmente temos a maioria dos distritos com uma atividade correspondente a valores de 70% a 80% dos observados no arranque de março

## Comentários & Análise

### Performance por Distritos

A macro tendência evidenciada pelos números agregados é observada de forma similar nos diferentes distritos.

Não obstante, em termos de valores absolutos, há marcantes diferenças entre regiões. Poderíamos organizar os distritos em 4 grupos diferenciados:

- Distritos de menor dimensão, sobretudo “interiores”, como Beja, Bragança, Castelo Branco, Portalegre ou Santarém
- Distritos de média dimensão como Aveiro, Braga, Coimbra ou Setúbal
- Distritos de grande dimensão, como Lisboa e Porto
- Distritos “Turísticos” como Lisboa, Faro ou Madeira

Os primeiros deram mostras de uma **relativa resiliência durante o Estado de Emergência** (mantendo a facturação em níveis de 80% face ao ponto de partida), e de uma sustentada capacidade de recuperação para níveis de facturação pré-COVID (atingindo já valores próximos de 90 em análise de base 100).

Esta realidade, pode ser explicada, por um lado, (i) pelo facto de serem regiões com importante peso de “emprego público” (menos impactado pela Crise Económica), por outro (ii) por terem sistemas de mobilidade mais flexíveis e, finalmente, (iii) porque tendo sistemas de retalho maioritariamente alicerçados em grandes players de retalho moderno (retalho alimentar, tecnologia e eletrodomésticos, bricolage ou mesmo combustíveis) a rápida recuperação destes acelera a performance global.

No polo oposto temos distritos como **Lisboa, Madeira, ou Faro** que tendo observado quedas de 60%, ainda pouca capacidade de recuperação evidenciaram. Estes números são o **reflexo do colapso do turismo**, importante contribuidor líquido para os sistemas de retalho destes distritos (peso do Turismo no arranque de março: Faro 39%, Madeira 36% e Lisboa 19%).

Numa outra perspectiva, as diferenças entre os maiores distritos como Lisboa e Porto, Braga e Aveiro e a generalidade dos distritos de menor dimensão, podem ser explicadas pela **disparidade das “crises de redução de rendimentos”<sup>1</sup>** que neles se vivem.

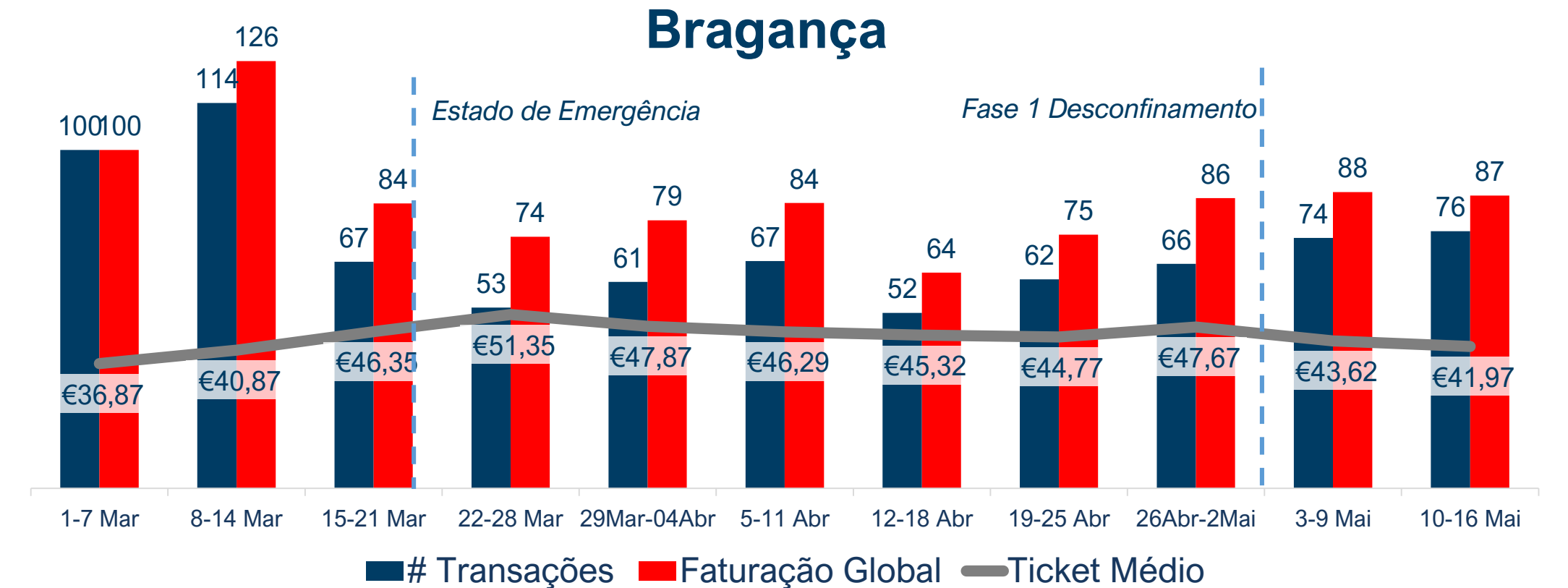
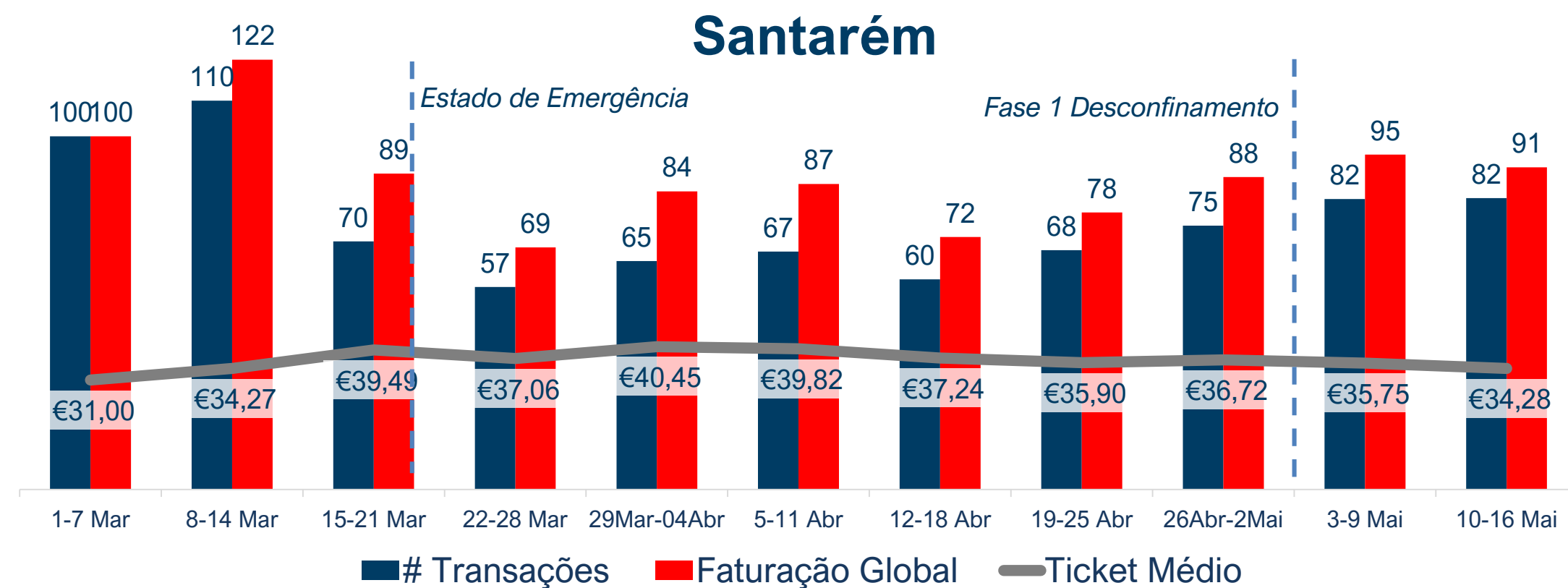
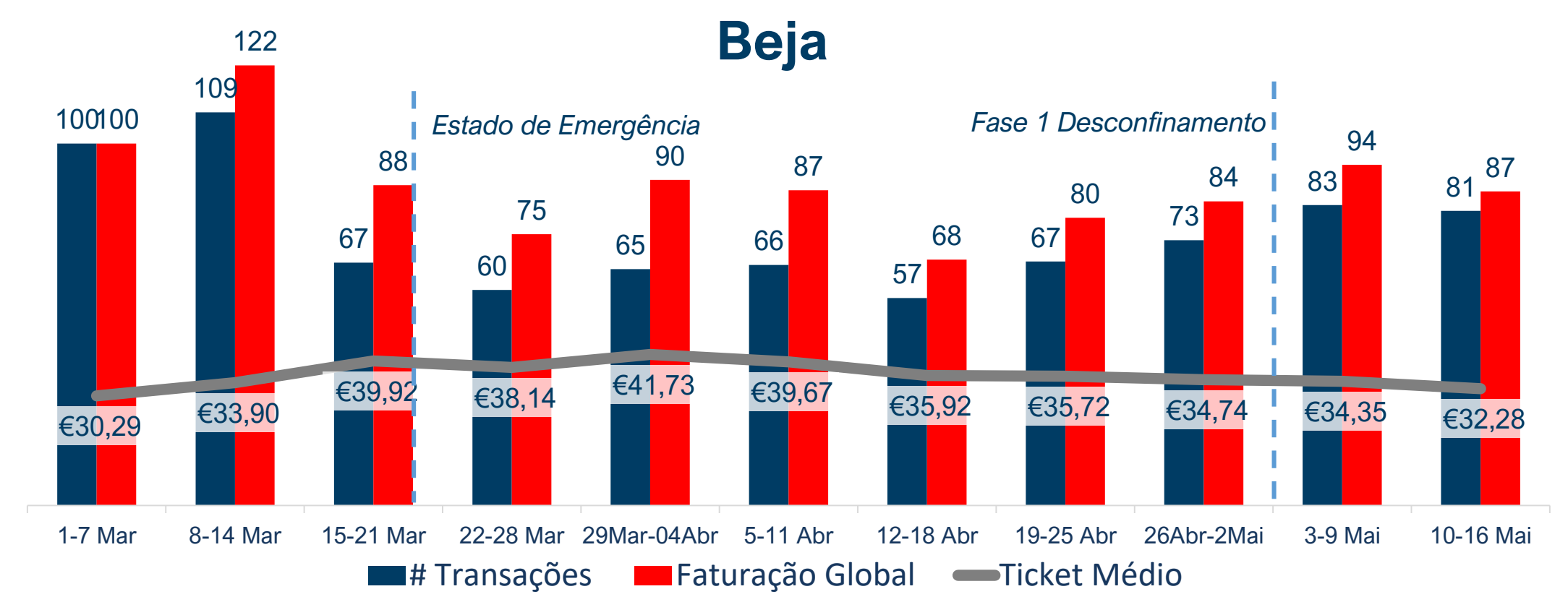
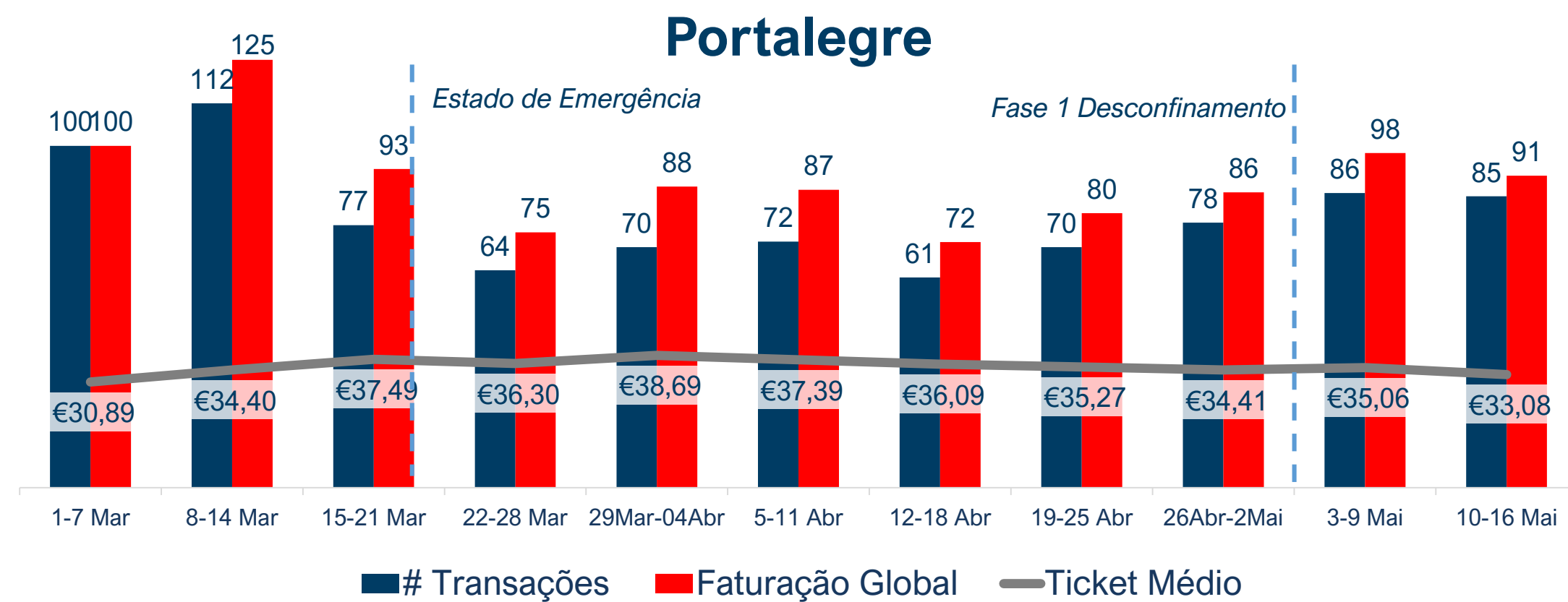
1 - Em linha com o que se observou na Crise de 2009, distritos onde o peso do “emprego público é maior” são mais resilientes aos efeitos de perdas de rendimento, perdas essas que se extremam em distritos onde os perfis de especialização das actividades mais determinam desemprego e layoffs (indústria, restauração e hotelaria)

# Evolução da Faturação por Distritos

## 1. Evolução da Performance do Retalho | Análise semanal Mar2020 - Presente

Análise base 100

### OS RESILIENTES



- ✓ Nestes distritos, as quedas no número de transações apenas caíram, pontualmente, mais de 40% face à base, percentagem que foi apenas de 30% no caso da faturação, numa dinâmica de queda ténue
- ✓ No final do período, após 2 semanas de desconfinamentos, nestes distritos, já se recuperou para níveis próximos dos 90% - uma quase total recuperação das perdas experimentadas

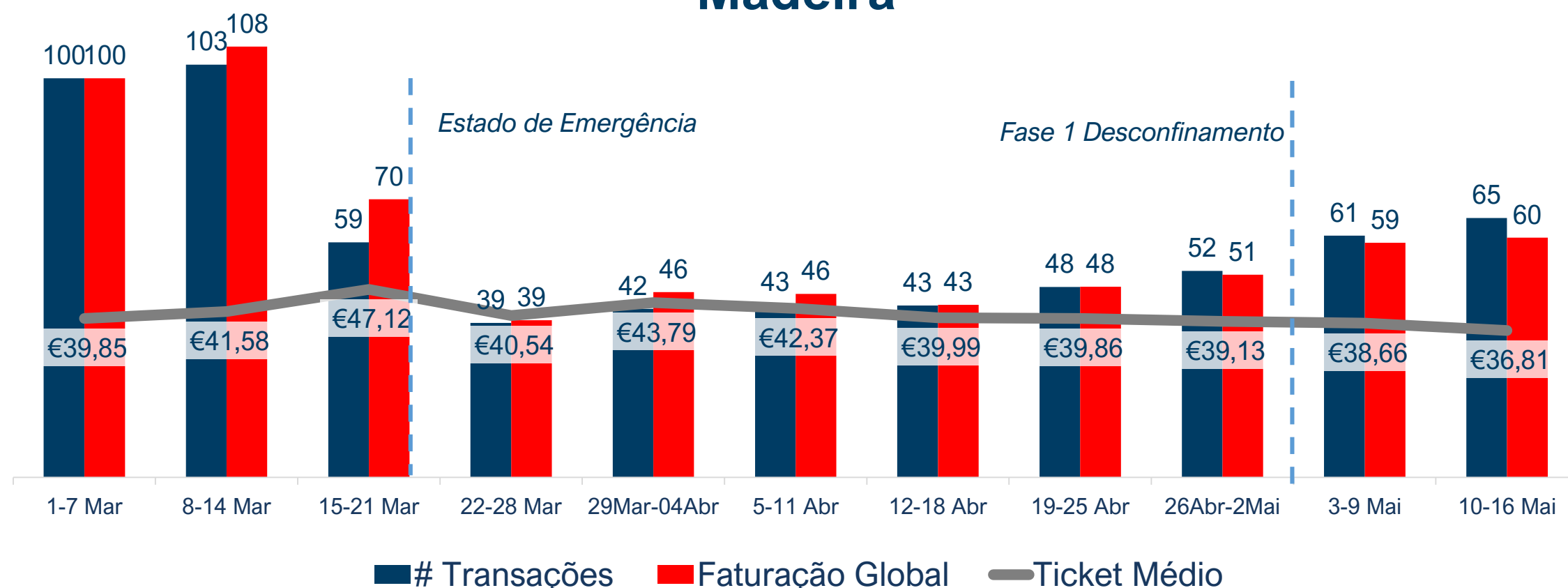
# Evolução da Faturação por Distritos

## 1. Evolução da Performance do Retalho | Análise semanal Mar2020 - Presente

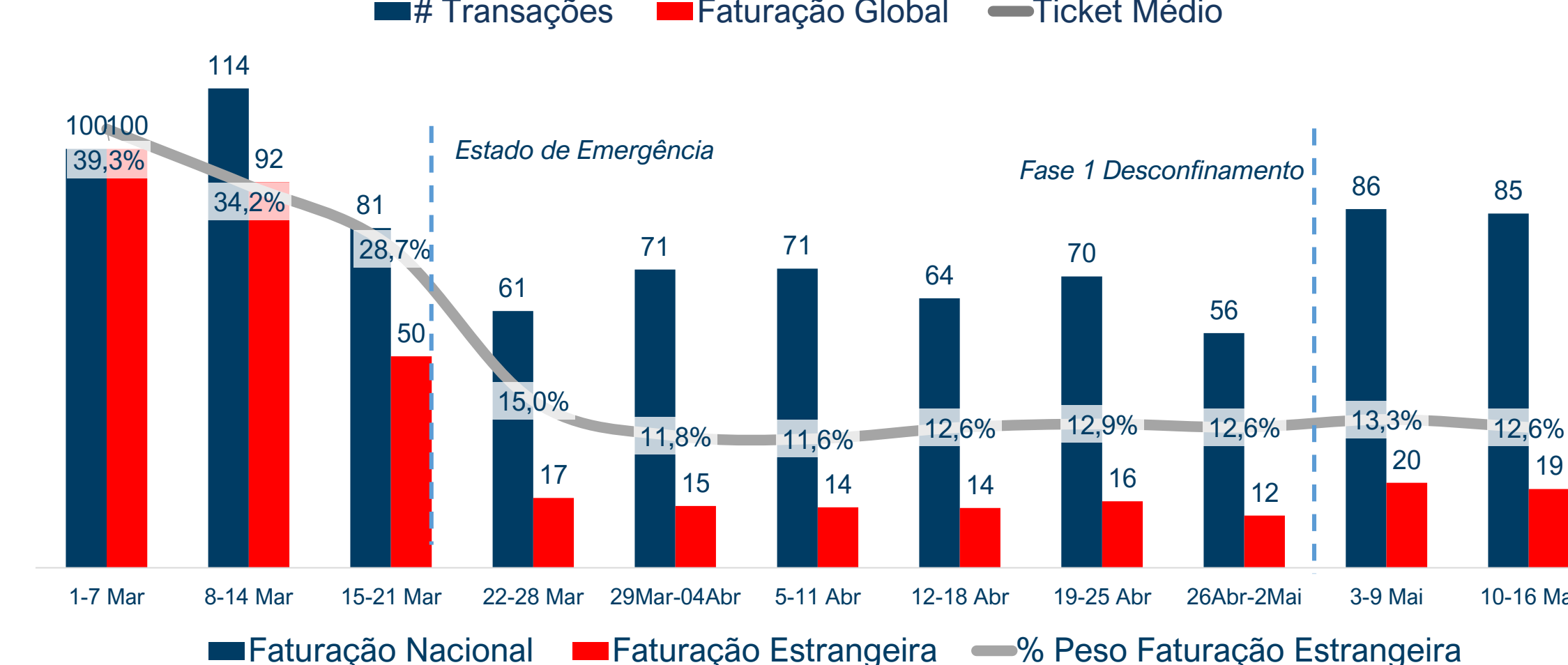
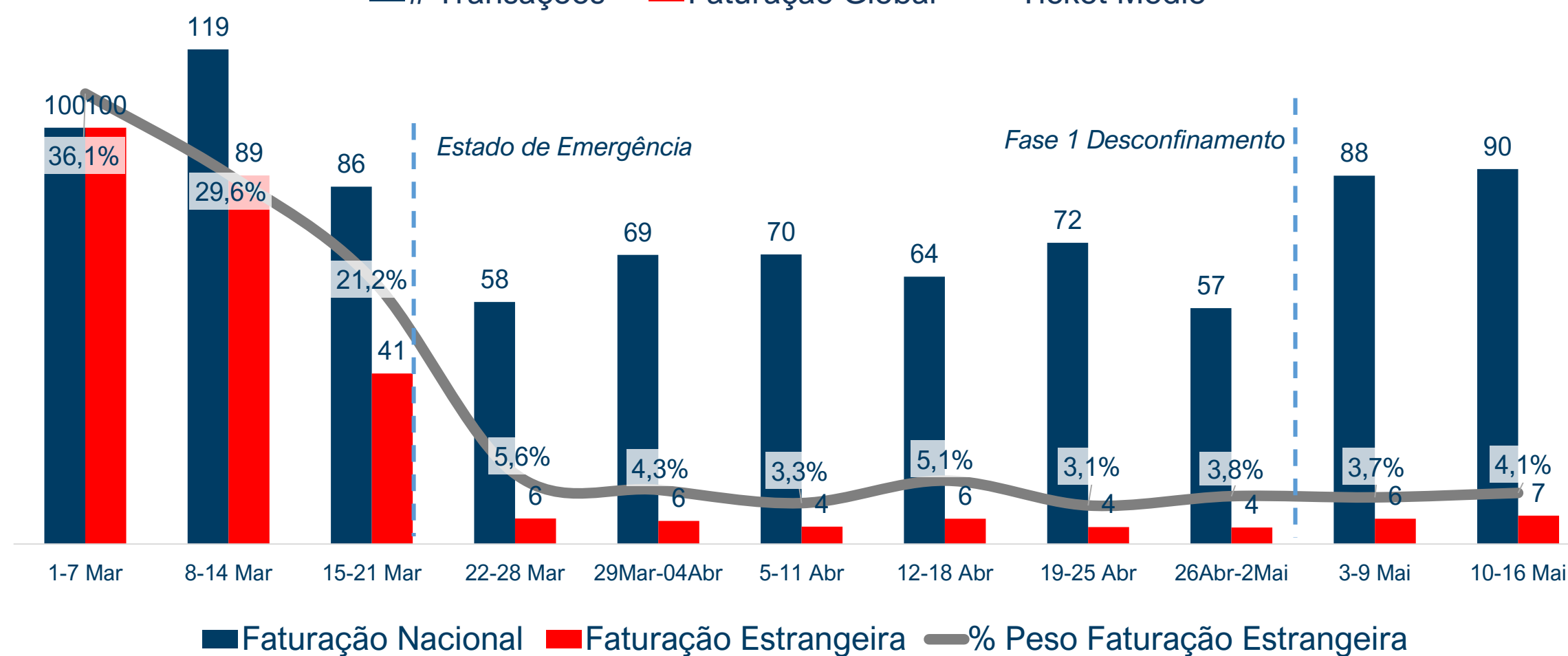
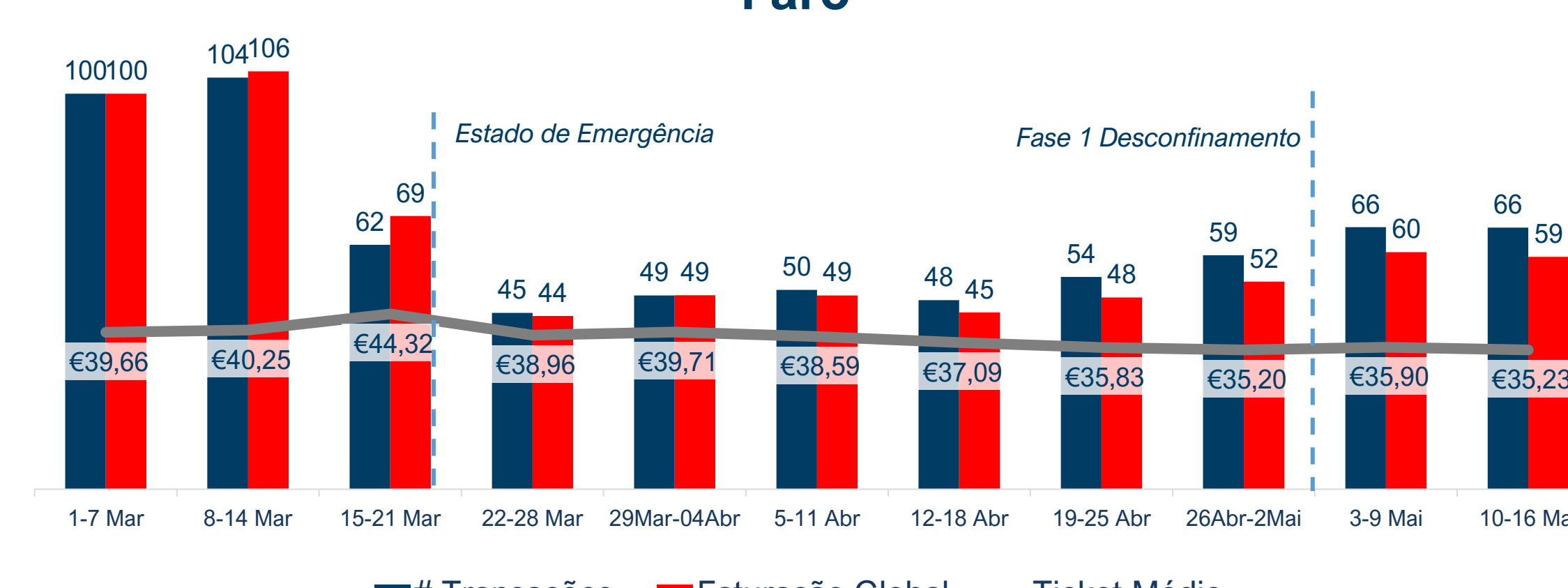
Análise base 100

### OS TURÍSTICOS

#### Madeira



#### Faro



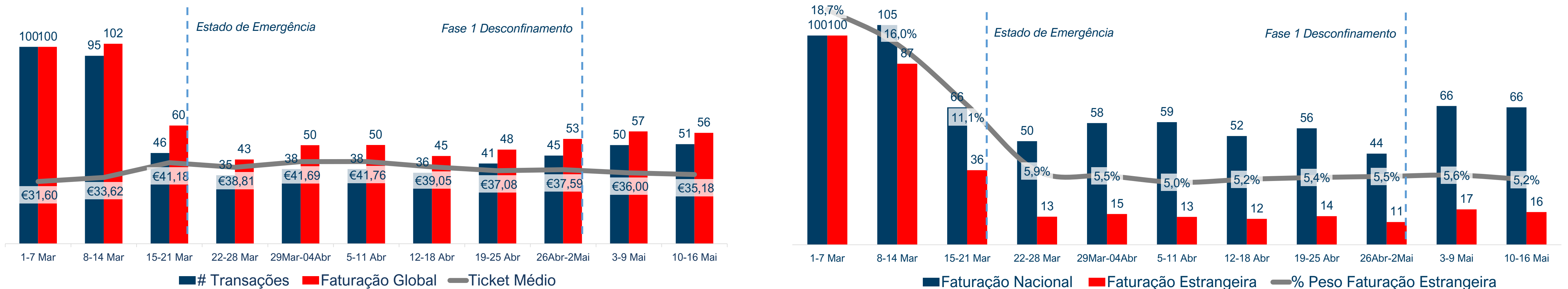
- ✓ Em distritos nos quais o peso do turismo era, no momento de partida, expressivo (nestes 2 casos quase 40%), a queda de facturação, que a declaração do Estado de Emergência determinou, foi abrupta.
- ✓ A recuperação foi muito ténue ao longo do tempo de análise, e continuará a sê-lo enquanto não houver o retomar de fluxos turísticos (de estrangeiros)

# Evolução da Faturação por Distritos

## 1. Evolução da Performance do Retalho | Análise semanal Mar2020 - Presente

Análise base 100

### A PERDA EXTREMADA DE LISBOA



- ✓ Lisboa é a região em que se observa perdas mais céleres, mais profundas e mais duradoras.
- ✓ No momento mais extremo, as quedas no número de transações foram de 65% e as quebras de facturação de quase 60%.
- ✓ No caso de Lisboa, há fatores, para além do colapso Turismo, que justificam a amplitude da crise. O facto de ser uma cidade de serviços que migraram para teletrabalho retirou fluxos expressivos da cidade. A dimensão da crise de rendimentos é, como já vimos, mais marcante.
- ✓ Dados disponibilizados pelo Google e pela NOS evidenciam que cidades como Lisboa, Porto e Setúbal foram as cidades que mais depressa se fecharam em casa, e aparentam ser as que com mais receio e lentidão estão a reagir ao fim do confinamento (num processo em grande parte ditado pelo perfil de mobilidade nestas cidades, em muito assente nos transportes públicos, que a generalidade dos indivíduos considera como um contexto de elevado risco de contágio)



# Evolução da Performance do Retalho

Faturação | Lojas Físicas vs. Online



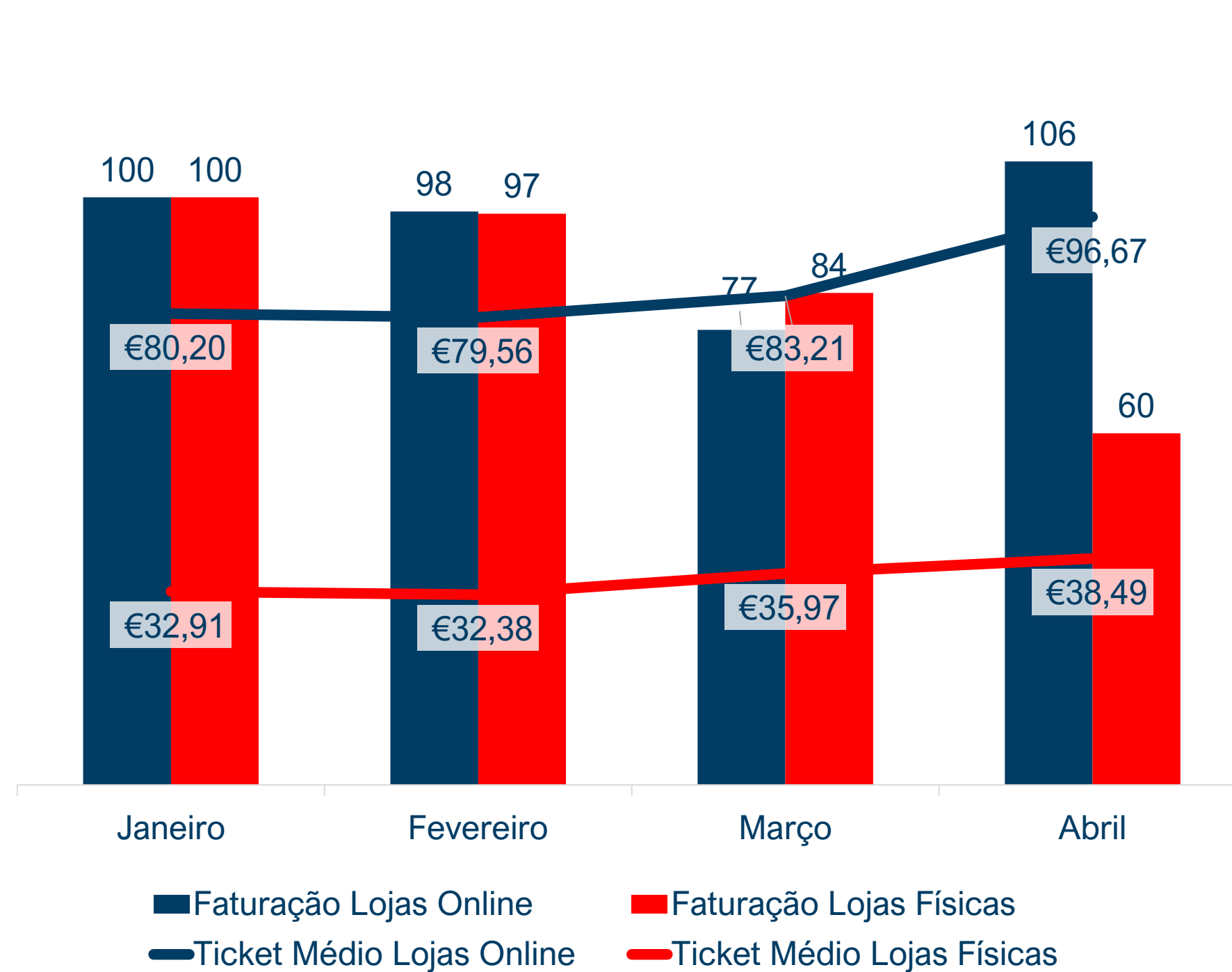
# Evolução da Faturação do Sistema por Canal (Loja Física vs. Online)

## 1. Evolução da Performance do Retalho

Análise base 100

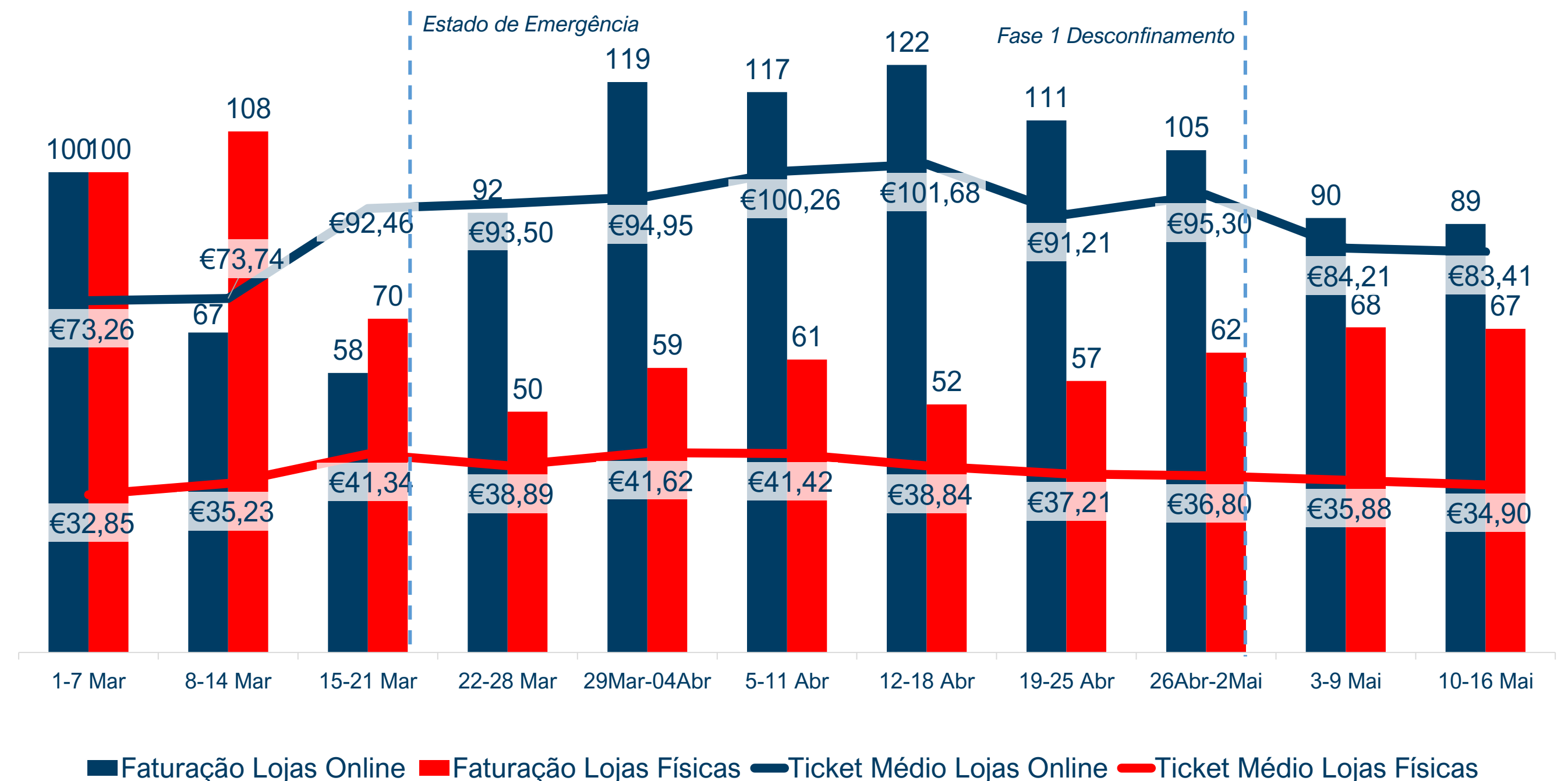
### Evolução da Faturação por Canal (total Portugal)

Análise Mensal 2020



### Evolução da Faturação por Canal (total Portugal)

Análise Semanal Mar2020 - Presente



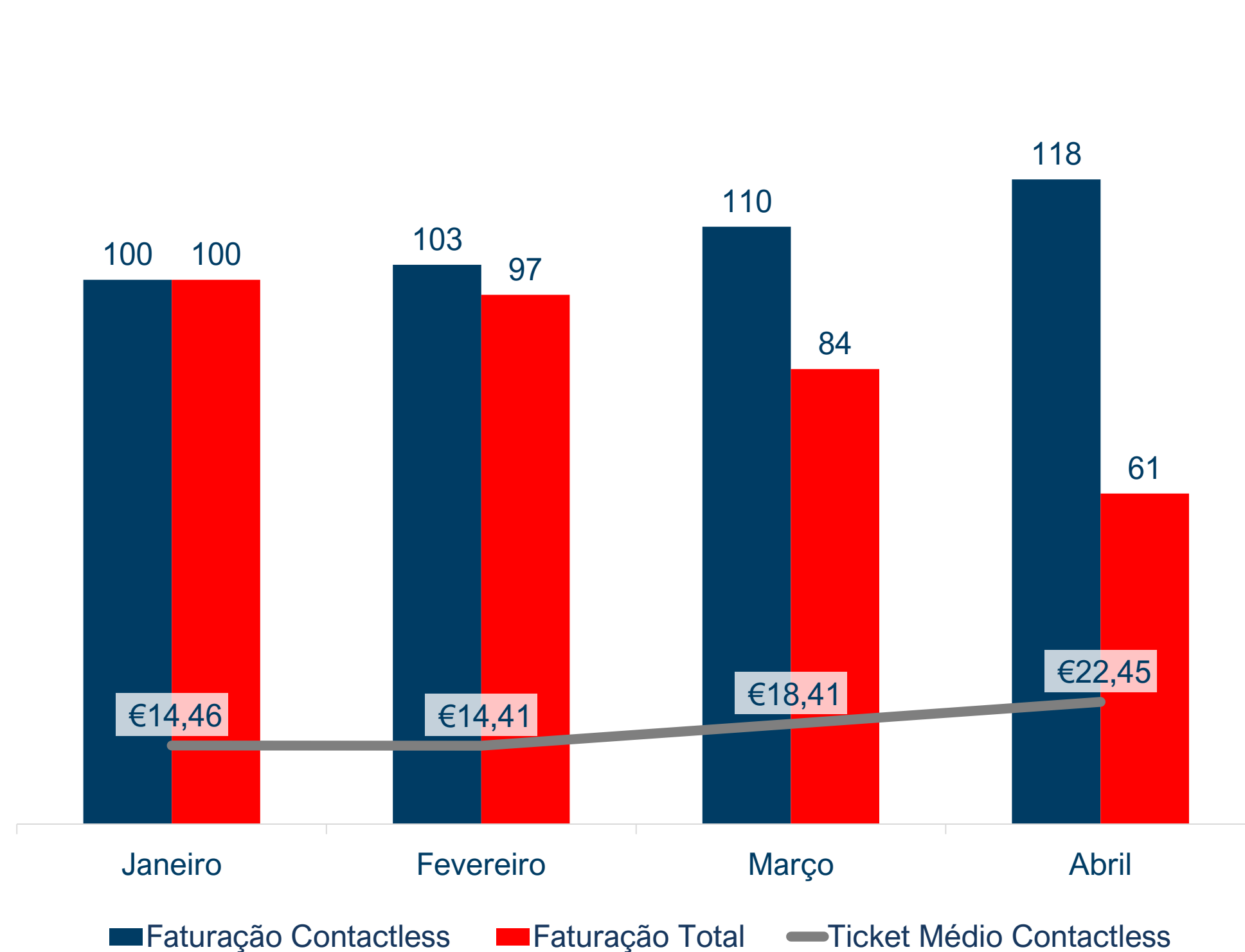
- ✓ Na semana de 22 de março, perante a perspetiva de que os tempos de confinamento seriam longos, e pelo facto de muitos pontos de venda estarem fechados, os consumidores começaram a aumentar expressivamente o recurso ao online para construir stocks e adquirir equipamentos tecnológicos e eletrodomésticos
- ✓ Com o passar do tempo, e o reabrir da economia o e-commerce já baixou para níveis abaixo dos observados no arranque de março. Será que a tendência se manterá?

# Evolução da Faturação em Contactless (Total Portugal)

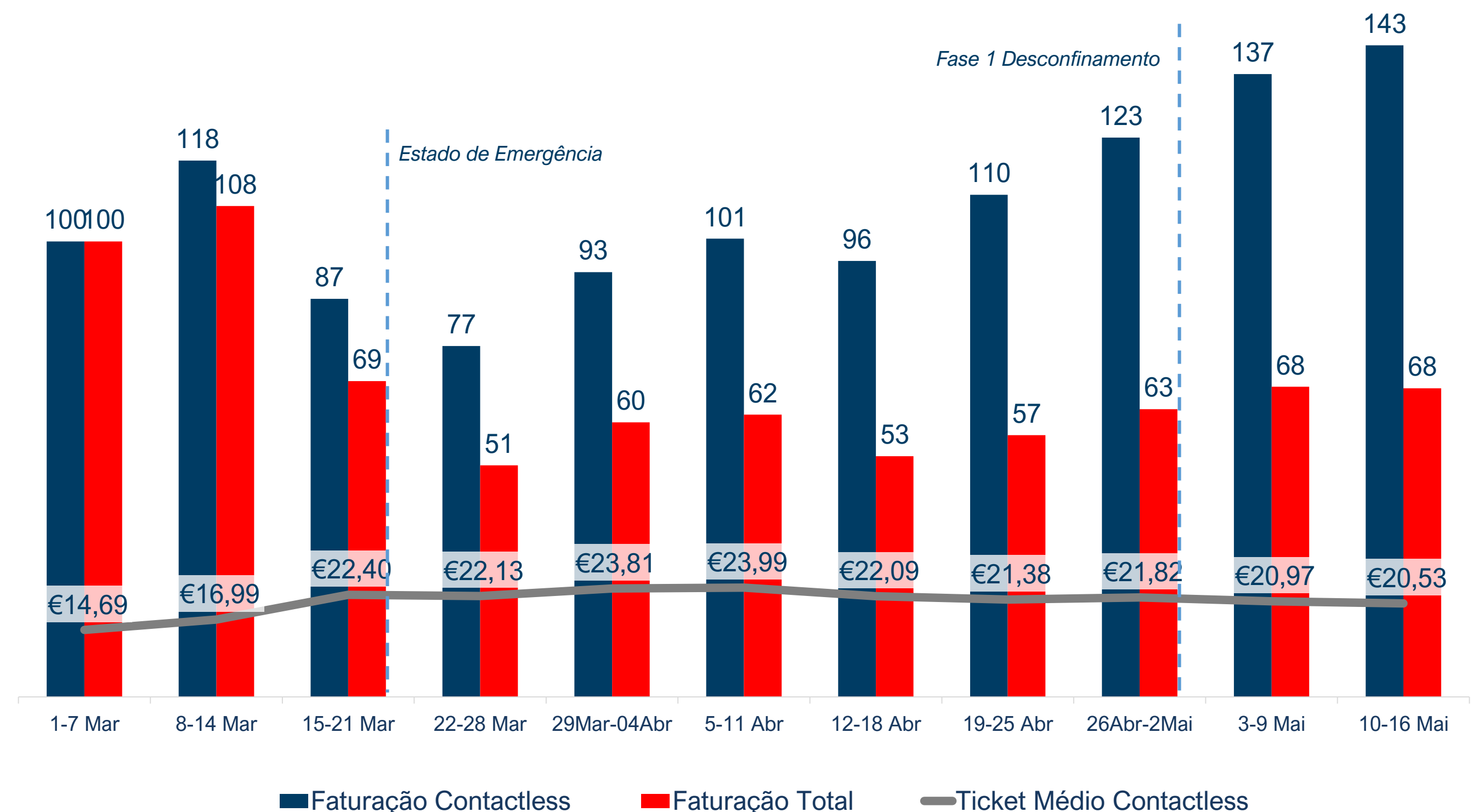
## 1. Evolução da Performance do Retalho

Análise base 100

Análise Mensal 2020



Análise Semanal Mar2020 - Presente



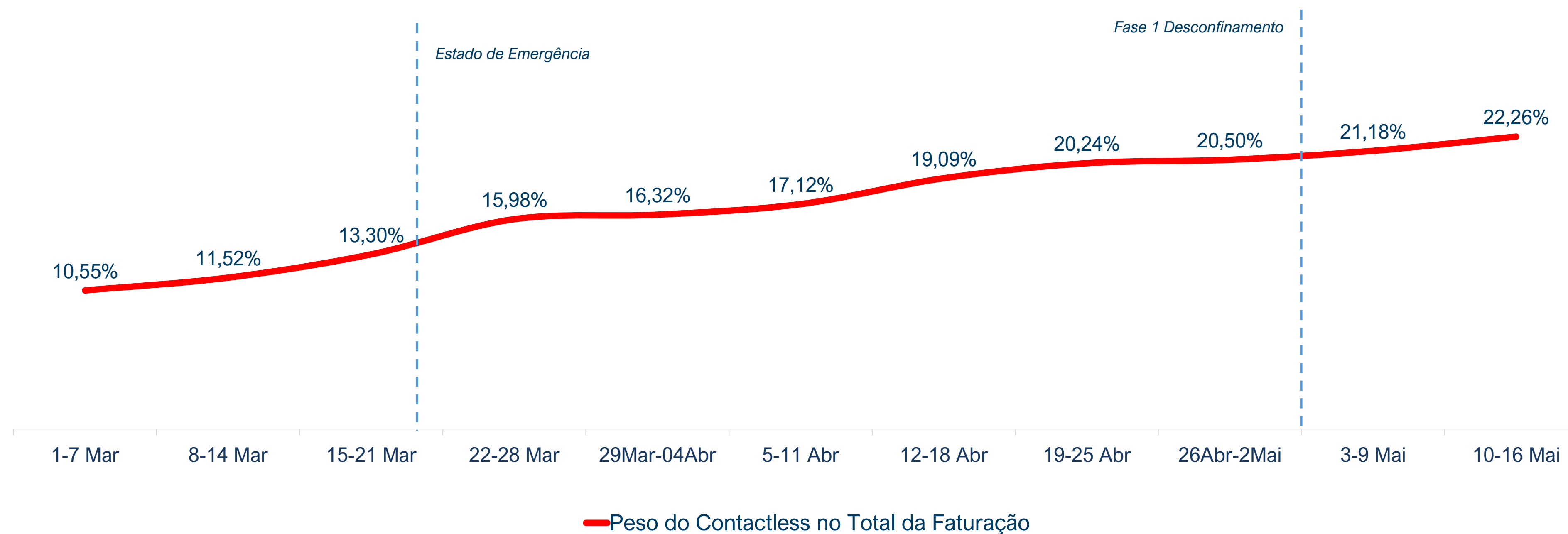
- ✓ A apropriação de novos comportamentos pautados pela mitigação de riscos de contaminação pode explicar um impressionante aumento de 160% de pagamentos por contactless em Abril, face ao mesmo período de 2019
- ✓ Em abril o contactless representou perto de 20% do total de toda a faturação em lojas físicas com sistema REDUNIQ
- ✓ O ticket médio aumentou cerca de 40% desde o início da pandemia (de 14,69€ para 20,53€) – para o que a redefinição dos limites aceites pelo sistema contribuiu

# Evolução do Peso da Faturação em Contactless no Total da Faturação

## 1. Evolução da Performance do Retalho

Análise base 100

### Análise Semanal Mar2020 - Presente



- ✓ O peso do contacless no conjunto do pagamentos duplicou em pouco mais de 2 meses num processo que antecipamos que se consolide mesmo com o regresso a uma normalidade (possível)
- ✓ O aumento do recurso ao pagamento por contactless pode ser um importante acelerador da substituição da utilização de dinheiro (a reabertura dos Cafés será um bom momento para se perceber a confirmação desta hipótese)

### Faturação Física vs. Online

Durante a primeira metade do período de análise, após o decretar do 1º Estado de Emergência, as **vendas em pontos físicos observaram, como já se enunciou, uma tendência de quebra progressiva.**

Em contraciclo, nesse mesmo período, as vendas no **canal online evidenciaram uma importante aceleração** (tendo aumentado cerca de 20% face ao ponto de partida) – tendência em parte explicada por um aumento de 30% do ticket médio face ao período homólogo (passando de 74,89€ para 96,67€) justificado por uma mudança de perfil / categoria de transações.

Com o passar do tempo, e o reabrir da economia e do mais fácil acesso a pontos de venda físicos, o e-commerce já retraiu para níveis abaixo dos observados no arranque de março, contrariando a ideia de que estaríamos perante um crescimento sustentado.

### Contactless

O peso do contactless, solução de pagamento de “baixo risco de contágio”, duplicou em pouco mais de 2 meses, num processo que antecipamos que se consolide mesmo com o regresso a uma normalidade (possível).

Após o mês de março com uma subida de 113% em relação ao período homólogo, e de um mês de abril com mais 157% face ao mesmo mês de 2019, a utilização do contactless volta a subir na primeira semana de maio, uma tendência que se justifica pela abertura de mais de 10 mil estabelecimentos comerciais a 4 de maio (aumentou 37% face à semana anterior).

**O ticket médio aumentou cerca de 40% desde o início da pandemia** (de 14,69€ para 20,53€) – para o que contribui a redefinição dos limites aceites pelo sistema

Em termos de número de transações, o contactless representa neste momento cerca de 20% do total da faturação.

## Análises Setoriais

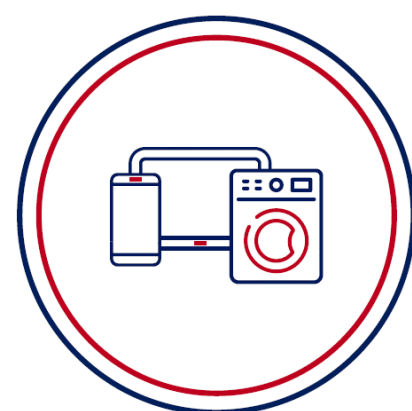
Faturação Lojas Físicas | Número de Transações | Ticket Médio | Pontos de Venda Ativos |  
Lojas Físicas Vs. Online



## Setores em Análise



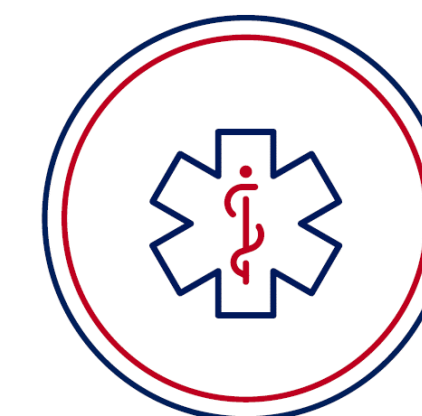
**Retalho Alimentar**



**Eletrodomésticos & Tecnologia**



**Gasolineiras**



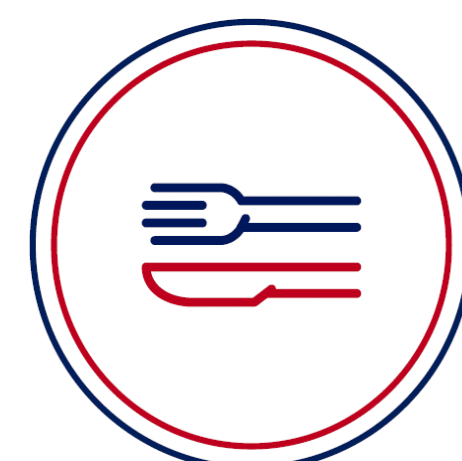
**Farmácias**



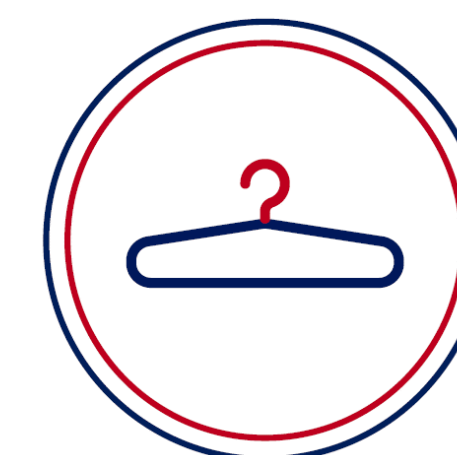
**Saúde**



**Estado (serviços)**



**Restauração**



**Moda**



**Tabacarias, Papelarias e Livrarias**



**Cosmética e Perfumes**



**Oficinas**



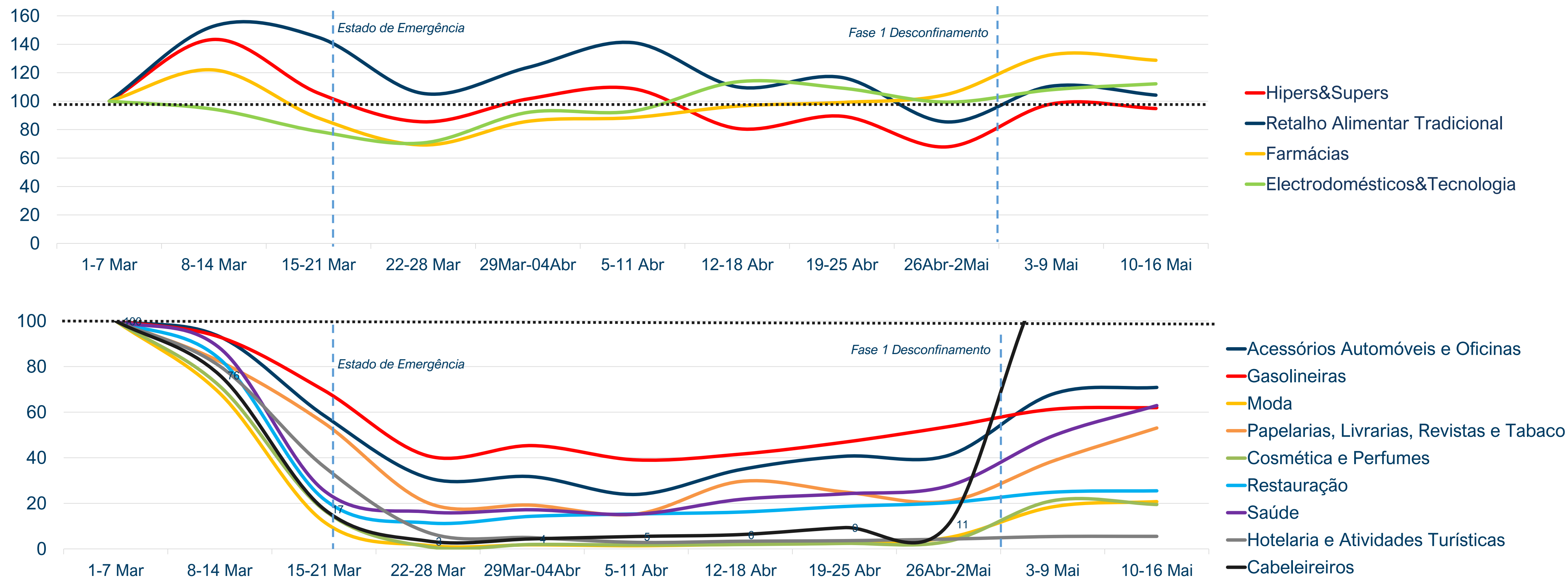
**Hotelaria & Atividades Turísticas**

# Análise Comparativa da Performance dos Setores (Faturação)

## 2. Análises Setoriais

Análise base 100

### Análise Semanal Mar2020 - Presente



- ✓ As performances dos diferentes setores também estão significativamente polarizadas entre (i) os “sobreviventes” que mantiveram os seus níveis normais de faturação ao longo do tempo e os “muito impactados” que, em alguns casos, viram as suas faturações eclipsar-se.
- ✓ A recuperação observada na 1ª semana de desconfinamento não teve continuidade, excepto para os sectores da Saúde e das Papelerias, Livrarias e Tabacarias



## Comentários & Análise

### Faturação por Setor de Atividade

A análise da performance dos diferentes setores evidencia impactos profundamente assimétricos, em torno de 3 grupos:

- Os que evidenciaram uma expressiva resiliência: Retalho Alimentar Tradicional + Hipers & Supermercados + Farmácias + Eletrodomésticos & Tecnologia;
- Os que, ainda que impactados por quebras de consumo, apresentam reduções contidas face ao contexto: Gasolineiras + Acessórios Automóveis e Oficinas;
- Os que praticamente deixaram de faturar durante todo o estado de emergência (em alguns casos, actividades encerradas por decreto) : Papelarias Livrarias e Tabacarias + Saúde + Restauração + Hotelaria & Atividades Turísticas + Moda + Perfumarias + Serviços Estado

Podemos concluir que “sobrevivem” e até crescem ligeiramente, setores associados a necessidades básicas – **alimentação, farmácias** e, no contexto que se viveu, **tecnologia**.

**Restauração** desaparece por poder apenas funcionar em modo de *delivery* ou *take-away*, por perder clientes cujos quotidianos se recriaram e por se verificar um colapso do turismo.

Desapareceram, também, radicalmente, a **moda** e os **cabeleireiros** obrigados a fechar. Com reabertura, os Cabeleireiros viram a sua facturação explodir.

**Papelarias Livrarias Tabacarias, Moda e Perfumarias** (em lojas de menos de 200m2) iniciaram processos de recuperação com a 1ª Fase do Desconfinamento

A **Saúde** não obstante não ter “deixado de funcionar” como setor (com algumas exceções como o caso dos Dentistas) e, apesar de prevalecer como uma necessidade central na vida das pessoas, observou quebras muito significativas ao longo do Estado de Emergência.

Essas quebras, que chegaram a exceder os 85%, são, em grande medida, explicadas por um imenso receio dos indivíduos em recorrerem a ambientes hospitalares, percebidos como locais de elevado risco sanitário.

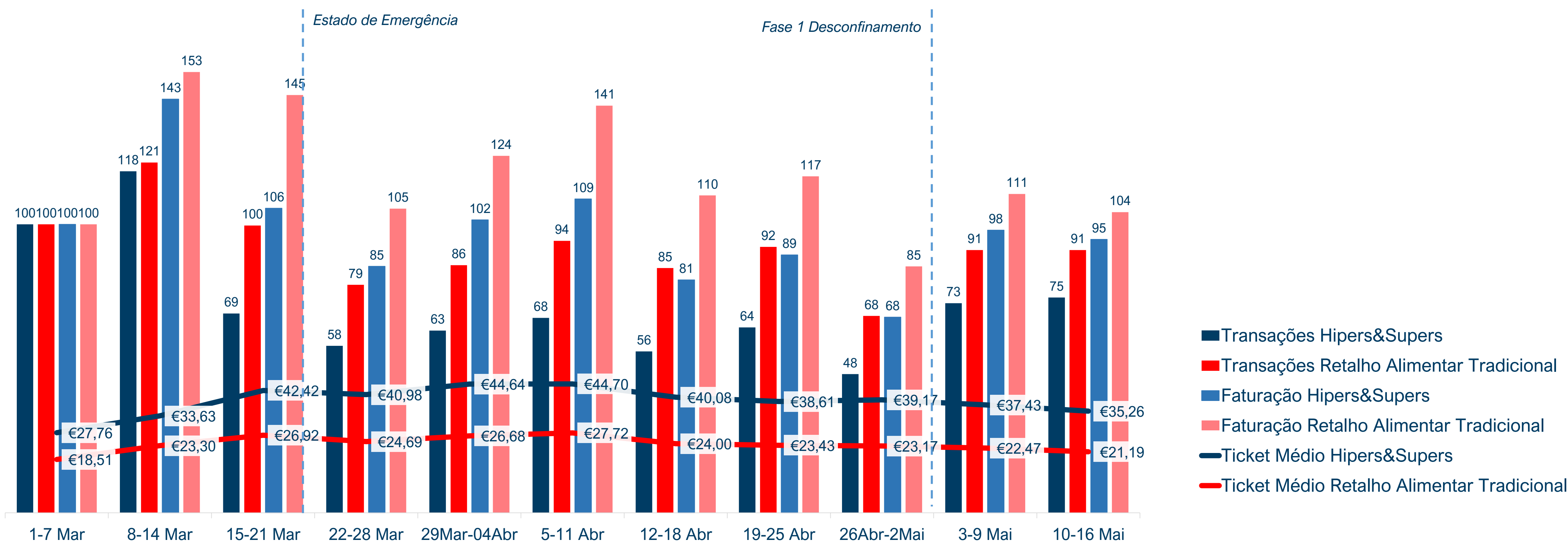
O “efeito psicológico” do fim do Estado de Emergência, concorreu para um acentuado recuperar das quedas que, no final da 2ª semana de maio, já são inferiores a 40% (ainda assim muito expressivas para um sector associado a uma necessidade básica na vida das pessoas)

**NOTA:** nas páginas seguintes analisa-se em detalhe as seguintes categorias: Retalho Alimentar, Eletrodomésticos & Tecnologia, Saúde, Farmácias e Gasolineiras por serem aquelas que de forma mais cabal se mantiveram em operação durante toda a Fase de Emergência

# Hipers&Super vs Retalho Tradicional | Evolução da Faturação

## 2. Análises Setoriais

Análise base 100



- ✓ Retalho Alimentar Tradicional, onde estão incluídos estabelecimentos de bairro, como talhos ou mercearias, teve um forte crescimento das suas vendas face ao período pré-pandemia – com os consumidores a dar preferência à proximidade e à pequena dimensão como proxy de segurança. Chegou a crescer 40%, tendo chegado ao fim da 2ª semana de maio ainda 5% acima dos valores observados no arranque de março
- ✓ Os Hipers&Supermercados, que oscilaram entre perdas de 20% e ganhos de 9% durante o período do Estado de Emergência, entram na 2ª Fase de Desconfinamento apenas 5% abaixo do ponto de partida

## Comentários & Análise

### Retalho Alimentar

Com o antecipar da obrigatoriedade de confinamento, e com o decretar do 1º Estado de Emergência, as vendas de Retalho Alimentar aumentaram quase 50%

Depois de um 1º momento (semana de 8 a 14 de março) em que o crescimento do Retalho Moderno e do Retalho Tradicional foram equiparados, foi o **Retalho Tradicional quem apresentou níveis de crescimento** mais expressivos, indiciando uma valorização dos pequenos formatos, de proximidade.

Os tickets médios atingiram os seus valores máximos na semana de 5 a 11 de abril (44,70€ e 27,72€), um crescimento, face à primeira semana de março, de 61% e 50% para os Hipers& Supers e para o Retalho Tradicional respetivamente.

Nos Hipers&Supers foi este aumento do ticket que explicou o crescimento da facturação (compensando uma natural quebra de visitas).

No final do período de análise, e considerando as duas semanas de desconfinamento, os Hipers&Supers e o Retalho Alimentar Tradicional que chegaram ao final do Estado de Emergência ligeiramente abaixo dos 100, já aparentam estar sustentadamente em níveis de faturação próximos aos observados no arranque de março.

Importa reter que se dissiparam os ganhos (elevados) observados em meados de março e início de abril, por força do que acreditamos ser uma conjugação de diferentes factores:

1. A menor necessidade de compra por parte de consumidores, ainda relativamente bem abastecidos;
2. O desaparecimento de procura por parte de clientes de HORECA ainda não recuperada;
3. O afirmar de novos comportamentos de corte de gastos por parte de amplos segmentos da sociedade já impactados nos seus rendimentos.

Para melhor compreender a dinâmica do desconfinamento, no que ao recuperar de hábitos de visita diz respeito, é decisivo constatar que o número de transações que chegou a cair 50% já evidencia quedas de apenas 25%, face a um marcante crescimento nas duas primeiras semanas de maio.

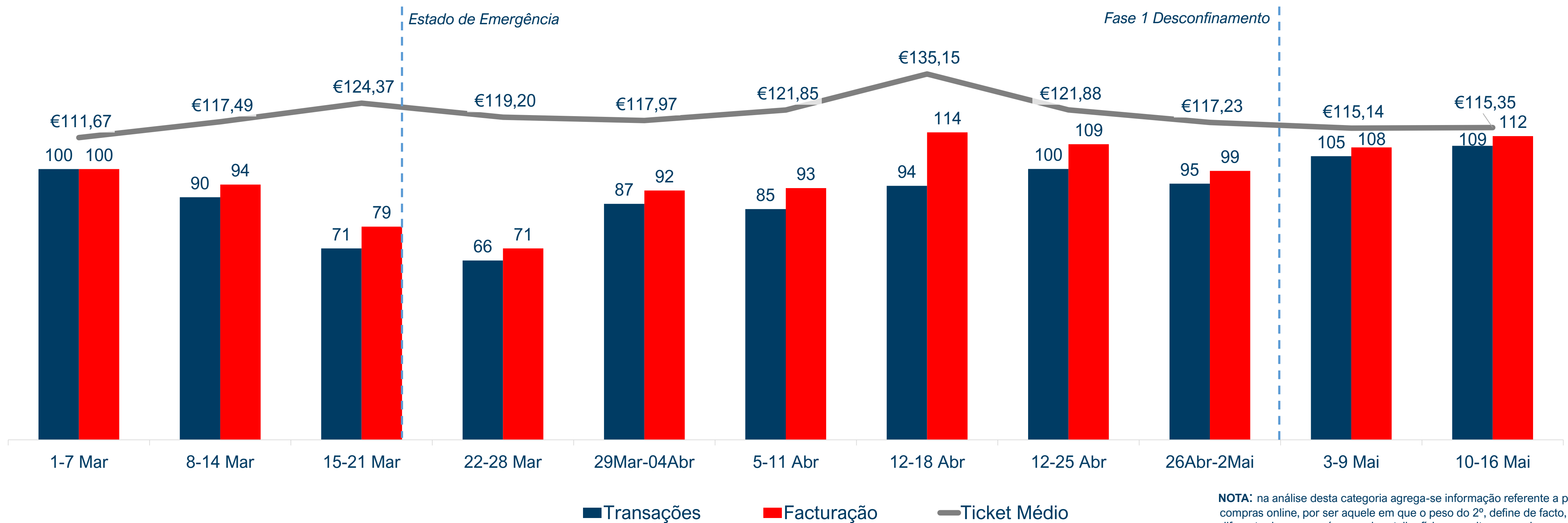
Estaremos, eventualmente, a observar um recuperar da relevância dos Hipers&Supers em detrimento dos pequenos formatos cuja capacidade instalada é relativamente limitada para fazer face a um número crescente de consumidores “na rua”.

# Eletrodomésticos & Tecnologia | Evolução da Faturação

## 2. Análises Setoriais

Análise base 100

Análise semanal Mar2020 - presente



**NOTA:** na análise desta categoria agrega-se informação referente a pontos de venda físicos e compras online, por ser aquele em que o peso do 2º, define de facto, uma tendência global diferente da que os números do retalho físico permitem perceber



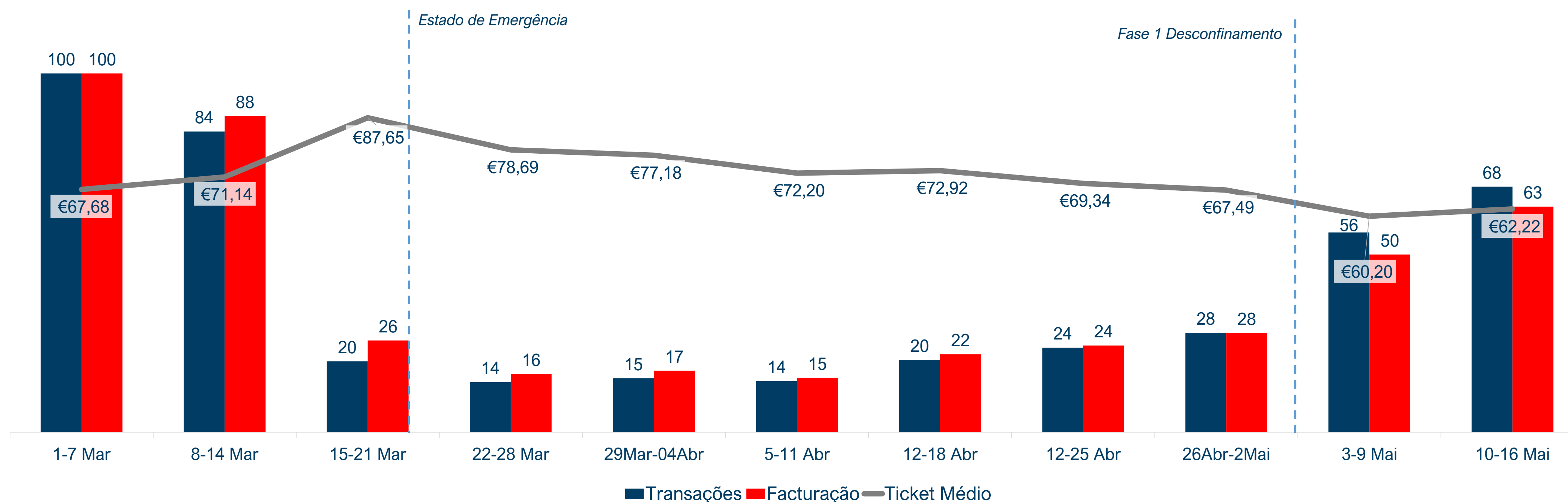
- ✓ Categoria que se manteve essencial e útil e com real capacidade de resposta aos propósitos de compra dos seus clientes
- ✓ Depois de uma queda para quase 30% do valor base, observada logo na primeira semana em Estado de Emergência, tem observado uma capacidade de recuperação sustentada, tendo ultrapassado níveis pré-crise
- ✓ Fenómeno de eficaz conjugação entre pontos de venda físicos abertos, com inovadoras soluções de visita à loja, e um e-commerce em impressionante crescimento - esta análise considera as vendas e-commerce deste setor, que foram bastante expressivas (como mostra análise de vendas físicas vs online).

# Saúde | Evolução da Faturação

## 2. Análises Setoriais

Análise base 100

Análise semanal Mar2020 - presente



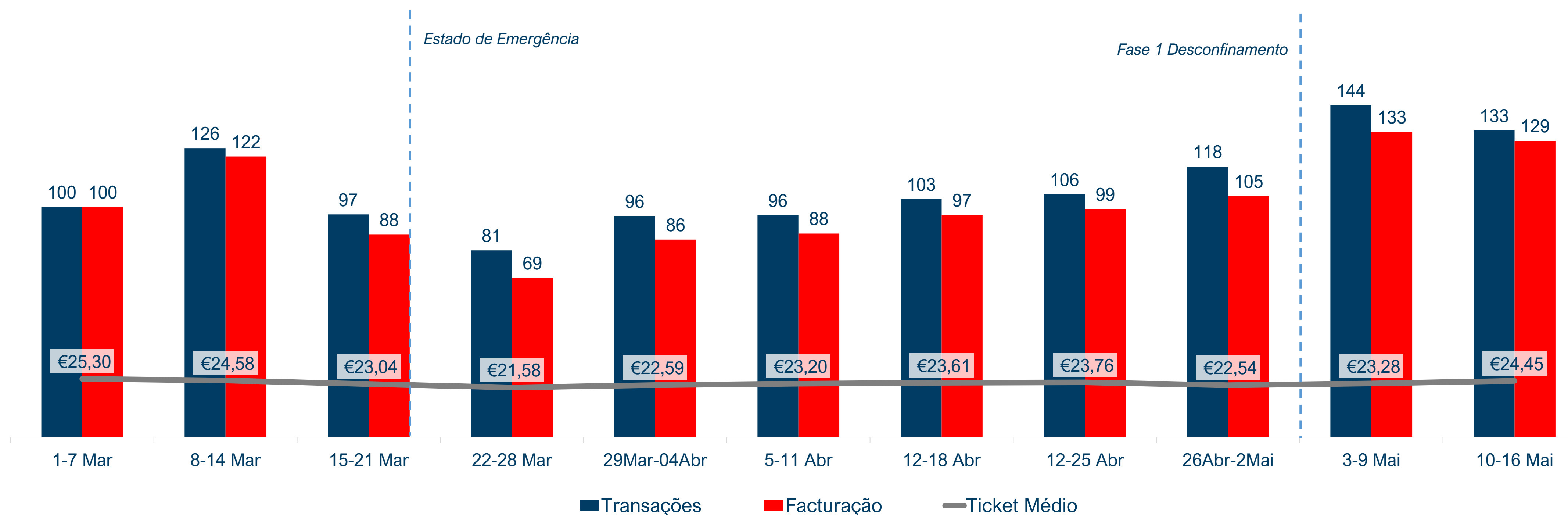
- ✓ A atividade atingiu, mesmo antes do decreto do Estado de Emergência, uma queda de 75%, acentuando nas semanas seguintes para uma queda até 85% (face ao pré-COVID)
- ✓ Com o passar do tempo o setor iniciou uma tendência de crescimento que acelerou na 1ª semana após o desconfinamento, com um crescimento de 20 p.p
- ✓ Aumento de 79% no volume de faturação com o início da 1ª fase de desconfinamento

# Farmácias | Evolução da Faturação

## 2. Análises Setoriais

Análise base 100

### Análise semanal Mar2020 - presente



- ✓ Faturação das Farmácias conseguiu manter-se quase sempre próxima do valor base observado antes do Estado de Emergência
- ✓ Crescimento de 26% no número de transações na semana de 8 de março (pré-confinamento, mas com as notícias do Covid a ganharem proximidade), com queda até 30% nas duas semanas seguintes
- ✓ Ticket médio manteve-se estável entre os 23€ e os 24€

### Saúde

A saúde revela-se como uma realidade paradoxal. Em teoria é uma necessidade não sacrificável, contudo, foi pautada por quedas de faturação impressionantes.

A atividade atingiu, mesmo antes do decreto do Estado de Emergência, quedas de 74%, acentuadas nas semanas seguintes, até se constatarem quedas máximas próximas dos 85% (face ao período pré-COVID).

Com o passar do tempo, o adiável tornou-se inadiável (como demonstra a evolução do ticket médio) e o consumo de serviços de saúde iniciou uma tendência de crescimento, que acelerou com o desconfinamento, 2 semanas durante as quais já recuperou 40 p.p. em base 100 (estando agora com perdas a rondar “apenas” 30%)

### Farmácias

A faturação do setor conseguiu manter-se quase sempre próxima do valor base observado antes do Estado de Emergência, com um fortíssimo crescimento na reabertura.

As farmácias já tinham tido outro momento de forte crescimento (26% da facturação) na semana de 8 de março, pré-confinamento, com as notícias do COVID a ganharem expressão.

Não obstante, nas duas semanas seguintes, uma delas já em pleno 1º Estado de Emergência, também as Farmácias observaram quedas significativas na faturação (que chegaram a ser de 30% face aos níveis do início de março).

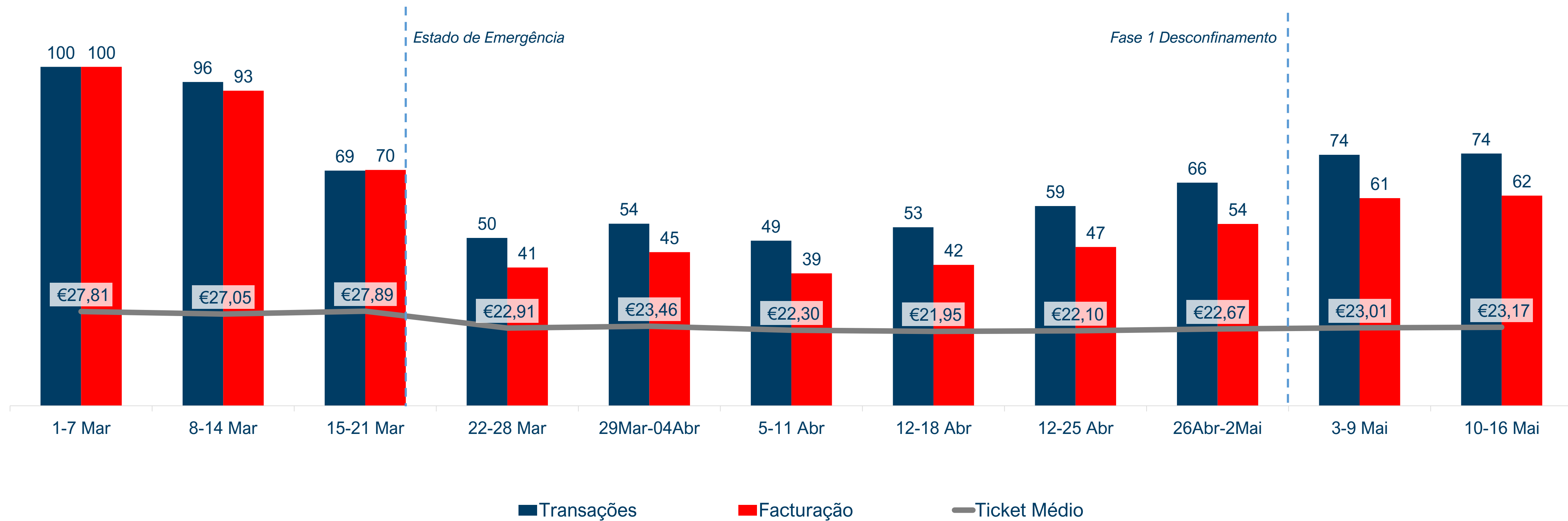
Depois dessa queda, entrou-se numa dinâmica de semanas de crescimento sustentado, de normalização dos níveis de facturação.

# Gasolineiras | Evolução da Faturação

## 2. Análises Setoriais

Análise base 100

Análise semanal Mar2020 - presente



- ✓ Faturação desceu cerca de 60% - queda atingida na 1ª Semana de Estado de Emergência e tem-se mantido estável, com alguma recuperação após a reabertura
- ✓ A quebra de faturação é mais explicada pelo efeito de redução de ticket médio do que por efeito da redução do número de transações



### Gasolineiras

O setor das gasolineiras reflete um comportamento que evidencia a existência de uma espécie de “ponto mínimo” de funcionamento do sistema de mobilidade nacional em níveis de facturação em torno **dos 50% a 40%** dos observados no pré-Estado de Emergência.

Este “ponto mínimo”, atingido logo na 1ª Semana de Estado de Emergência manteve-se estável até ao momento da “reabertura da economia”.

No decurso das 2 últimas semanas ter-se-á atingido um novo patamar (próximo dos 60%, ou seja com um aumento de 10 p.p.), reflexo do renascer de alguns fluxos de mobilidade (p.e. os associados à reabertura de diversas actividades e ao eliminar de limitações à circulação) - muitos carros terão voltado a circular depois de quase 2 meses de paragem

Neste sector, a quebra de faturação é mais explicada pelo efeito da redução do ticket médio, do que por um efeito de redução de número de transações. É, assim, razoável assumir que num momento de incerteza e de crise económica os consumidores **preferam abastecer menos de cada vez (indo abastecer mais vezes, se for necessário).**

## Zoom in | Reaberturas Setoriais

Faturação | Número de Transações | Ticket Médio | Pontos de Venda Ativos |  
Lojas Físicas Vs. Online



## Setores – Efeito do Desconfinamento e das Reaberturas



### Cabeleireiros

*Efeito da Reabertura*



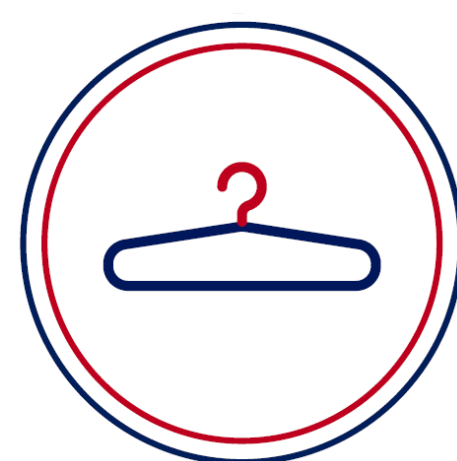
### Tabacarias, Papelarias e Livrarias

*Efeito do fim do Confinamento*



### Gasolineiras

*Efeito do fim do Confinamento*



### Moda

*Efeito da Reabertura*



### Cosmética e Perfumes

*Efeito da Reabertura*

## Comentários & Análise

### Zoom Ins

A inclusão deste capítulo prende-se com o propósito de compreender, em maior detalhe, as dinâmicas de evolução da procura e da oferta subjacentes aos retomar de atividades que estiveram estruturalmente fechadas.

Pretendemos, a partir da análise de reaberturas, melhor compreender comportamentos de consumidores nos seus processos de desconfinamento. Ambicionamos perceber como retomam hábitos de compra numa realidade ainda muito “limitada”.

Este é, assim, um exercício em curso, que ganhará densidade ao longo das próximas semanas, nas quais se perceberá a eventual consolidação de tendências e o impacto de novas reaberturas como a restauração ou as lojas superiores a 200m<sup>2</sup>. Também o “regresso aos escritórios” se definirá com um momento chave

A 1ª Fase de Desconfinamento foi pautada por um expectável **crescimento do número de Pontos de Venda Activos, em face de reabertura de um conjunto de actividades que estavam encerradas por decreto** (aproximadamente 11.200 na REDUNIQ), um crescimento de 40% face à última semana de abril.

Pela sua natureza, as actividades, e pontos de venda reabertos (cabeleireiros e moda em lojas com menos de 200m<sup>2</sup>), não contribuíram de forma expressiva para o crescimento da facturação

Ainda assim, na sua realidade micro, estamos perante processos de reabertura chave para o estabelecer de uma nova normalidade nos comportamentos compra e consumo dos portugueses

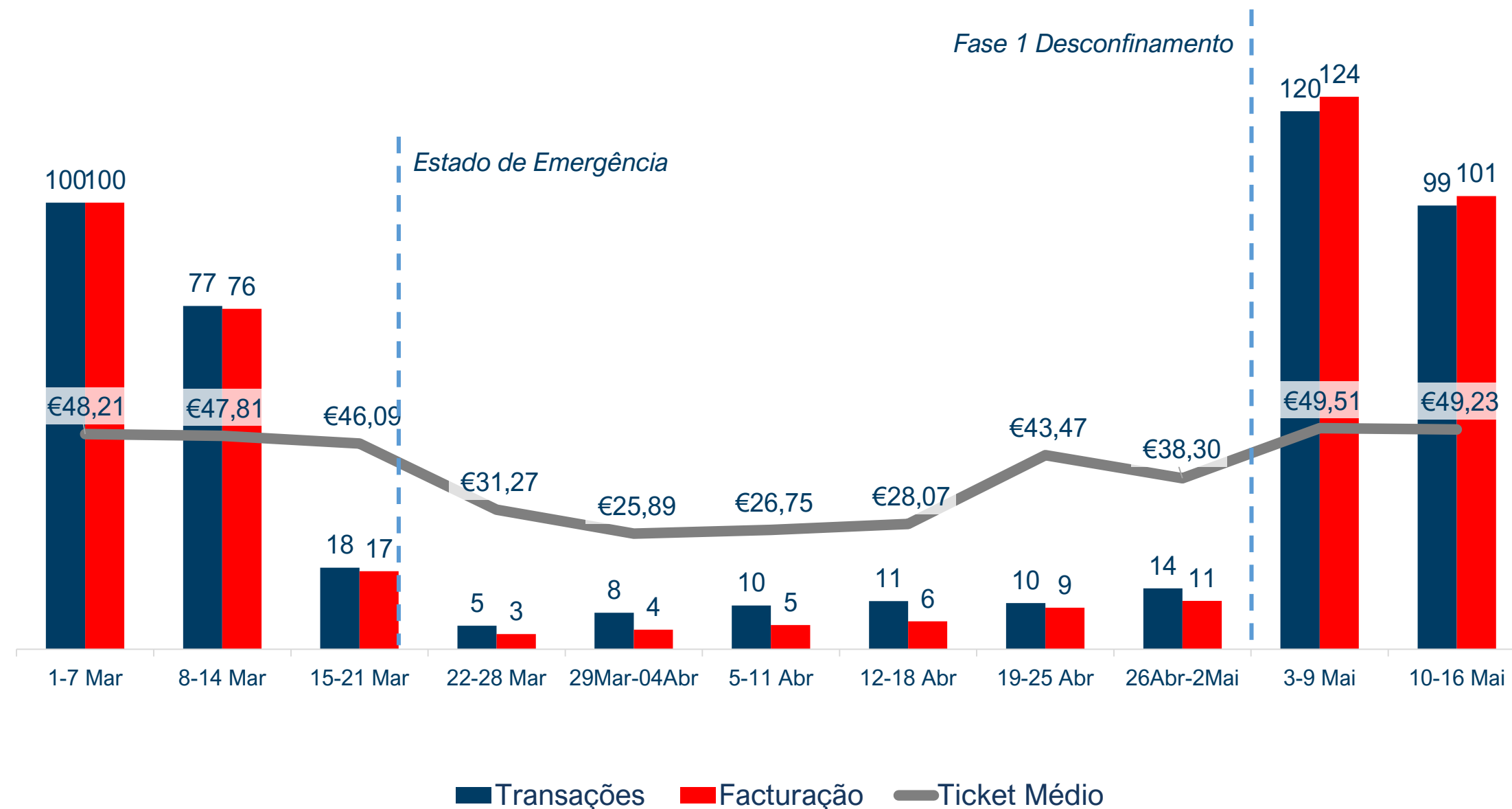
A reabertura de cafés e restaurantes, a reabertura das creches, e o retomar de aulas presenciais para alunos do 11º e 12º do secundário, marcarão mais um decisivo estágio nesse processo.

# Cabeleireiros | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

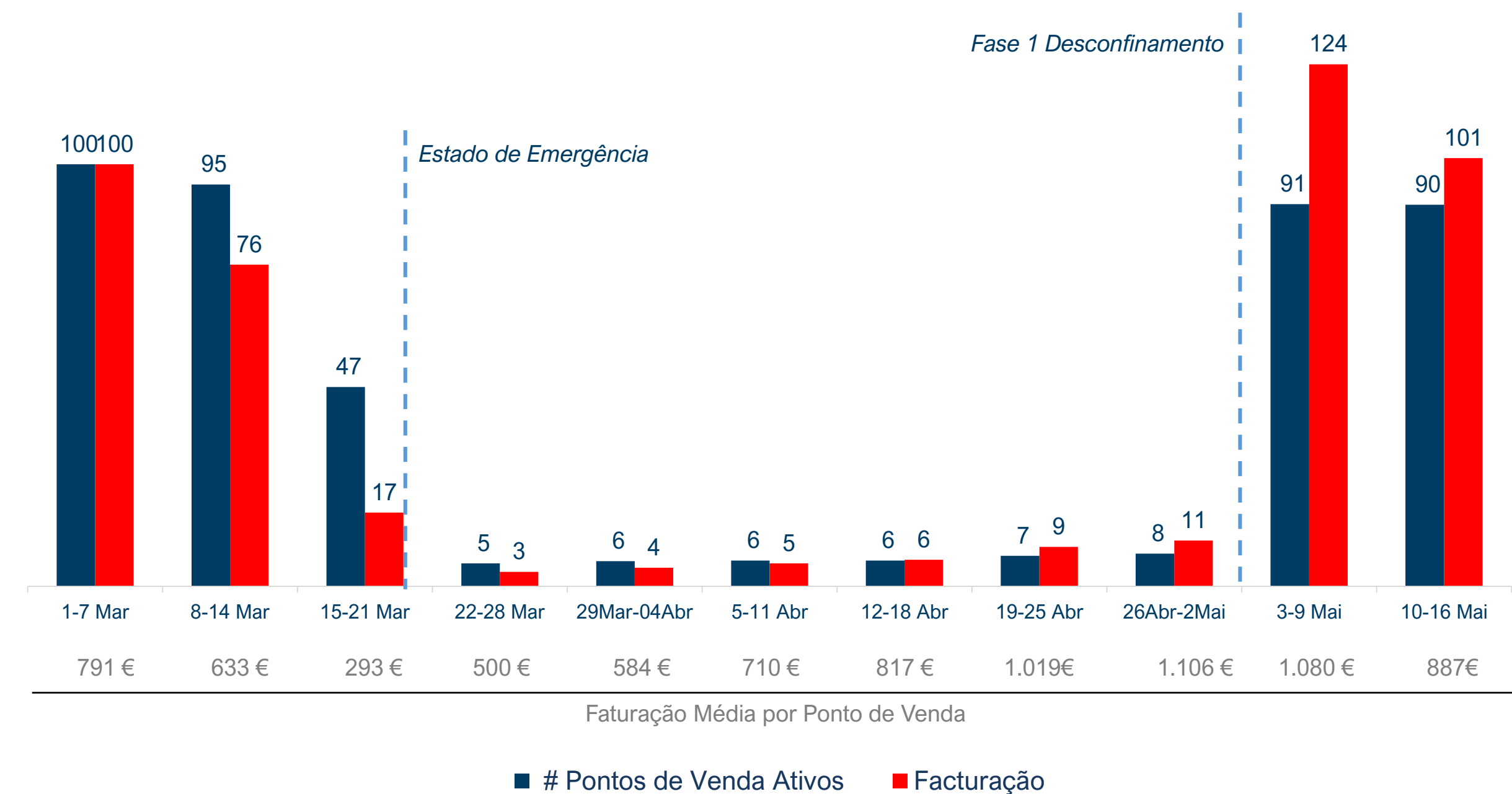
## 3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Semanal Março 2020 – Presente  
Evolução da Faturação



Análise Semanal Março 2020 – Presente  
Evolução Pontos de Venda Ativos



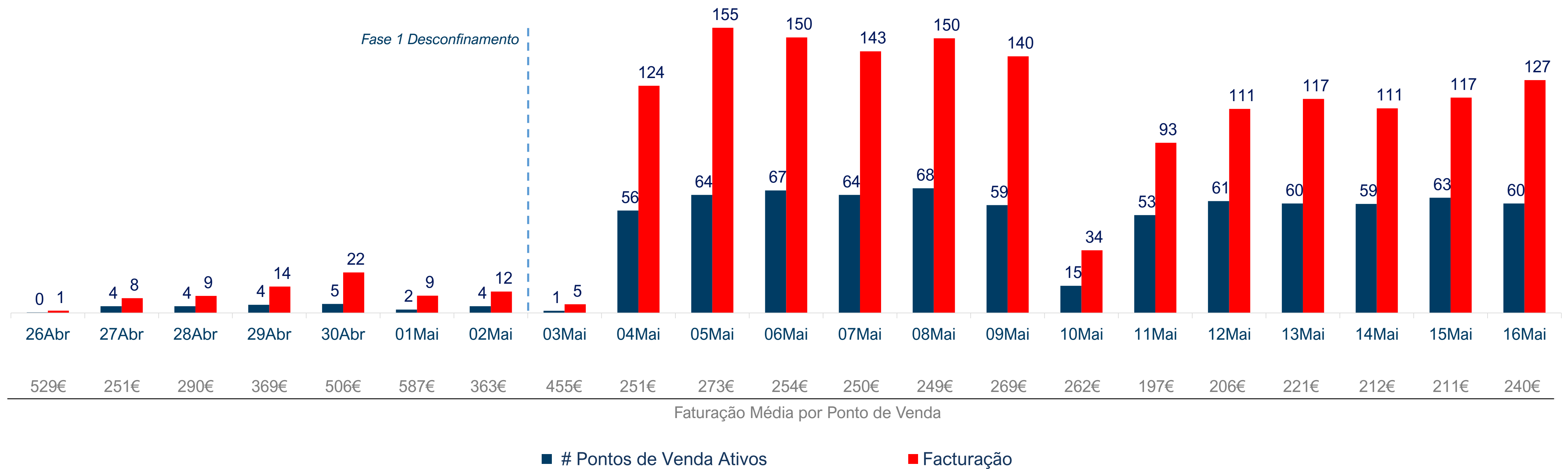
- ✓ Quebra do volume de negócios em 83% na 1ª semana do Estado de Emergência, para valores que se mantiveram reduzidos até ao arranque da 1ª Fase de Desconfinamento
- ✓ O fim do estado de emergência e a autorização para a reabertura dos cabeleireiros na 1ª semana de maio foi marcada por um impressionante processo de reabertura de quase todos os pontos de venda – 90% (que estavam no sistema no arranque de março) e um ainda mais marcante atingir de níveis de faturação superiores aos observados em março (fruto de um efeito de agregação de procura há muito adiadas).

# Cabeleireiros | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

## 3. Zoom In a “Reaberturas”

. Análise base 100

Análise Diária – Evolução Pontos de Venda Ativos



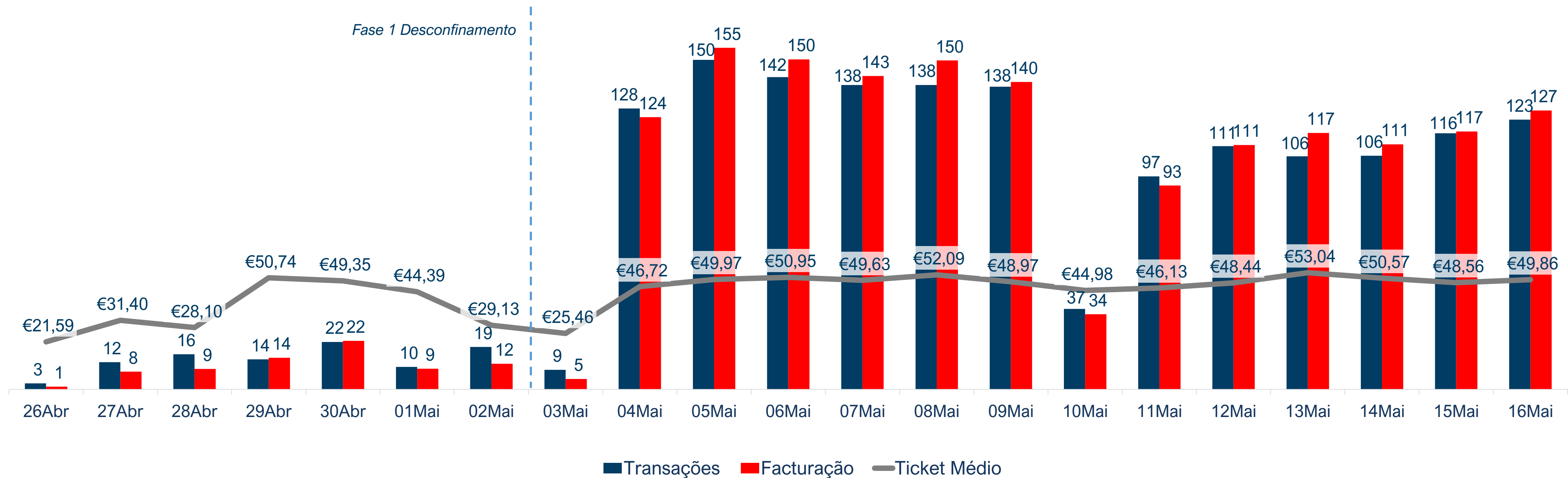
- ✓ A reabertura dos pontos de venda encerrados foi quase instantânea logo no dia 4 de maio, tendo os números estabilizado a partir da 3ª feira, dia 5.
- ✓ O paralelo com a faturação foi evidente, tendo o seu crescimento sido mais explicado por um aumento muitíssimo expressivo do ticket médio (fruto de um efeito de procuras há muito adiadas) do que pela evolução do número de transações

# Cabeleireiros | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

## 3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Diária – Evolução da Faturação



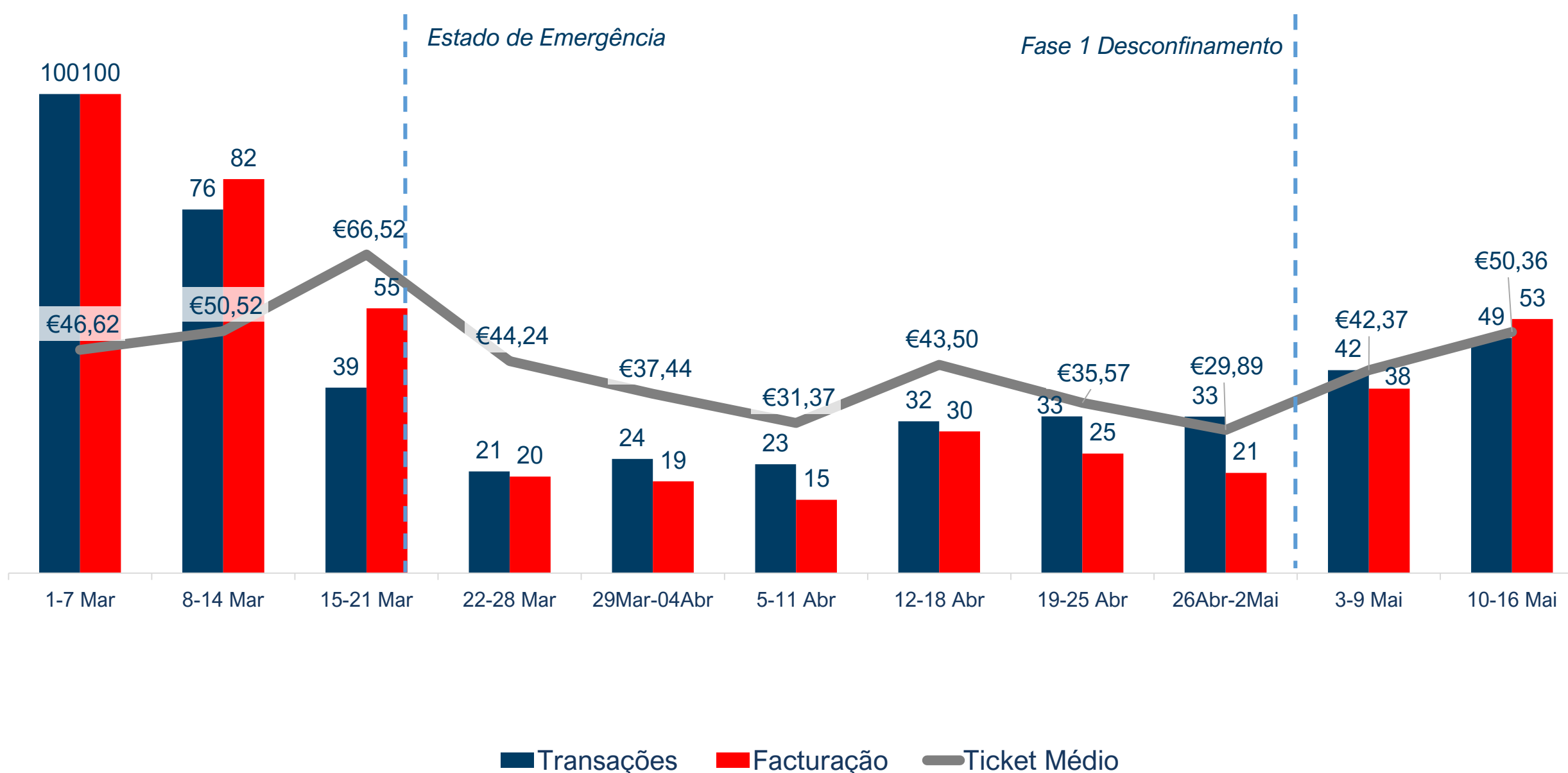
- ✓ Vivemos um momento, imediatamente após a possibilidade de “acesso”, em que há uma procura cada vez maior por parte de segmentos significativos da população. Assim se justifica números de transações 50% superiores aos observados num mês normal pré-COVID
- ✓ O mesmo efeito foi verificado na 1ª semana de desconfinamento na Moda, nas Farmácias e até nos Serviços de Estado

# Papelarias, Livrarias, Revistas e Tabaco | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

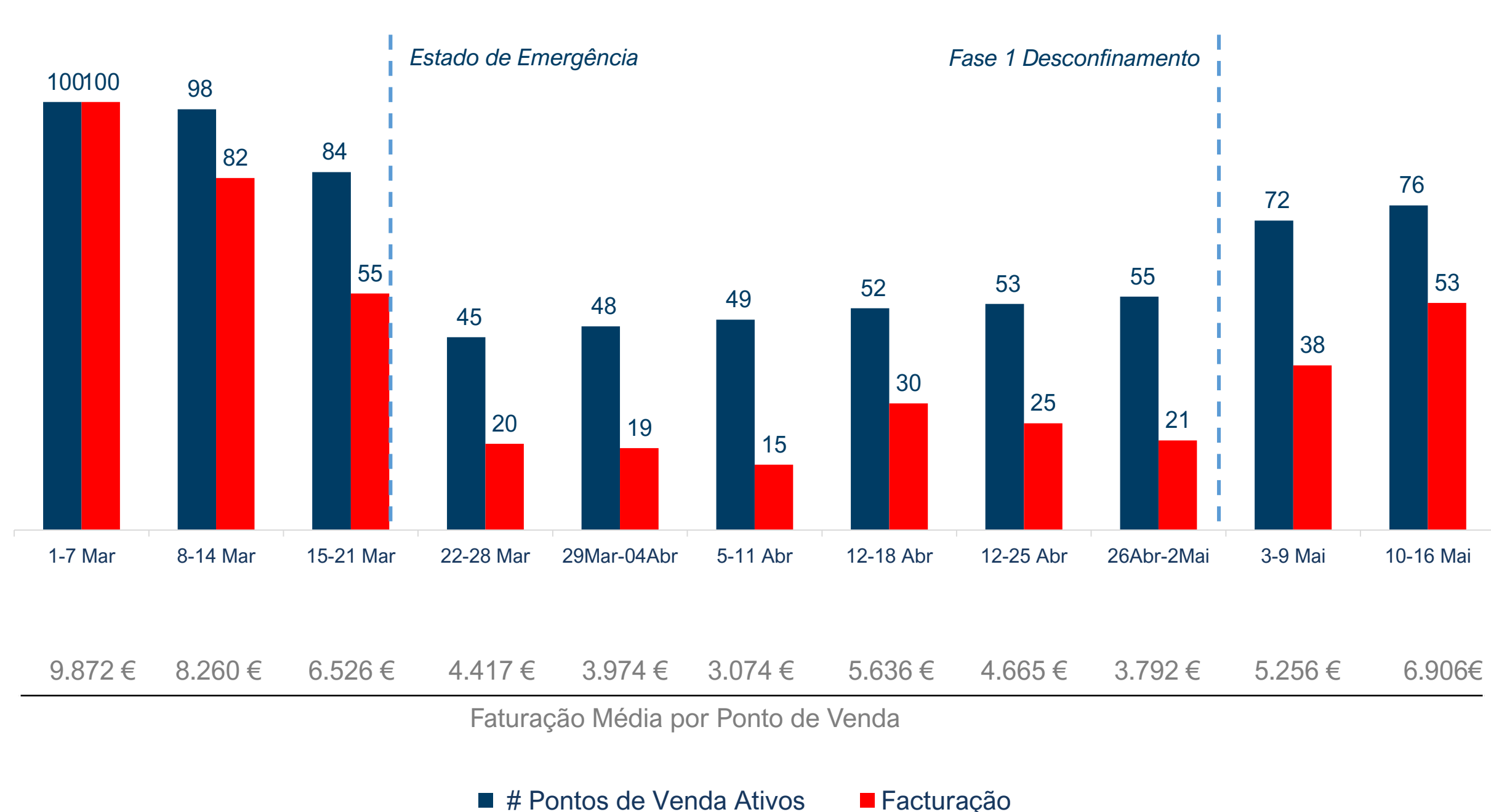
## 3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Semanal Março 2020 – Presente  
Evolução da Faturação



Análise Semanal Março 2020 – Presente  
Evolução Pontos de Venda Ativos



- ✓ Este setor pôde estar em funcionamento durante o Estado de Emergência, tendo ainda assim observado quebras de faturação de quase 90% na semana de 5 de abril
- ✓ Logo após o Decretar do Estado de Emergência observou-se uma perda de 50% dos pontos de venda ativos que apenas com o arranque da 1ª Fase de Desconfinamento começaram a recuperar, prevalecendo apenas 20% encerrados, no final da segunda semana de maio (face aos número do início de março)

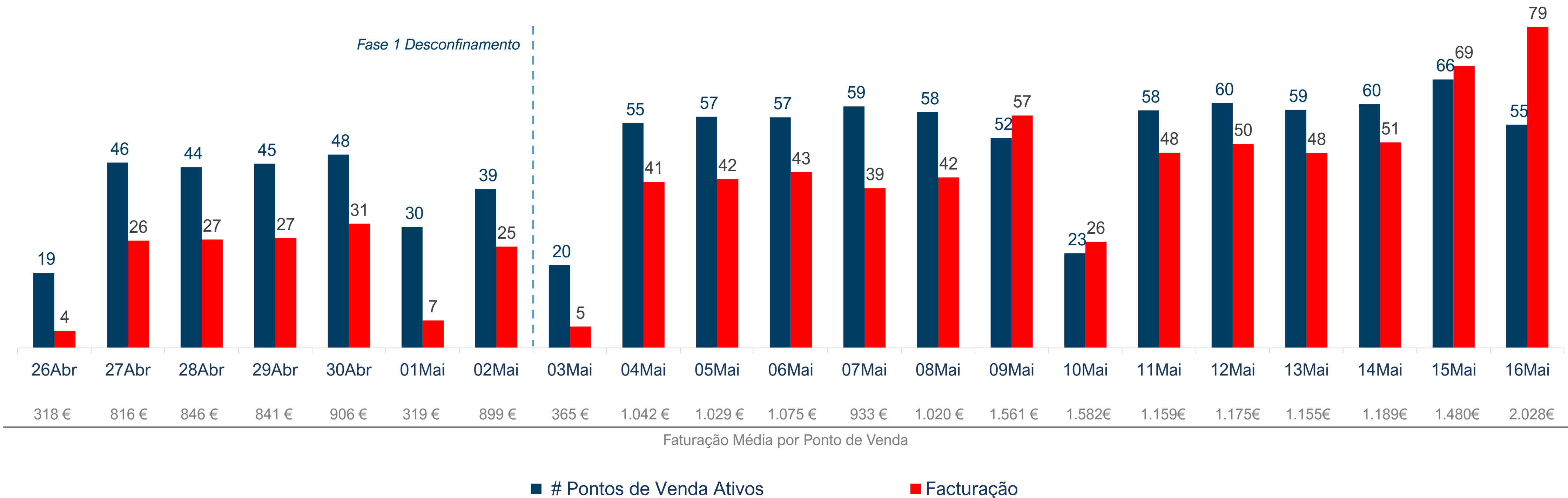


# Papelarias, Livrarias, Revistas e Tabaco | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

## 3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Diária – Evolução Pontos de Venda Ativos



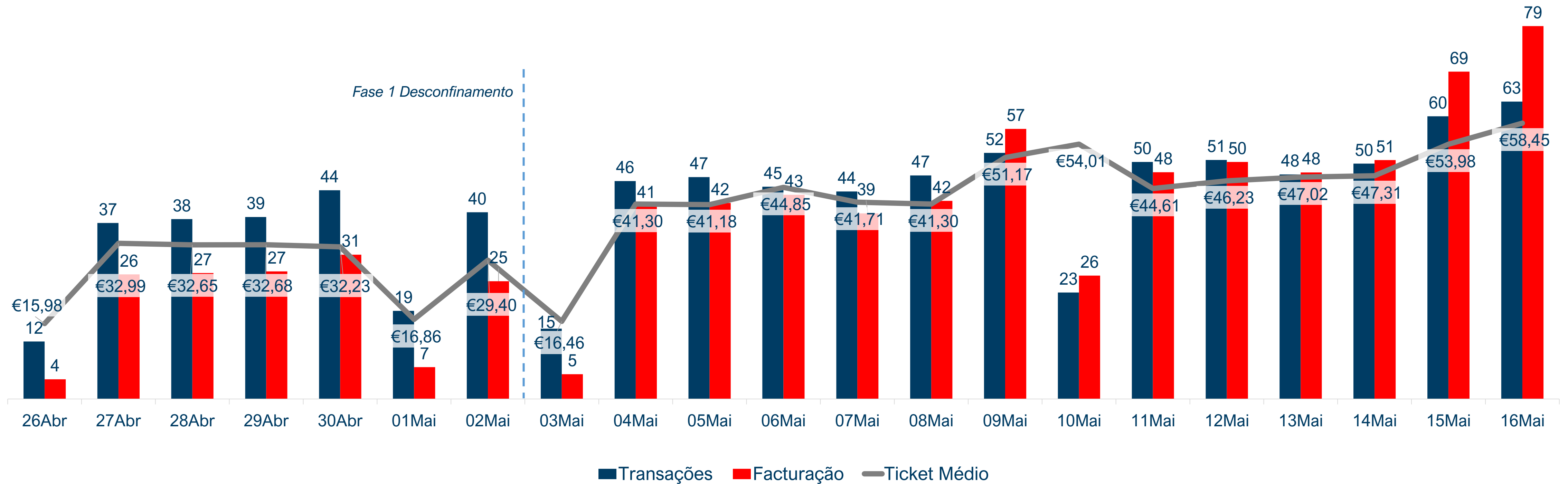
- ✓ No fim do confinamento reabriram quase metade dos pontos de venda que haviam fechado
- ✓ As reaberturas e um natural recuperar de hábitos de compra / consumo por parte dos portugueses contribuíram para uma célere duplicação da faturação (para níveis de 80% do baseline)
- ✓ Falta a abertura dos pontos de venda em grandes espaços comerciais, que poderá ter impacto no computo geral

# Papelarias, Livrarias, Revistas e Tabaco | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

## 3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Diária – Evolução da Faturação



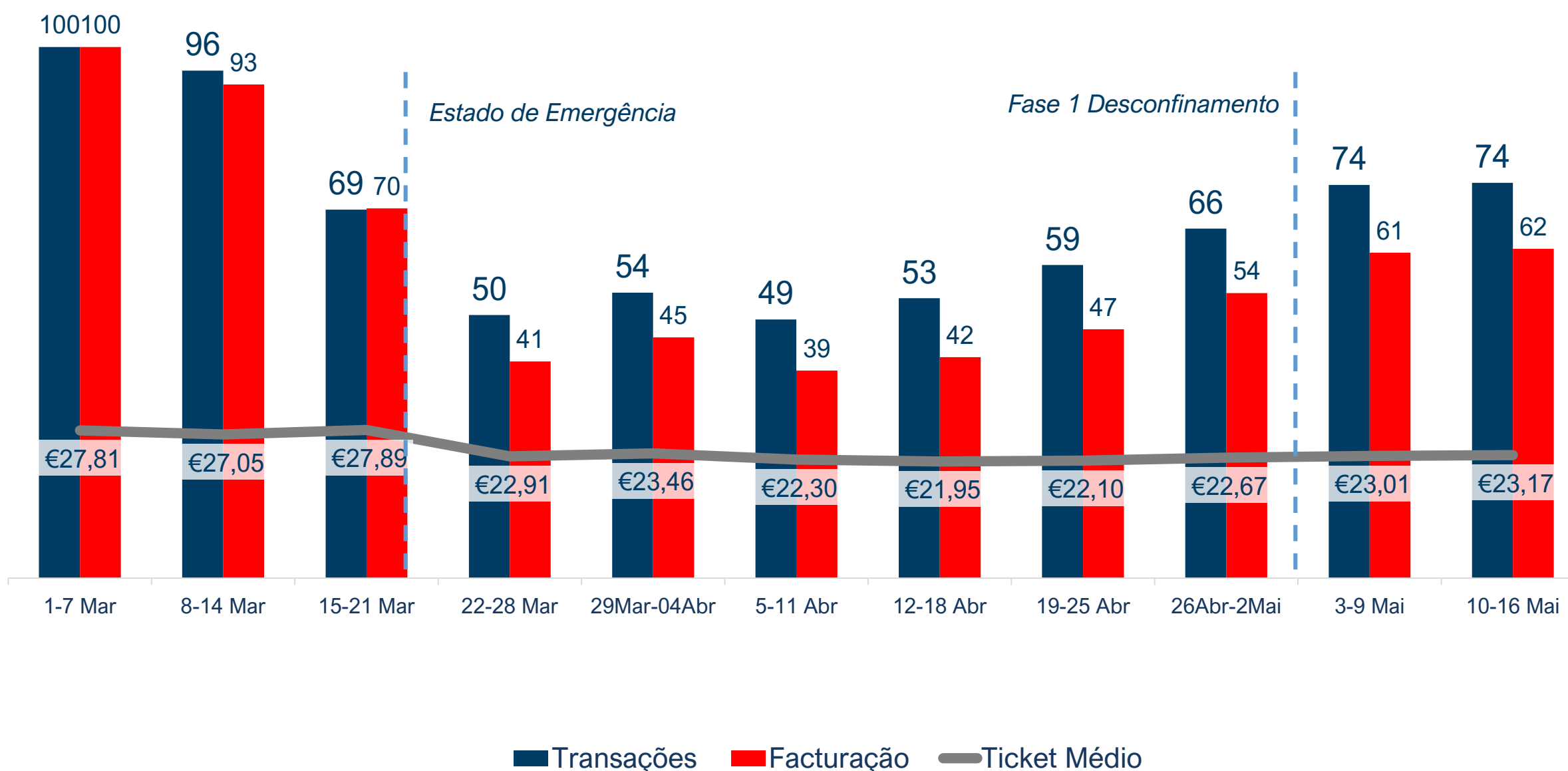
✓ Esta performance é sintomática do reabilitar de hábitos e quotidianos, ainda que, eventualmente, em territórios de proximidade, mais limitados

# Gasolineiras | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

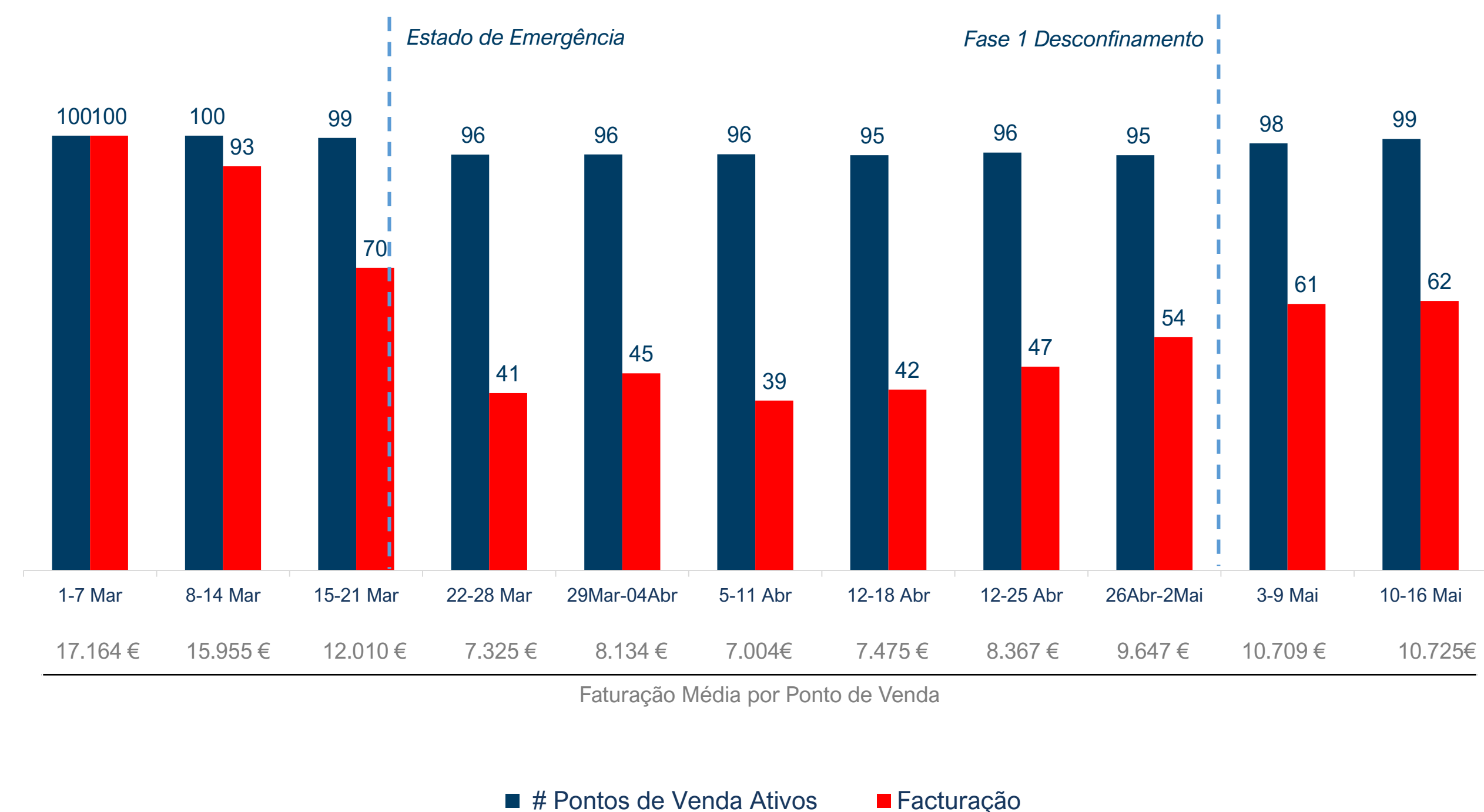
## 3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Semanal Março 2020 – Presente  
Evolução da Faturação



Análise Semanal Março 2020 – Presente  
Evolução Pontos de Venda Ativos



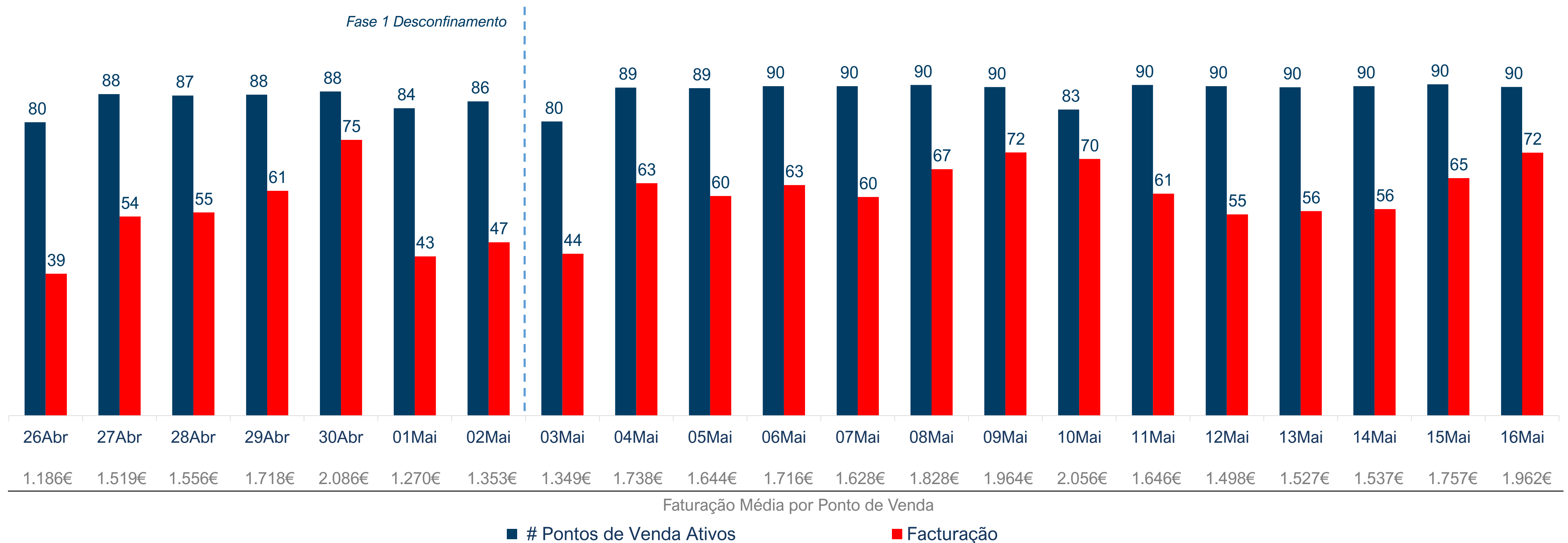
- ✓ Faturação desceu cerca de 60% - queda atingida na 1ª Semana de Estado de Emergência e tem-se mantido estável, com alguma recuperação após a reabertura
- ✓ A quebra de faturação é mais explicada pelo efeito de redução de ticket médio do que por efeito da redução do número de transações

# Gasolineiras | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

## 3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Diária – Evolução Pontos de Venda Ativos



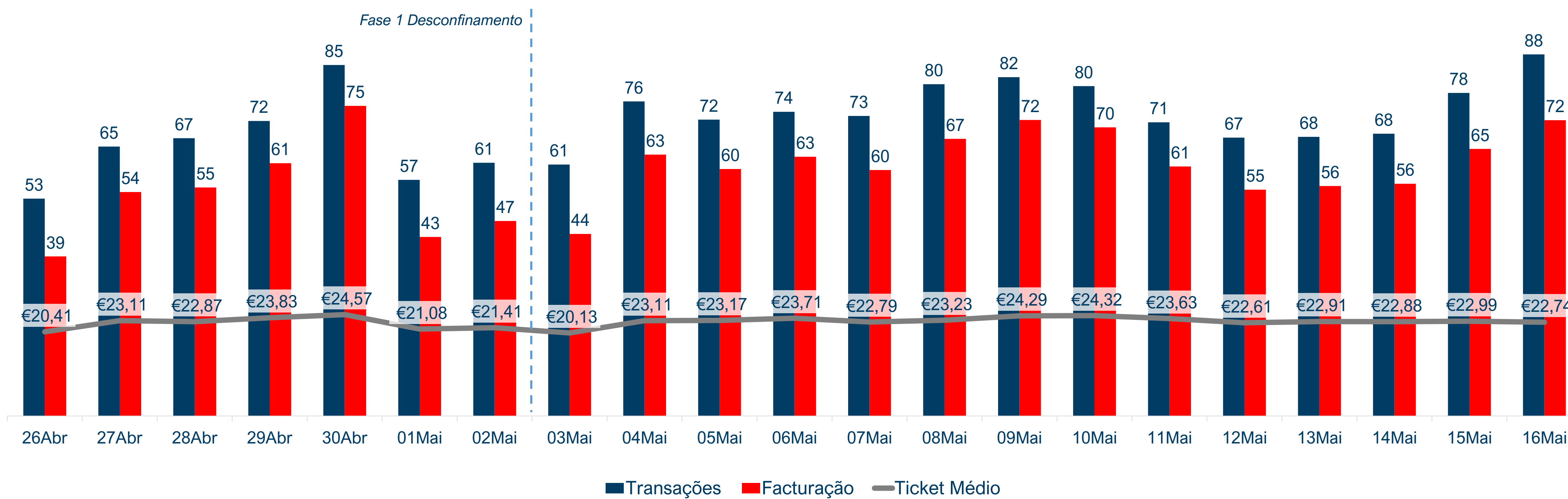
- ✓ A reabertura e o fim do Estado de Emergência não determinaram a reabertura dos 10% de Pontos de Venda que fecharam
- ✓ A base de pontos abertos, está, assim, a recuperar níveis de faturação de forma acelerada

# Gasolineiras | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

## 3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Diária – Evolução da Faturação



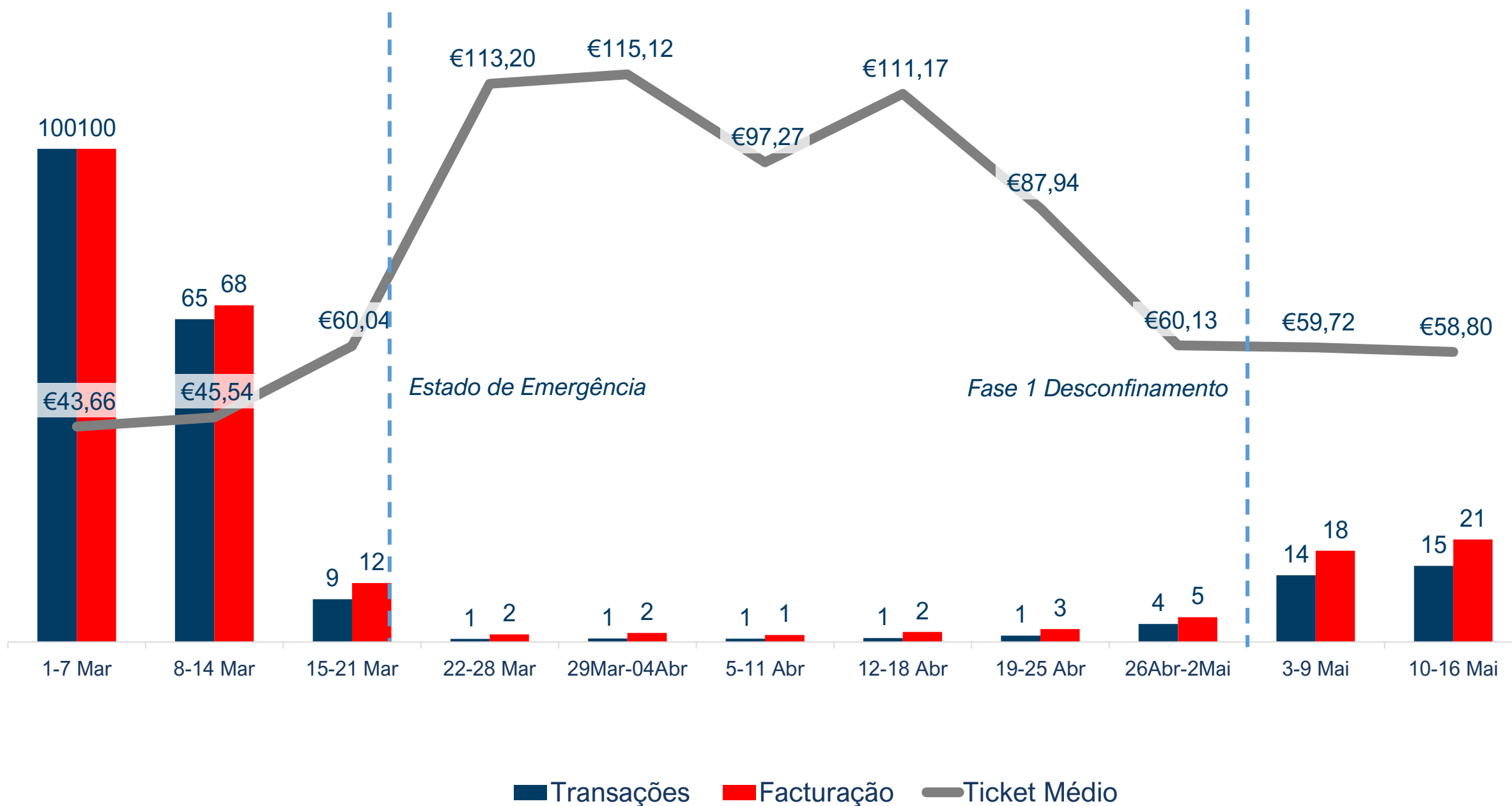
✓ O consumo de combustíveis subiu sustentadamente ao longo de toda a 1ª Fase de Desconfinamento, recuperando sazonalidades semanais habituais

# Moda | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

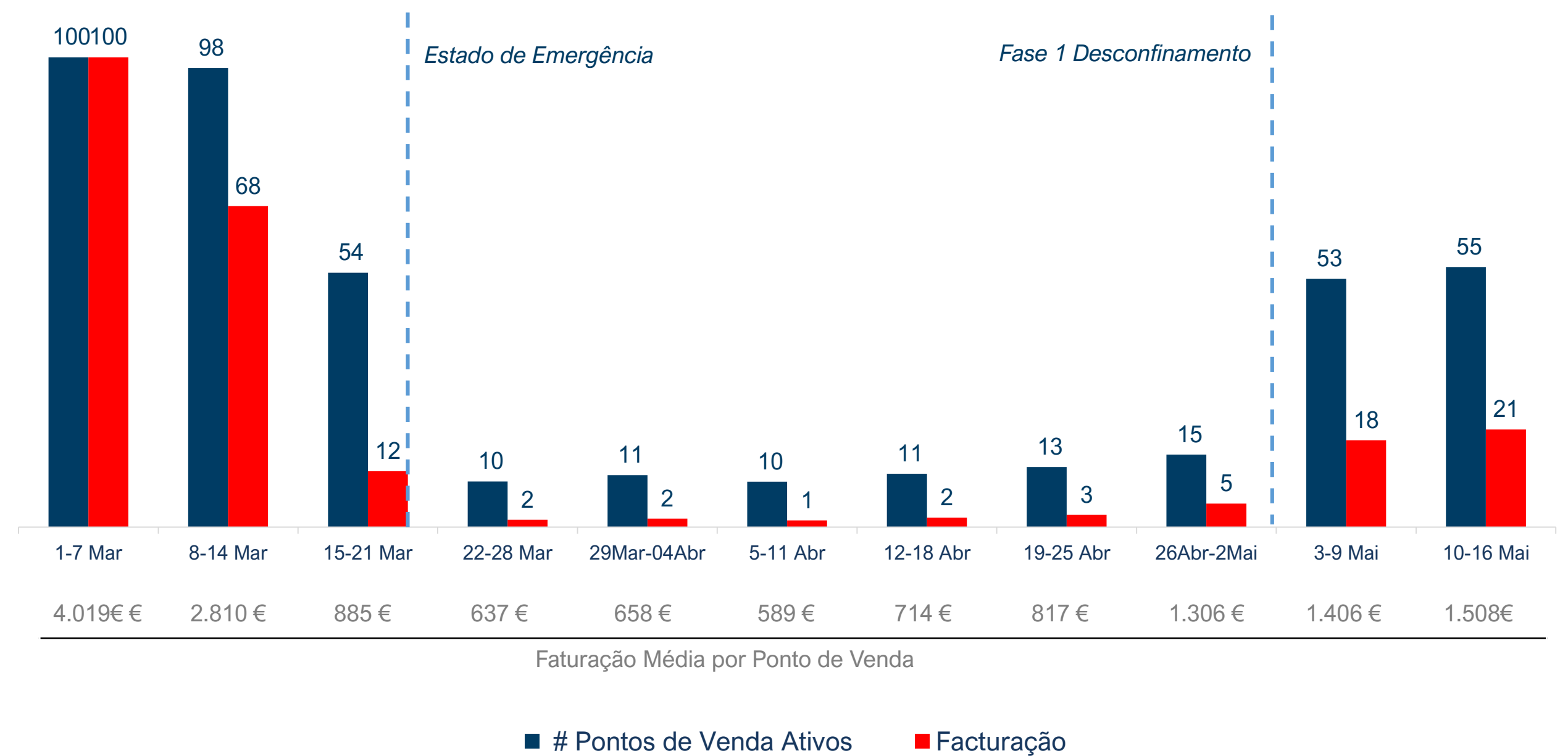
## 3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Semanal Março 2020 – Presente  
Evolução da Faturação



Análise Semanal Março 2020 – Presente  
Evolução Pontos de Venda Ativos



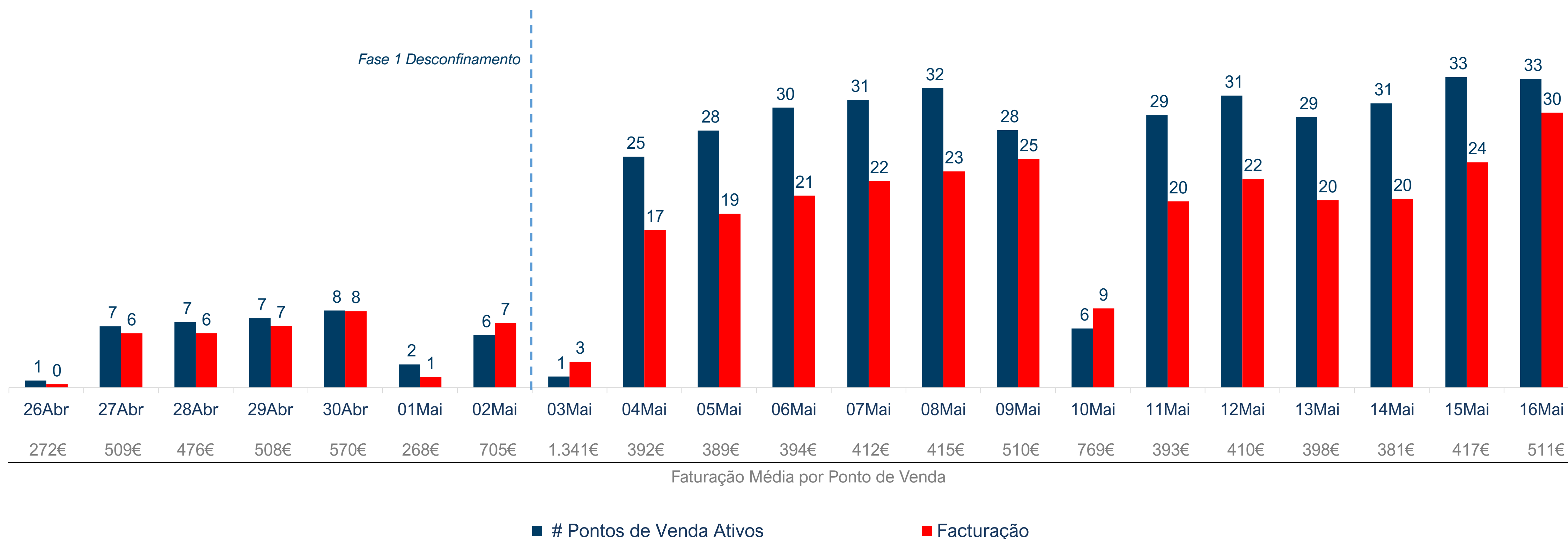
- ✓ A categoria moda, em termos práticos, fechou. O online não teve real impacto em tempos de confinamento que afastaram os consumidores do consumo desta categoria
- ✓ O facto de na semana prévia à declaração do 1º Estado de Emergência se ter observado uma queda de quase 90% da facturação da moda, é sintomático de um imediato reconsiderar das necessidades por parte dos consumidores. A perda de utilidade percebida, durante tempos de confinamento, foi evidente

# Moda | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

## 3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Diária – Evolução Pontos de Venda Ativos



Faturação Média por Ponto de Venda

■ # Pontos de Venda Ativos

■ Facturação



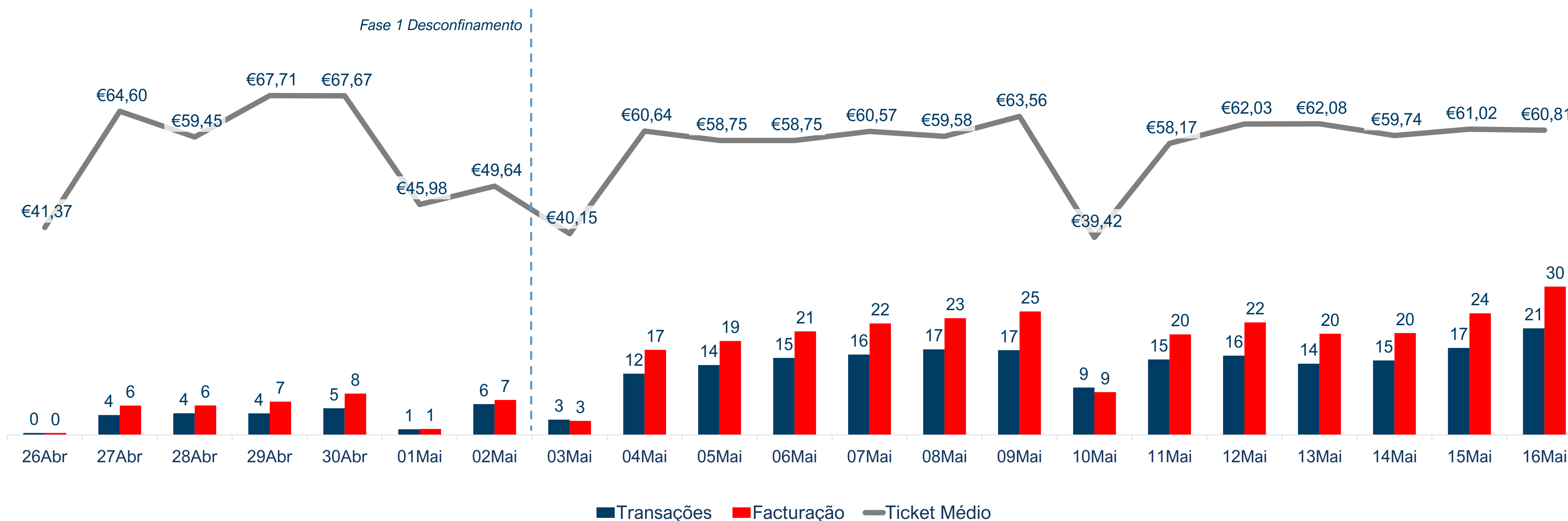
- ✓ O início do desconfinamento, com o qual foi permitida a reabertura das lojas com menos de 200m2 com porta para a rua (o que exclui as que se situam em centros comerciais) trouxe a reabertura de aproximadamente 1/3 dos pontos de venda desta categoria
- ✓ Contudo, a recuperação da facturação foi menor, tendo a média observada sido de aproximadamente 20% do valor de referência tido na 1ª semana de março
- ✓ A subcategoria das Retrosarias que abriu com níveis de facturação de 149 (em base 100), é uma curiosa exceção! Será reflexo da procura de matérias primas para fazer máscaras sociais?

# Moda | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

## 3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Diária – Evolução da Faturação



- ✓ Tendo como proxy o número de transações, constata-se, que este em média continua 85% abaixo dos valores base de referência
- ✓ O efeito da reabertura dos centros comerciais, onde se situam as principais insígnias e formatos de moda, será uma importante prova dos nove na demonstração da capacidade de recuperação de uma categoria que antecipamos tenha pela frente longos tempos de perda (cortes de consumo + perdas de experiência + menos sociabilização são drivers com forte impacto)

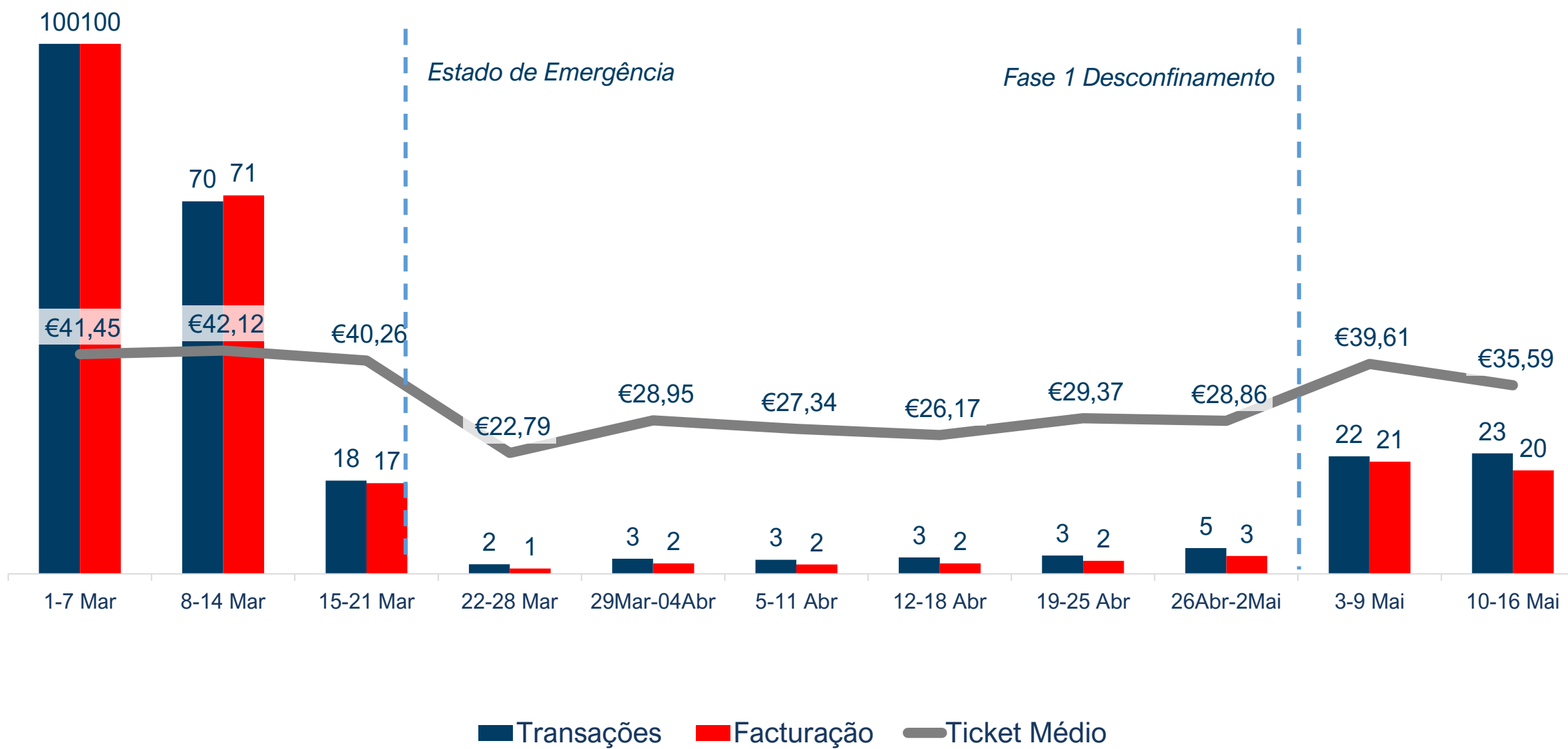


# Cosmética e Perfumes | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

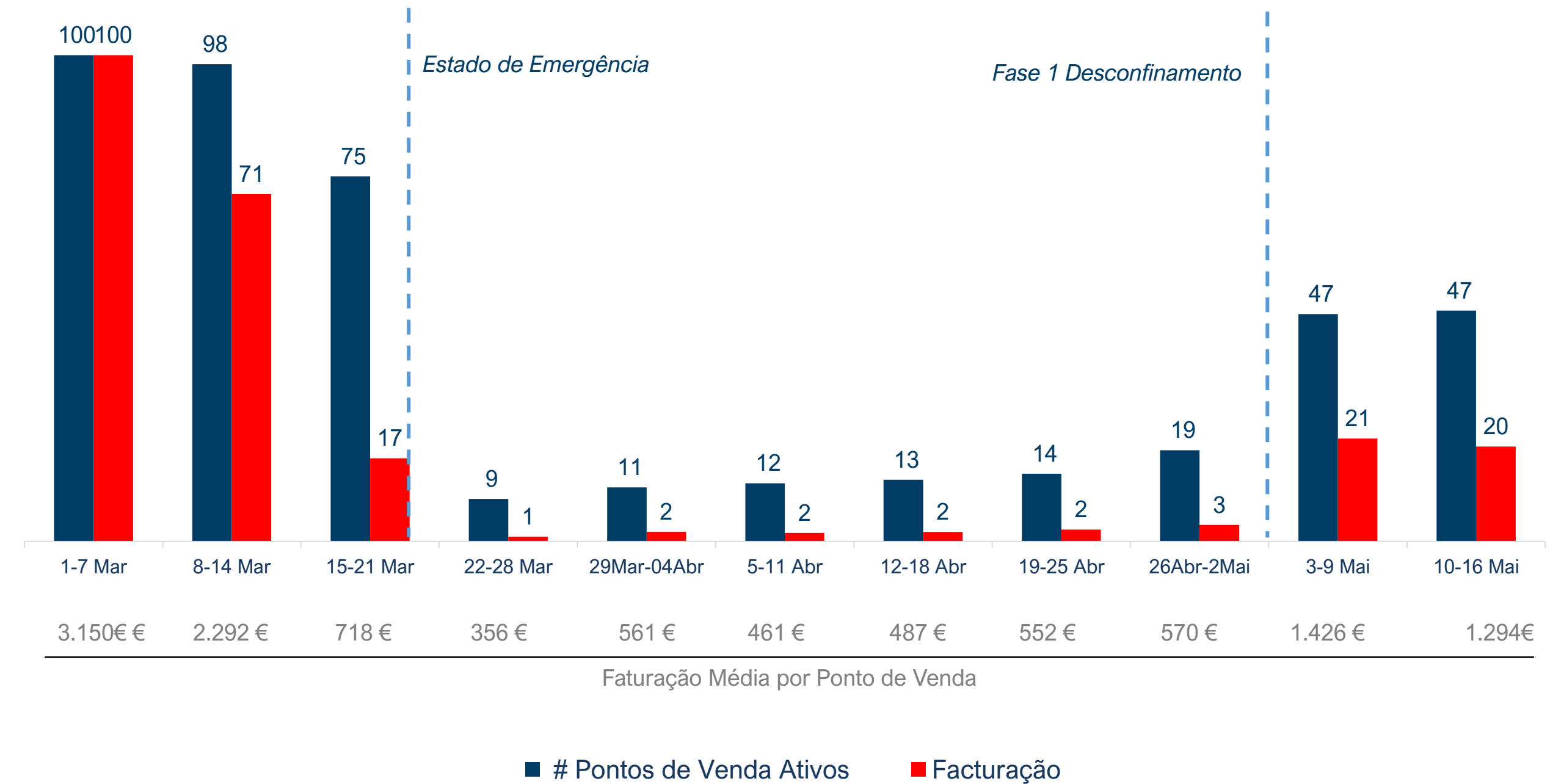
## 3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Semanal Março 2020 – Presente  
Evolução da Faturação



Análise Semanal Março 2020 – Presente  
Evolução Pontos de Venda Ativos



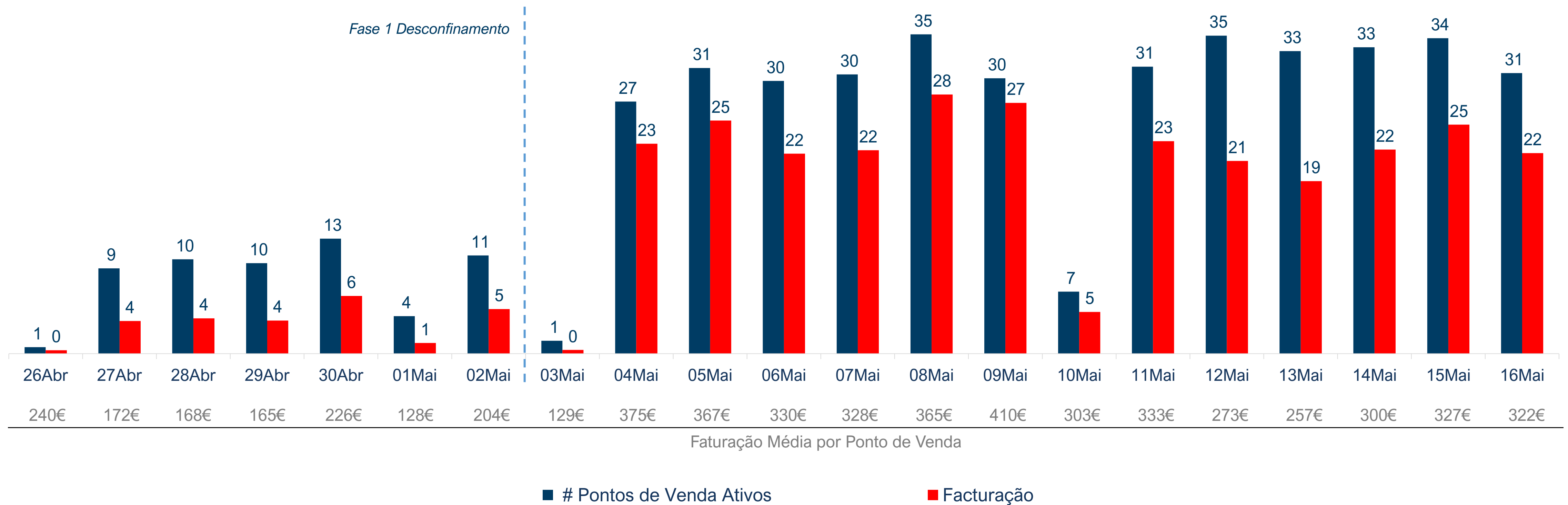
- ✓ Durante o Estado de Emergência as perfumarias estiveram fechadas (com alguma substituição de consumos a migrar para os Hipers&Supers)
- ✓ O facto de na semana prévia à declaração do 1º Estado de Emergência se ter observado uma queda de quase 80% da facturação da categoria, é sintomático de um imediato reconsiderar das necessidades por parte dos consumidores, a perda de utilidade percebida foi evidente

# Cosmética e Perfumes | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

## 3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Diária – Evolução Pontos de Venda Ativos



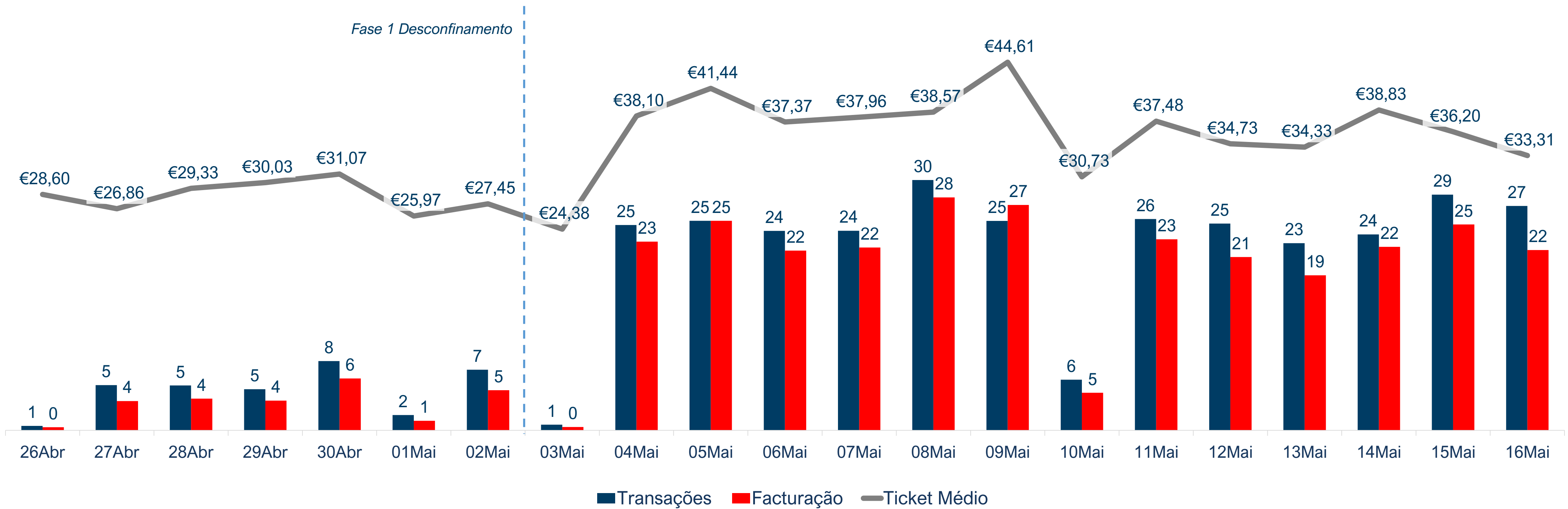
- ✓ O início do desconfinamento, com o qual foi permitida a reabertura das perfumarias com menos de 200m<sup>2</sup> com porta para a rua (o que exclui as que se situam em centros comerciais) trouxe a reabertura de aproximadamente 200 dos pontos de venda desta categoria
- ✓ Contudo, a recuperação da facturação foi bastante menor, tendo a média observada sido de aproximadamente 20% do valor de referência tido na 1ª semana de março

# Cosmética e Perfumes | Evolução da Faturação & Pontos de Venda Ativos

## 3. Zoom In a “Reaberturas”

Análise base 100

Análise Diária – Evolução da Faturação

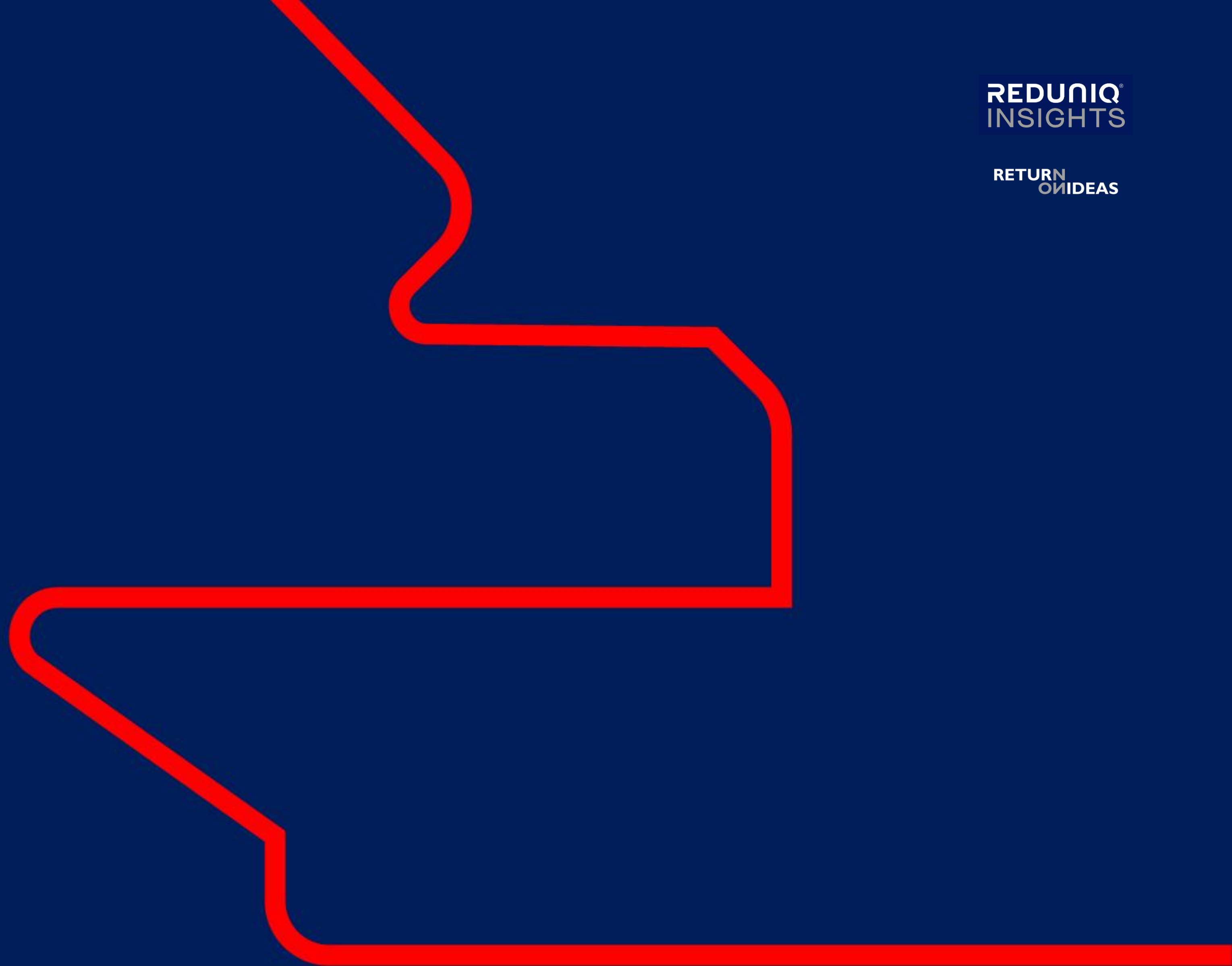


- ✓ Tendo como proxy o número de transações, constata-se, que este em média continua 75% abaixo dos valores base de referência
- ✓ O efeito da reabertura dos centros comerciais, onde se situam as principais insígnias de perfumarias e cosmética, será uma importante prova dos nove na demonstração da capacidade de recuperação de uma categoria que antecipamos tenha pela frente longos tempos de perda (tal como na moda, cortes de consumo + perdas de experiência + menos sociabilização são drivers com forte impacto)

Obrigado.

REDUNIQ<sup>®</sup>  
INSIGHTS

RETURN  
ON IDEAS



# Anexos | Evolução da Performance do Retalho

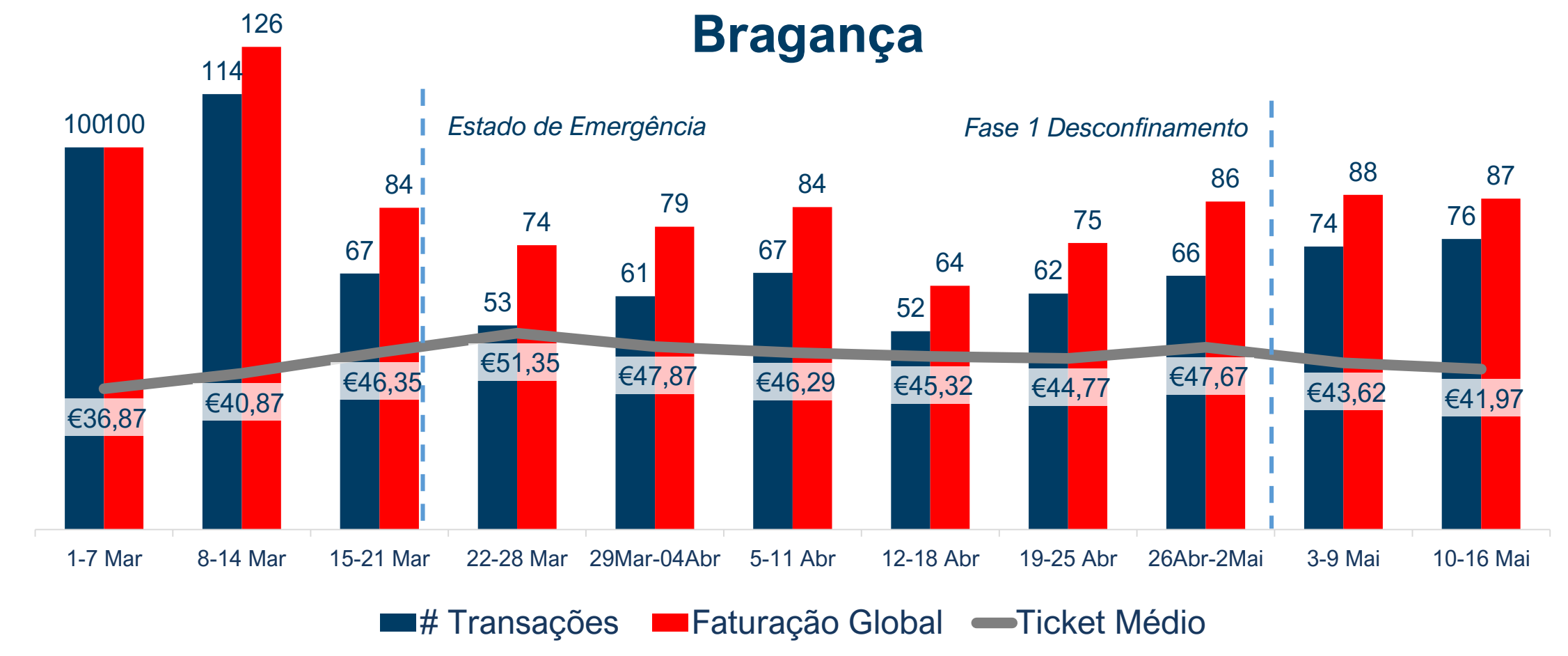
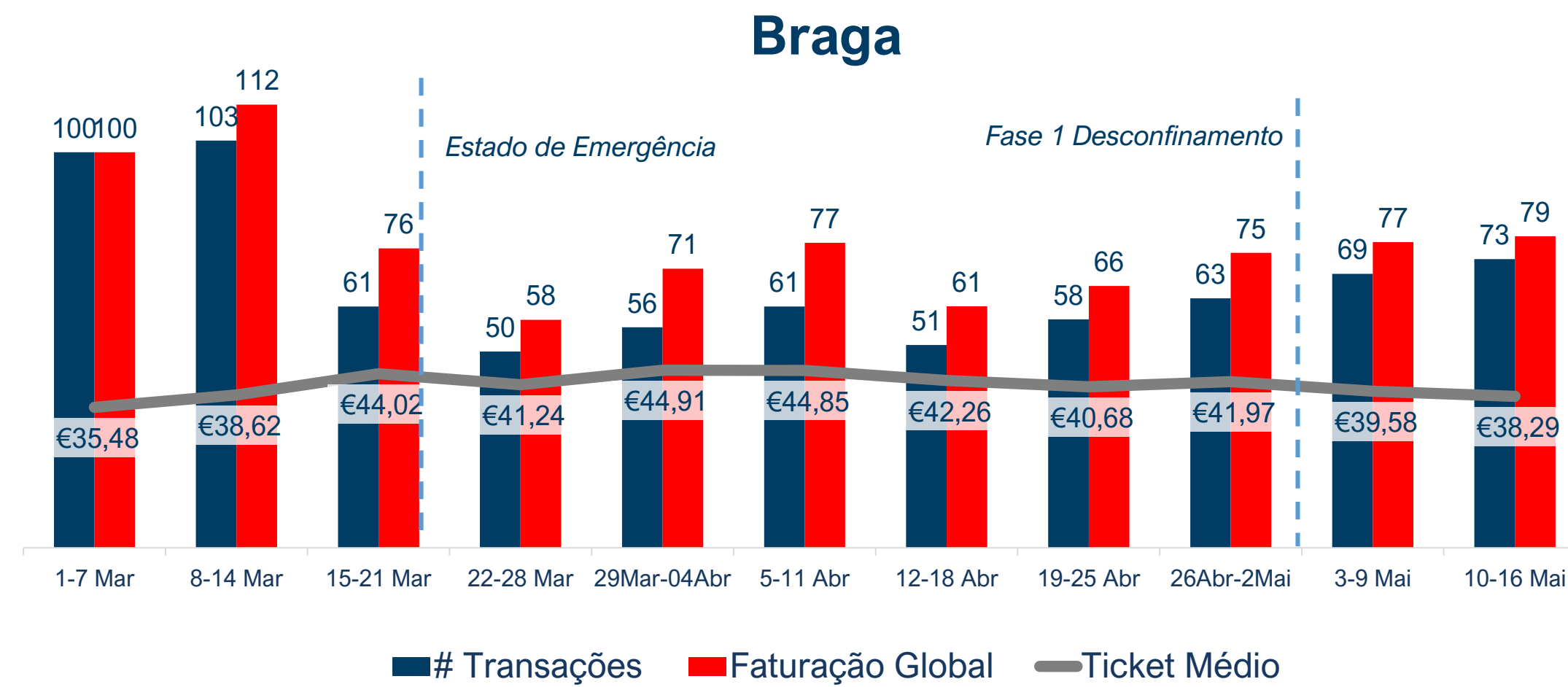
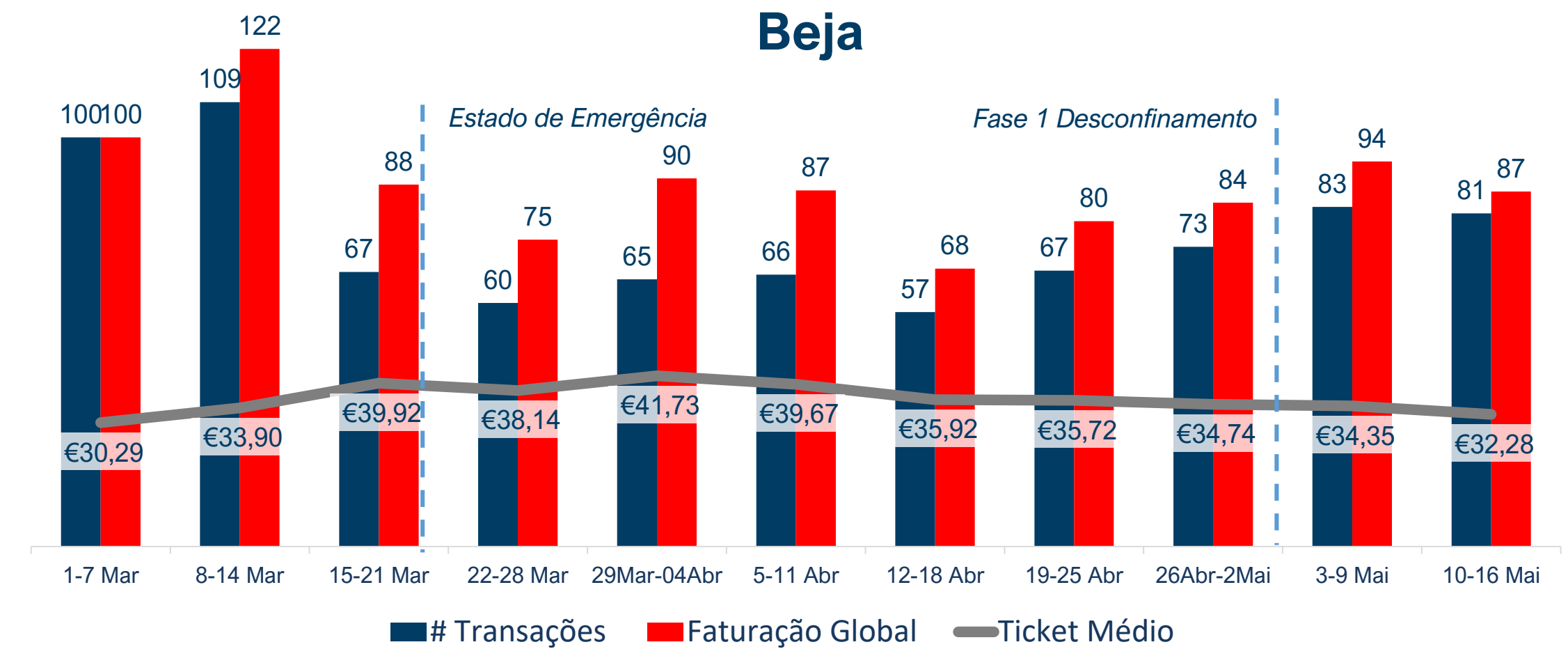
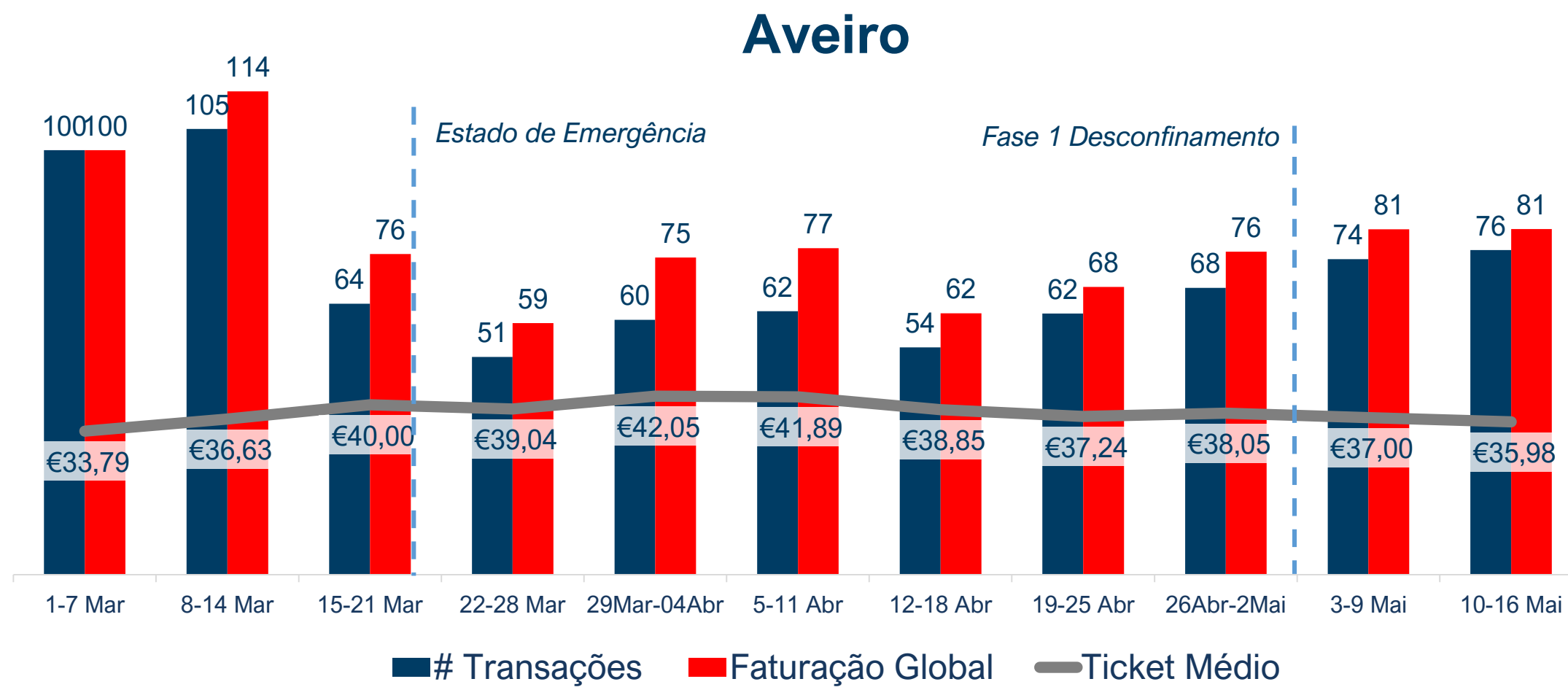
Análise por Distritos



# Evolução da Faturação (por distritos) – análise semanal Mar2020 - Presente

## 1. Evolução da Performance do Retalho

. Análise base 100

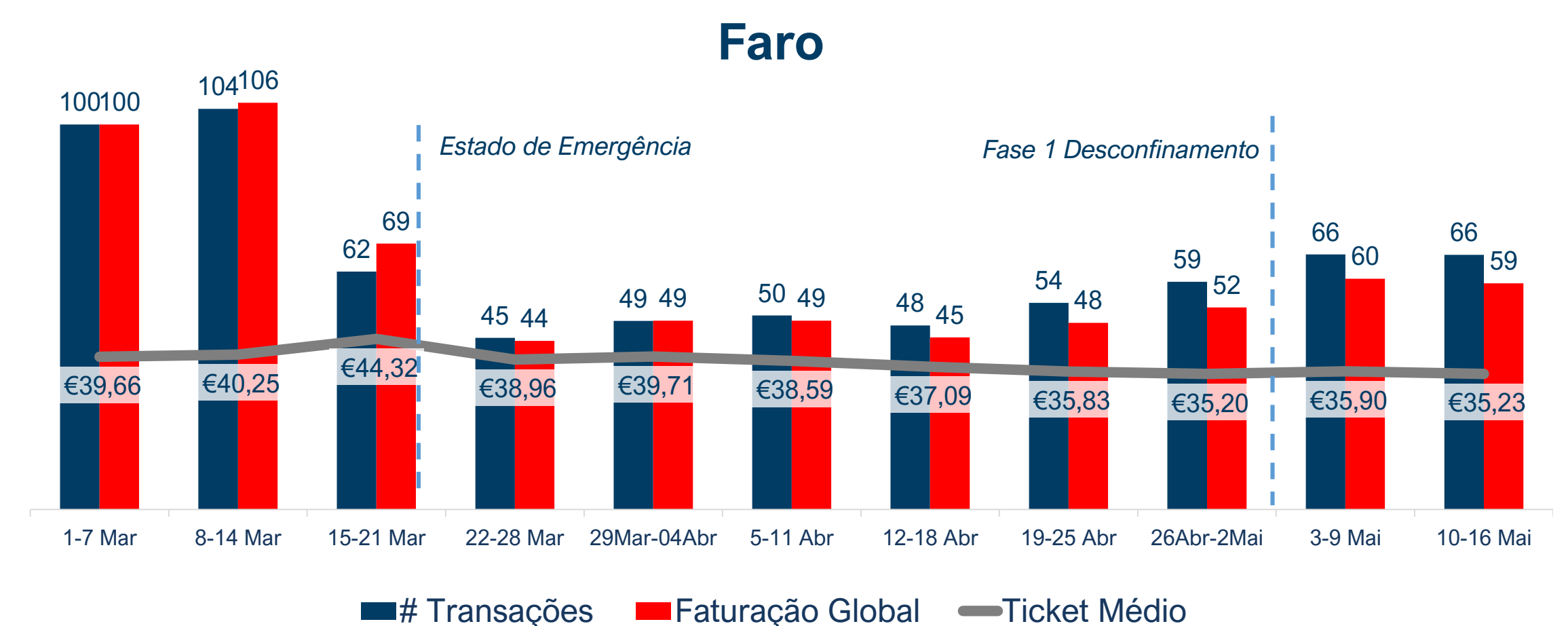
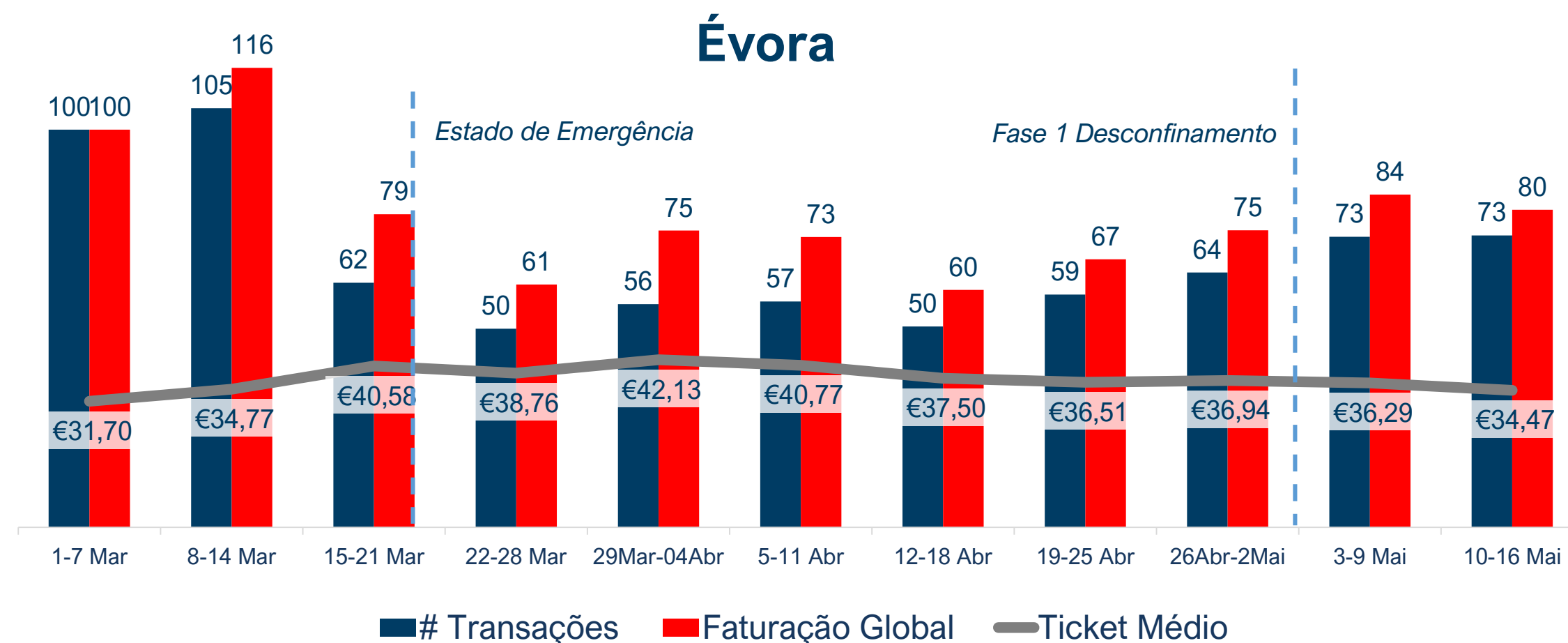
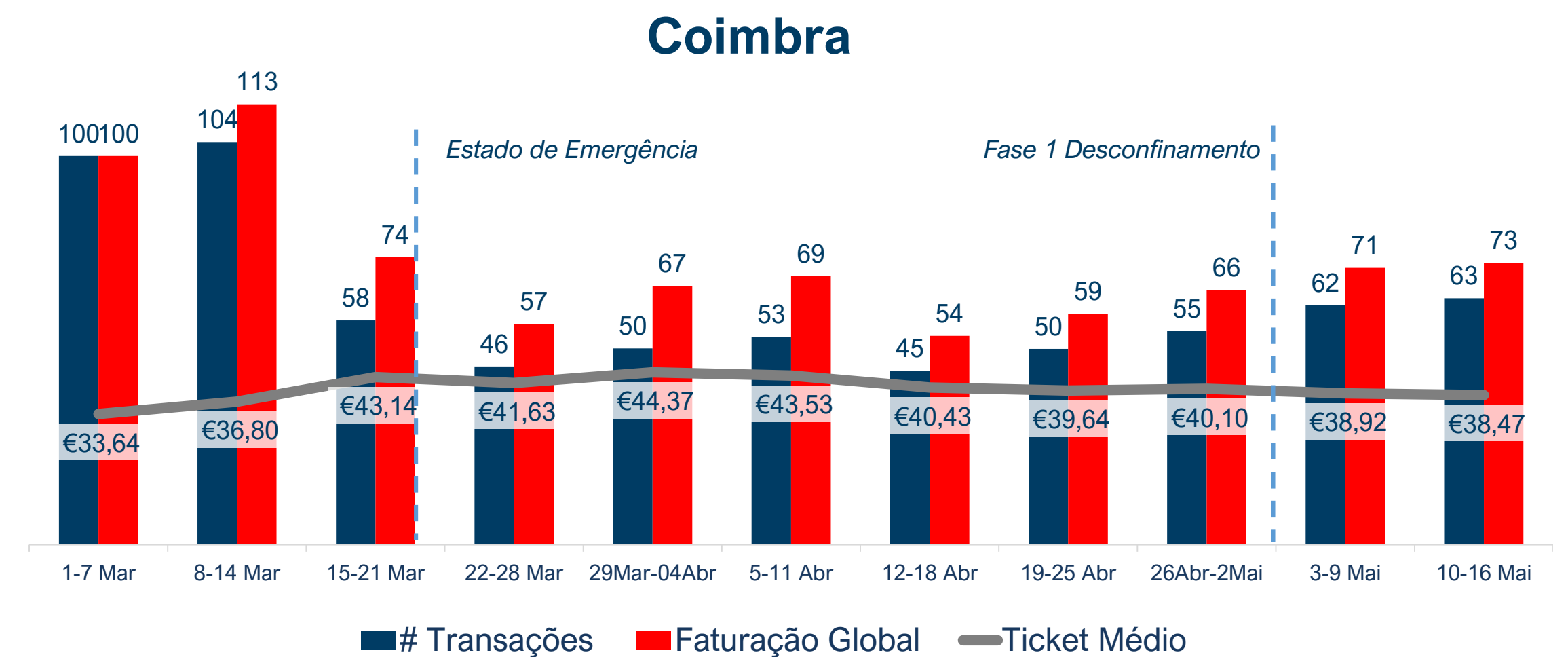
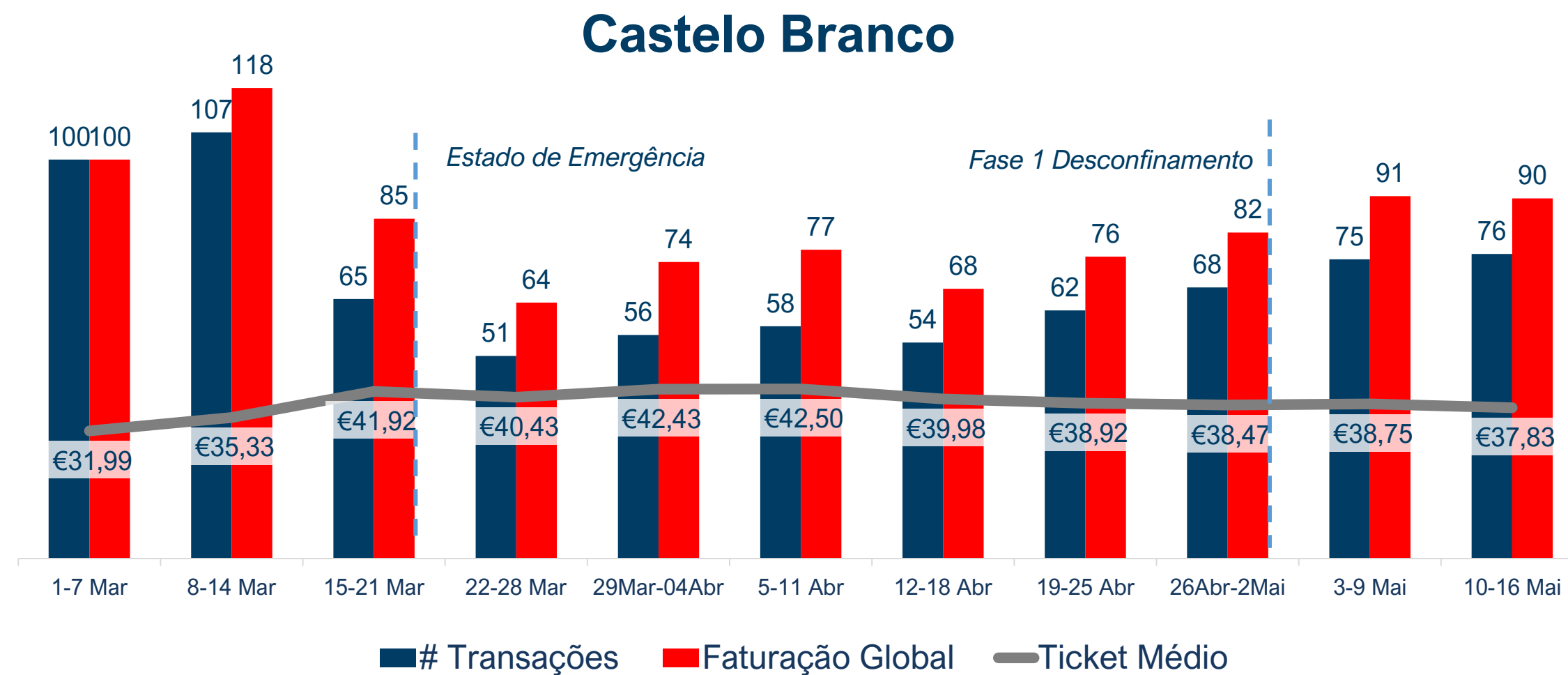


✓ Há grandes diferenças entre distritos com menor população e interior (como Beja, Portalegre, Castelo Branco, Guarda, Bragança) e litoral, de maior dimensão. Os primeiros dão mostras de uma grande recuperação (atingindo já valores próximos de 90 em análise de base 100) que se pode explicar por serem regiões que dependem essencialmente do consumo em grandes players de retalho moderno

# Evolução da Faturação (por distritos) – análise semanal Mar2020 - Presente

## 1. Evolução da Performance do Retalho

. Análise base 100



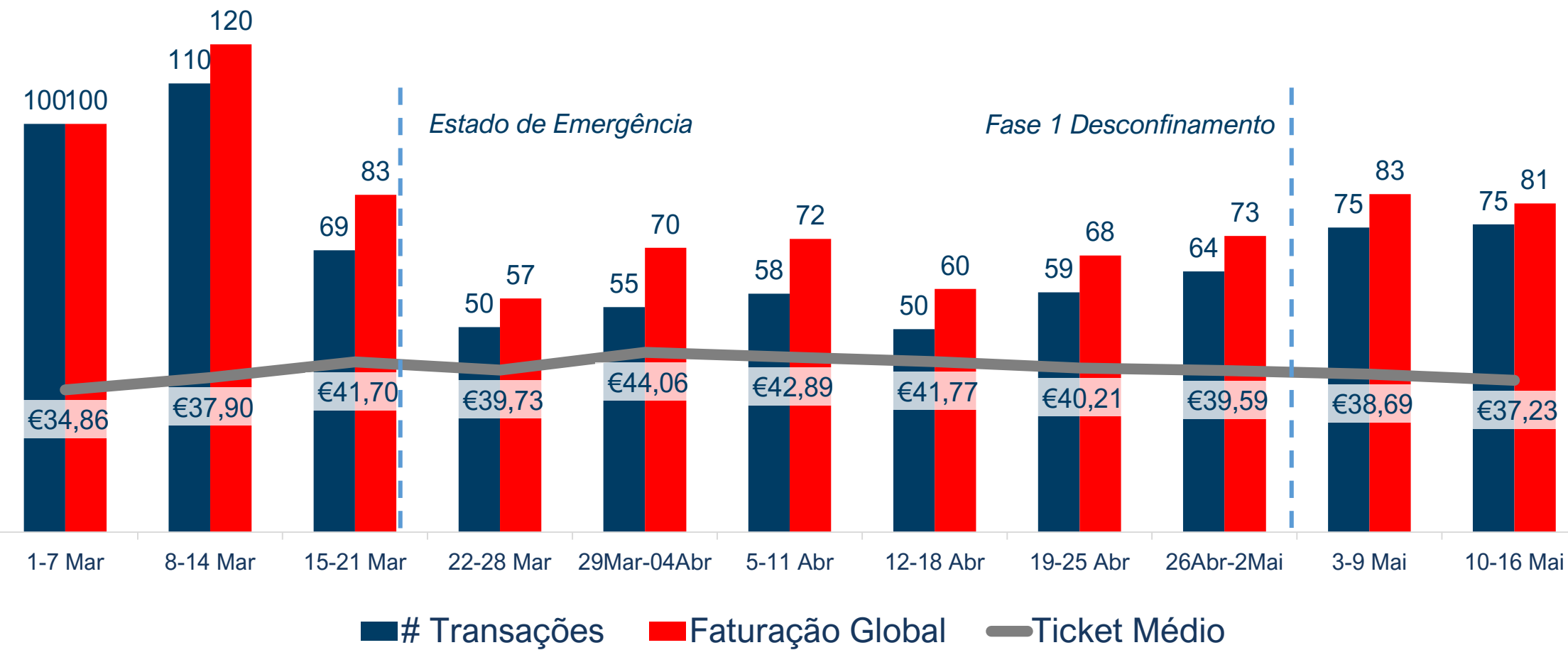
✓ Distritos como Madeira, Faro e Lisboa a chegarem ao final de abril com níveis de faturação próximos a 50% dos valores observados no arranque de março, que podem ser a síntese do impacto do desaparecimento do turismo em territórios que dele dependem muito

# Evolução da Faturação (por distritos) – análise semanal Mar2020 - Presente

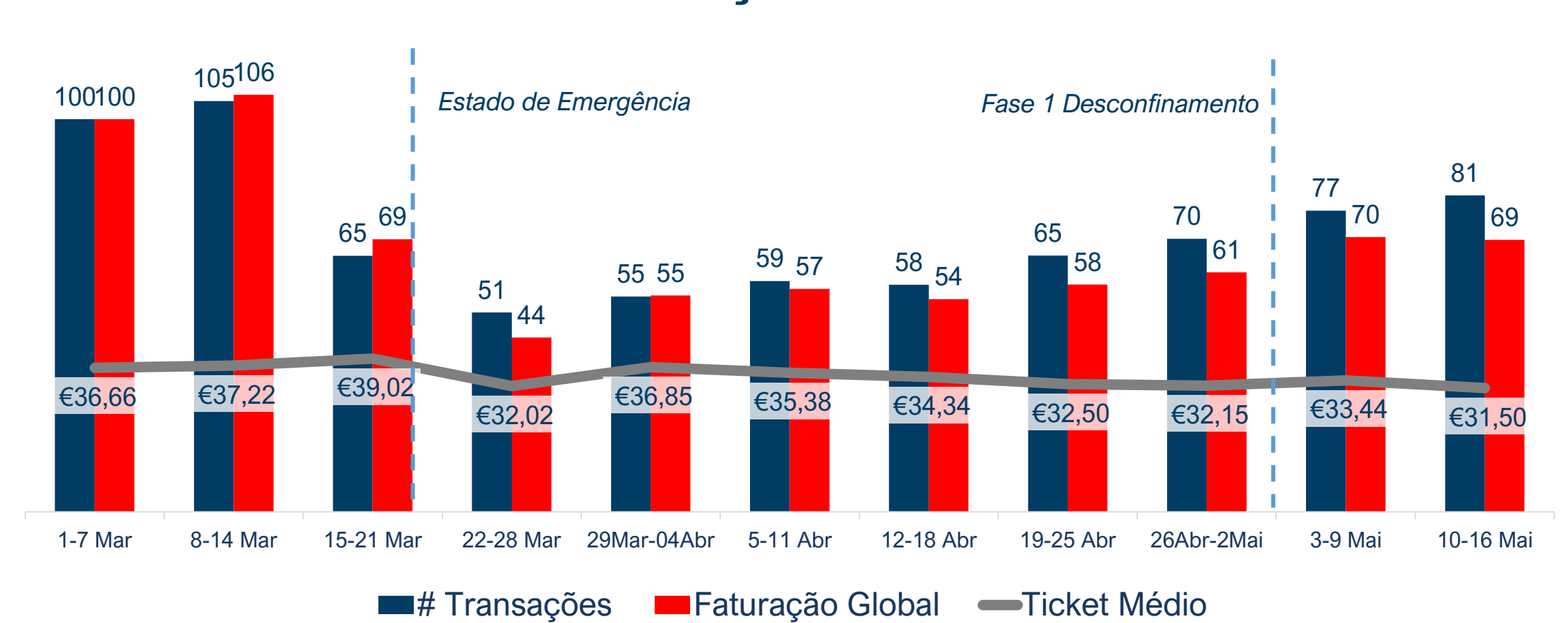
## 1. Evolução da Performance do Retalho

. Análise base 100

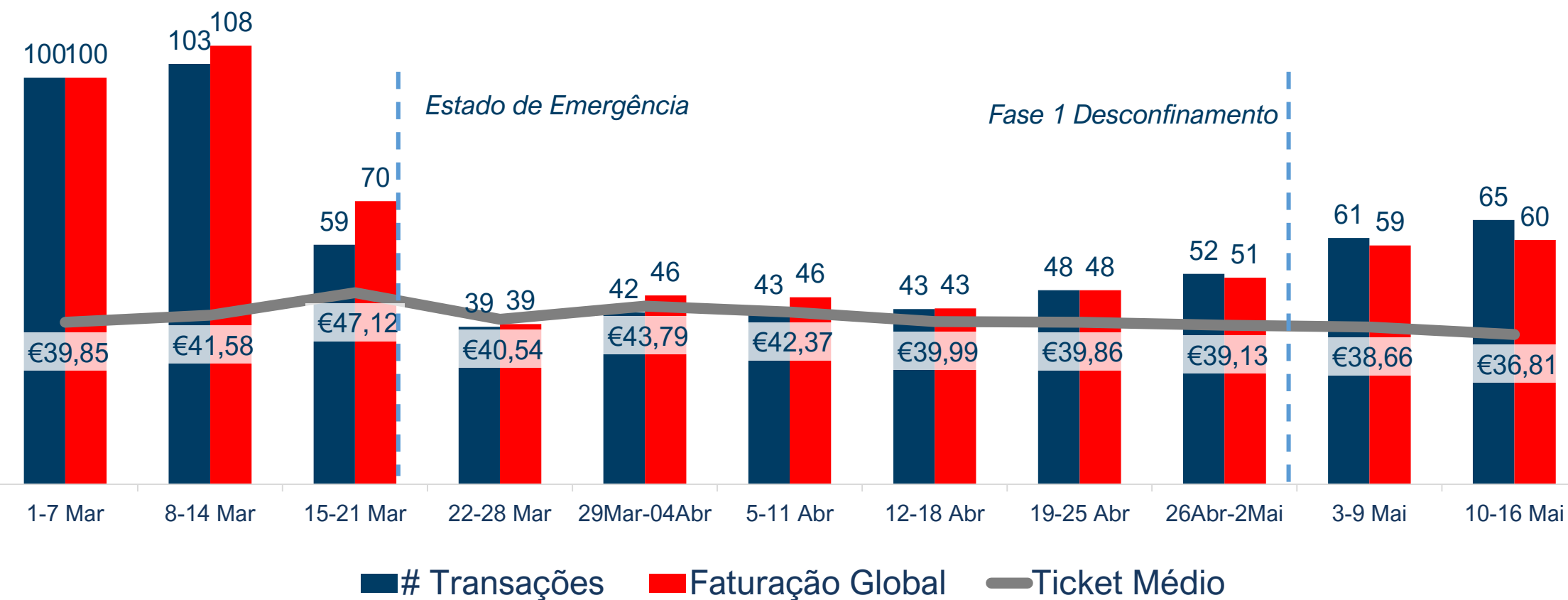
### Guarda



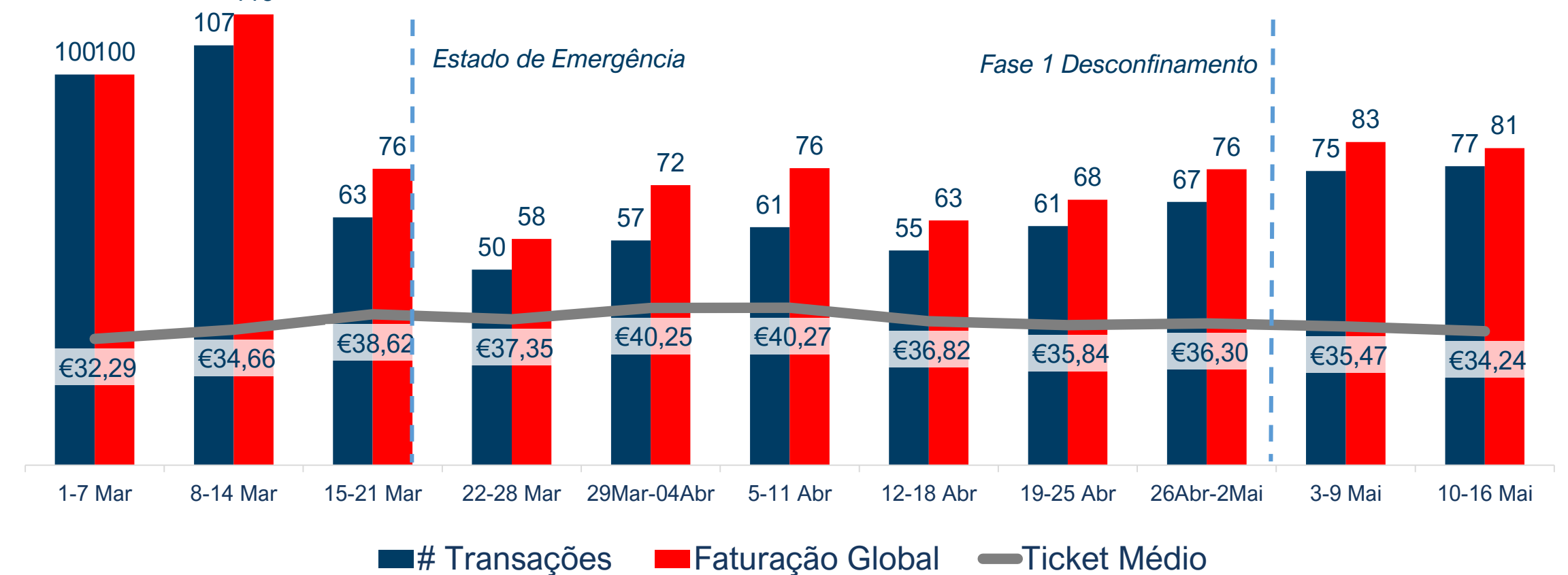
### Açores



### Madeira



### Leiria



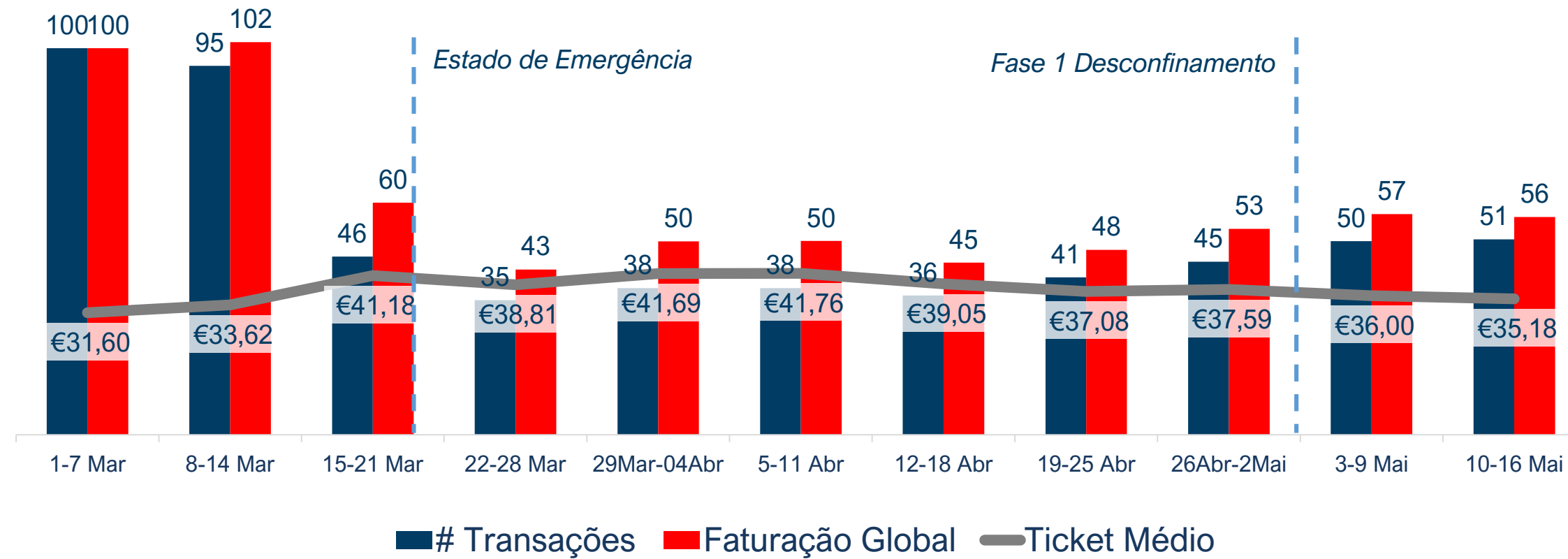


# Evolução da Faturação (por distritos) – análise semanal Mar2020 - Presente

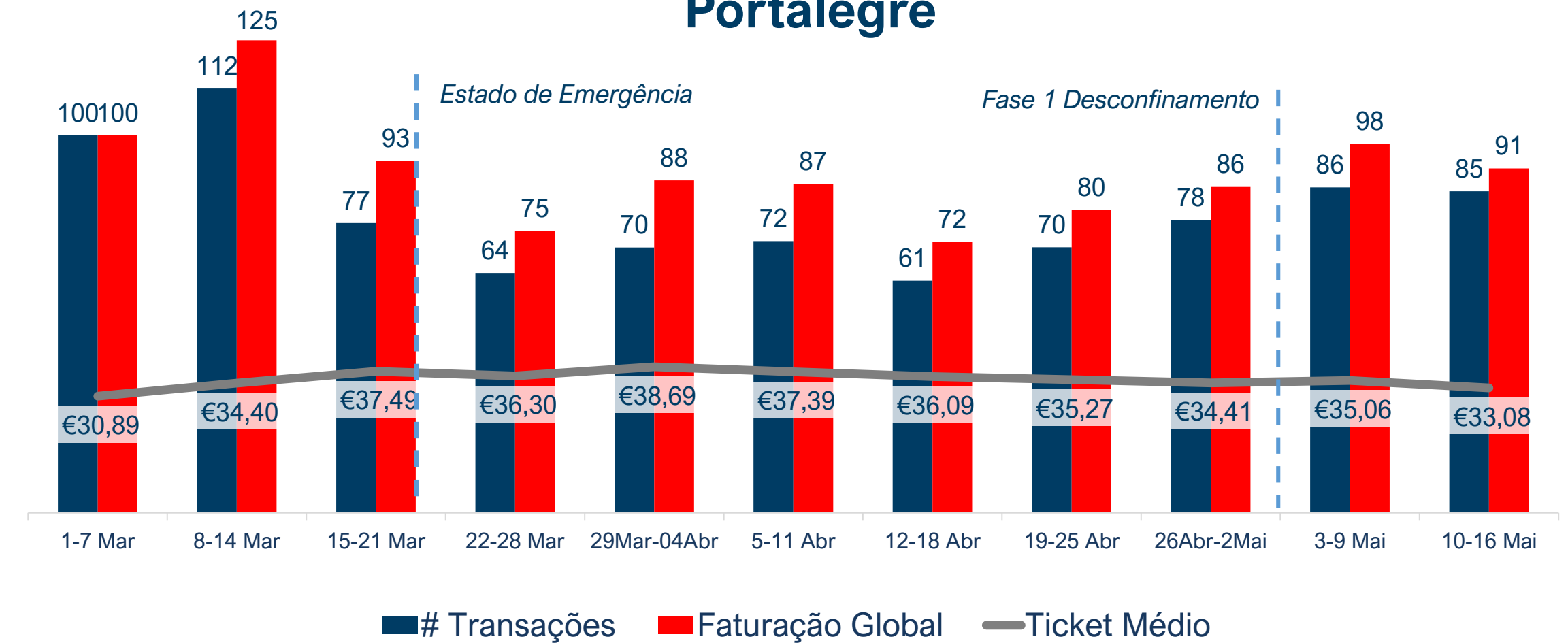
## 1. Evolução da Performance do Retalho

. Análise base 100

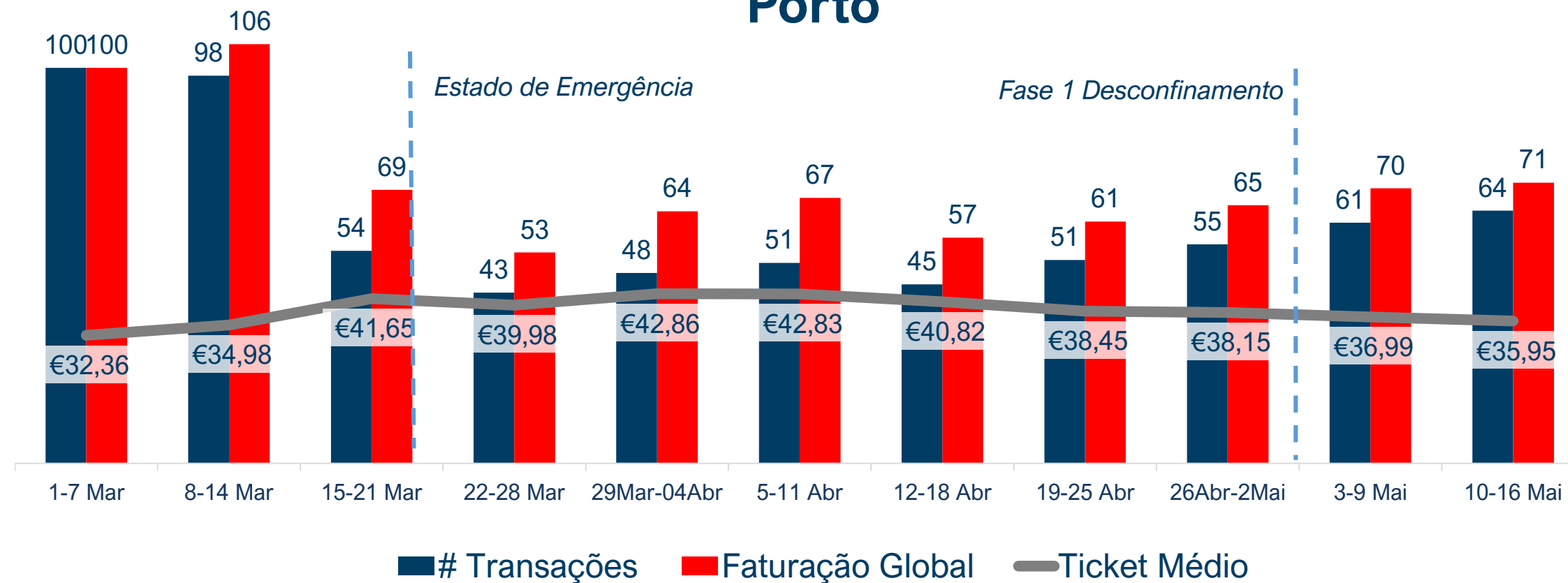
### Lisboa



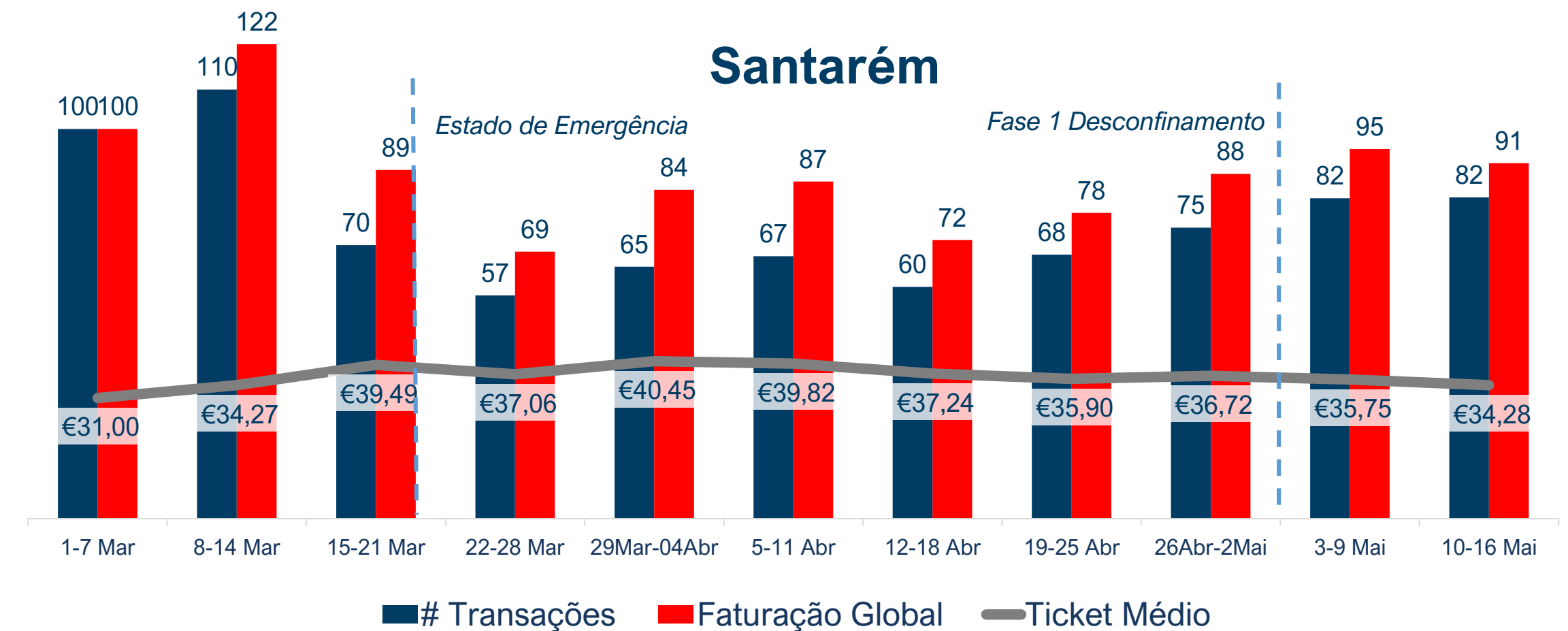
### Portalegre



### Porto



### Santarém



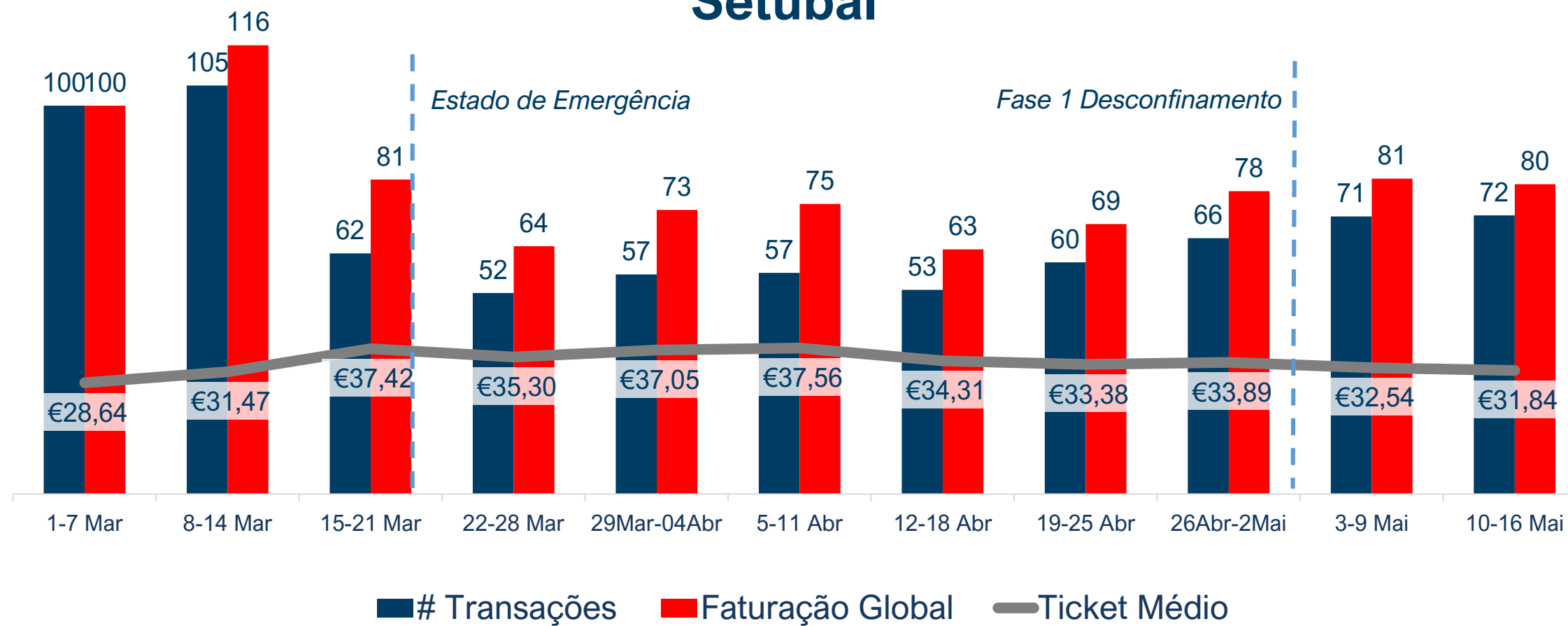
✓ As quedas de Lisboa e Porto podem também ser explicadas pelo facto de serem “cidades terciárias” das quais os fluxos de trabalhadores, em grande medida, desapareceram (muitos trabalhadores confinados nas suas casas em modelos de teletrabalho)

# Evolução da Faturação (por distritos) – análise semanal Mar2020 - Presente

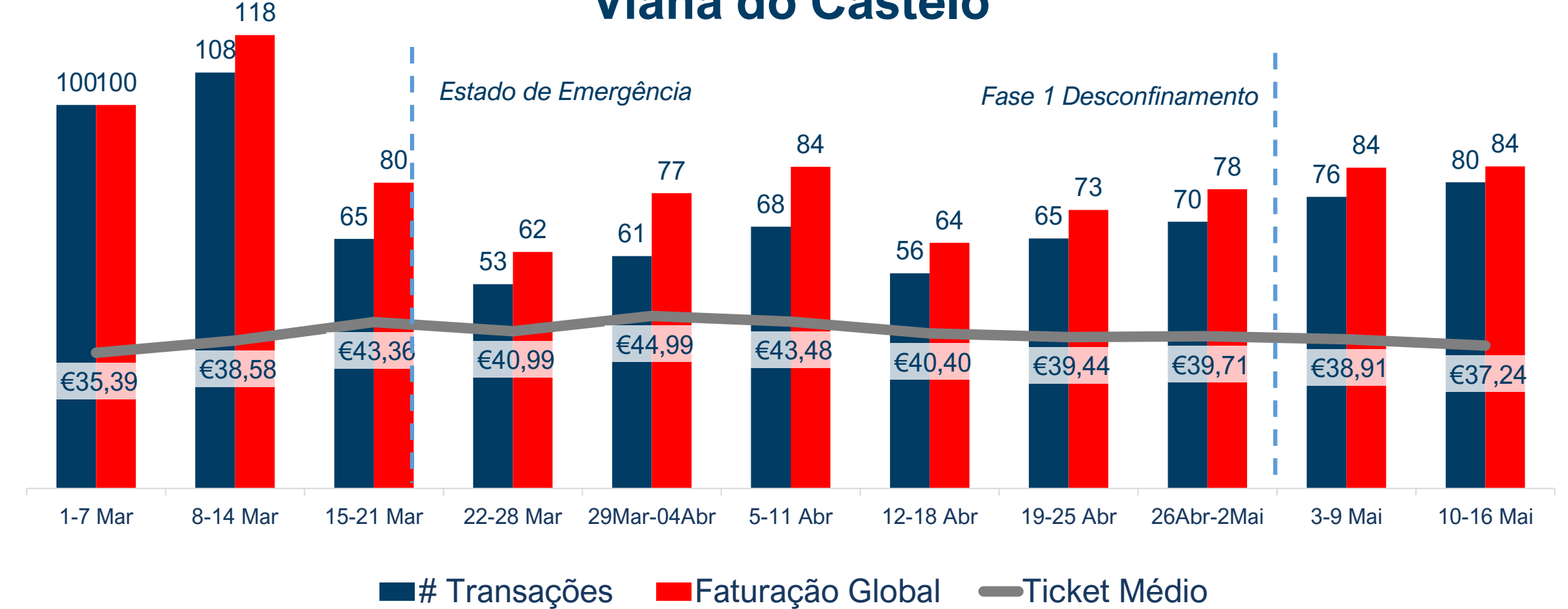
## 1. Evolução da Performance do Retalho

. Análise base 100

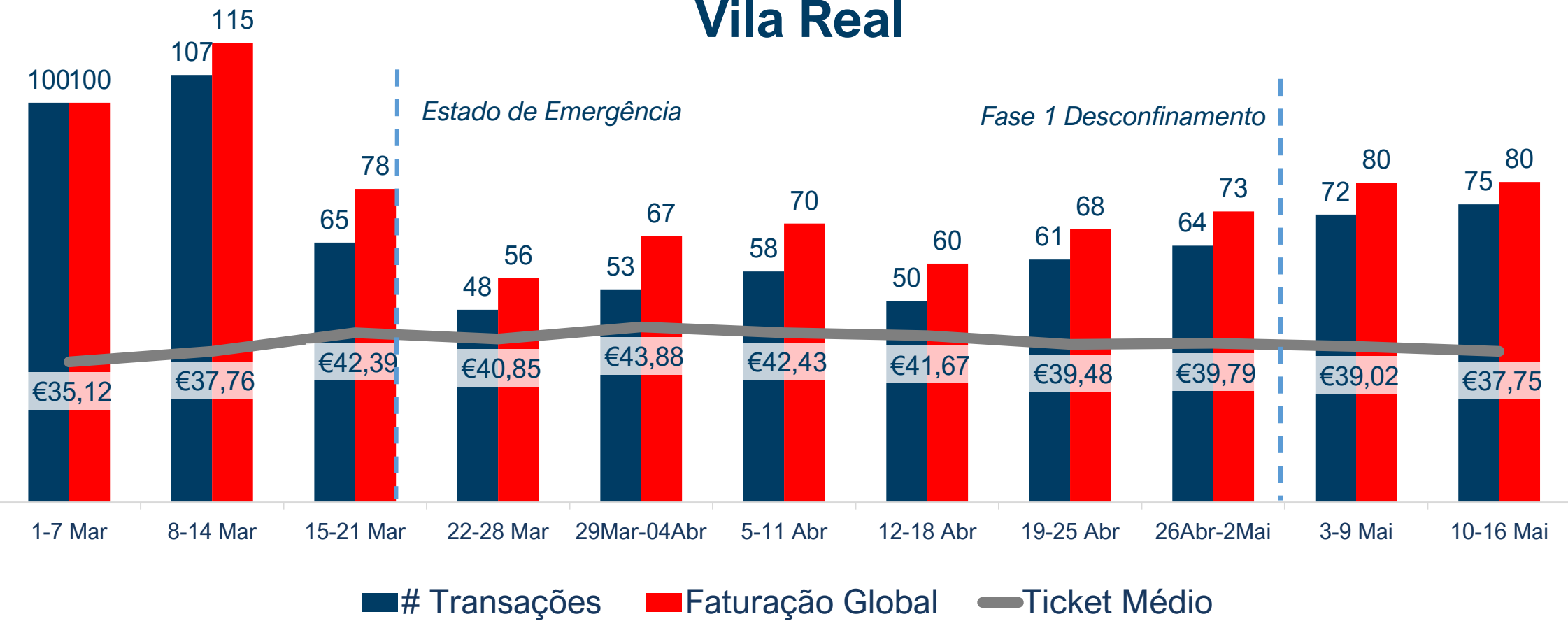
### Setúbal



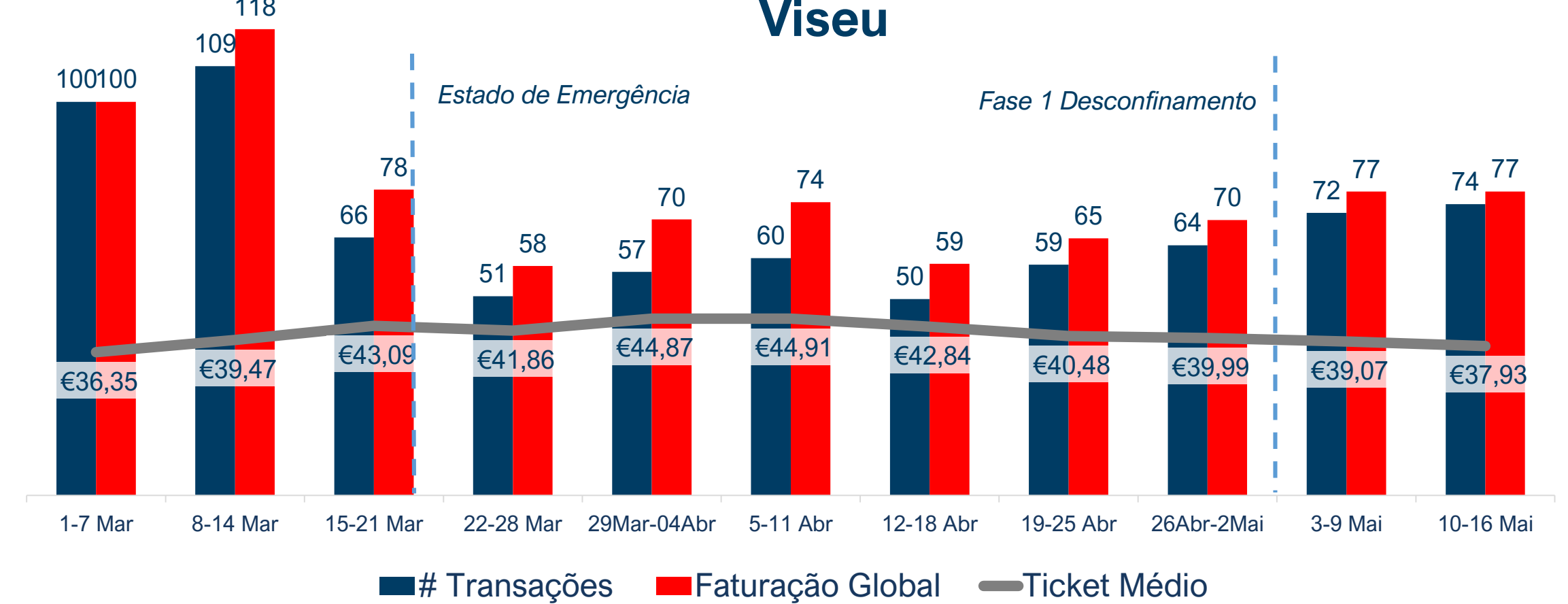
### Viana do Castelo



### Vila Real



### Viseu



✓ É visível que na semana de 29 de março a 4 de abril (duas semanas após o primeiro estado de emergência), verificou-se, pela primeira vez, um crescimento da faturação em todos os distritos, em média 20% superior face à semana anterior. Atualmente temos a maioria dos distritos com uma atividade correspondente a valores de 70% a 80% dos observados no arranque de março