

O COMÉRCIO ELETRÓNICO

em Portugal e na União Europeia

Segmento residencial e empresarial



Índice

Sumário executivo	3
1 Introdução.....	7
2 O comércio eletrónico na perspetiva do consumidor	7
2.1 Compras de produtos ou serviços <i>online</i>	7
2.2 Venda de produtos ou serviços <i>online</i>	20
3 O comércio eletrónico nas empresas.....	23
Nota metodológica.....	28

Índice de figuras

Figura 1 – Percentagem de indivíduos residentes em Portugal que efetuaram compras através da Internet	8
Figura 2 – Percentagem de utilizadores de Internet e realização de compras <i>online</i> nos últimos 3 meses	9
Figura 3 – Percentagem de utilizadores de Internet e de indivíduos que realizaram compras <i>online</i> nos últimos 3 meses na UE27	9
Figura 4 – País de origem das compras/encomendas efetuadas <i>online</i> nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2021	14
Figura 5 – Número de transações e gasto em encomendas efetuadas pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27	14
Figura 6 – Percentagem de indivíduos que efetuaram compras através da Internet nos últimos 3 meses por região NUTS II	15
Figura 7 – Proporção de indivíduos que efetuaram compras através da Internet nos últimos 3 meses por características sociodemográficas, Portugal e UE27, 2021	16
Figura 8 – Problemas encontrados na realização de compras através da Internet, Portugal e UE27	17

Figura 9 – Motivos para não efetuar compras/encomendas através da Internet, Portugal e UE27	19
Figura 10 – Preocupações associadas à utilização da Internet <i>banking</i> e à compra de bens e serviços <i>online</i> , Portugal e UE28	20
Figura 11 – Percentagem de indivíduos que efetuarão vendas através da Internet	21
Figura 12 – Proporção de indivíduos que efetuarão vendas através da Internet nos últimos 3 meses por características sociodemográficas, Portugal e UE27	22
Figura 13 – Percentagem de empresas que receberam encomendas por redes eletrónicas e peso no volume de negócios	23
Figura 14 – Percentagem de empresas que receberam encomendas por redes eletrónicas e tipo de receção e peso no volume de negócios	24
Figura 15 – Percentagem de empresas que receberam encomendas via <i>website/app</i> por segmento e peso no volume de negócios	24
Figura 16 – Percentagem de empresas que receberam encomendas via <i>website/app</i> por tipologia	25
Figura 17 – Grupos de empresas que mais receberam encomendas por redes eletrónicas	26
Figura 18 – Dificuldades nas vendas por <i>website/app</i> a clientes de outros países da UE27	27

Índice de tabelas

Tabela 1 – Tipo de produtos físicos comprados pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2021	11
Tabela 2 – Tipo de produtos digitais comprados pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2021	12
Tabela 3 – Tipo de serviços comprados pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2021	13
Tabela 4 – Tipo de produtos financeiros comprados pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2021	13

Sumário executivo

40% dos indivíduos fizeram compras e 10% efetuaram vendas pela Internet

Em 2021, 40% dos indivíduos efetuaram compras através da Internet nos três meses anteriores à inquirição, mais 5 p.p. do que no ano anterior. Caso se considere os doze meses anteriores, 52% dos indivíduos efetuaram este tipo de transação (+7 p.p. que em 2020), ultrapassando a barreira dos 50%. Trata-se do maior crescimento anual desde que se recolhe este tipo de informação, facto que poderá estar associado aos efeitos da pandemia de COVID-19.

Cerca de 27% dos indivíduos nunca efetuaram compras pela Internet. Por outro lado, cerca de 10% dos indivíduos efetuaram vendas *online*.

Portugal era o 24.º país da União Europeia (UE27) no que respeita percentagem de indivíduos que realizaram compras *online* e o 21.º país em vendas *online*.

Vestuário e calçado, refeições entregues ao domicílio e material eletrónico são os bens mais encomendados

O «vestuário/calçado» (69%) e as «refeições entregues ao domicílio» (46%) foram os produtos físicos mais encomendados pela Internet e os que mais cresceram face ao ano anterior (+9 e +8 p.p. respetivamente), seguindo-se os «produtos de cosmética, beleza e bem-estar» (31%) e os «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento informático complementar ou acessórios» (30%), neste último caso o que mais desceu face ao ano anterior (-7 p.p.).

Portugal encontrava-se na 4.ª posição do *ranking* da UE27 na compra de «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento informático complementar ou acessórios» através da Internet e na 6.ª posição na compra de «refeições entregues ao domicílio» (+15 p.p. acima da média), de «produtos de cosmética, beleza ou bem-estar» através da Internet» e de «equipamentos desportivos».

Entre os produtos digitais, destacaram-se os «filmes, séries ou programas de desporto para *download* ou subscrição *online*» como os

mais comprados pela Internet (35% dos indivíduos que efetuaram compras *online*). Portugal ocupou a 9.^a posição do *ranking* da UE27 na compra deste tipo de produtos digitais.

Quanto aos serviços contratados pela Internet, destacam-se os «serviços de alojamento» (28%, +7 p.p. que no ano anterior), os «serviços de transporte» (22%) e a «adesão ou renovação de serviços de ligação à Internet, telefone ou telemóvel» (19%), ficando Portugal na 5.^a, 8.^a e 6.^a posições do *ranking* da UE27 da aquisição destes serviços, respetivamente.

Perfil do utilizador

Os indivíduos com níveis de escolaridade elevados, maiores rendimentos, empregados ou estudantes apresentaram uma maior propensão para efetuar compras e vendas através da Internet. Este perfil é semelhante ao da média da UE27 e manteve-se face ao ano anterior.

16% das empresas receberam encomendas através de redes eletrónicas em 2020

Durante 2020, cerca de 16% das empresas portuguesas com 10 ou mais pessoas ao serviço receberam encomendas através de redes eletrónicas (-3 p.p. que a média da UE27 e +4 p.p. que no ano anterior). Estas encomendas representaram 17% do volume de negócios (-3 p.p. que no ano anterior).

Embora a maioria das empresas receba as encomendas através do seu *website/app*, cerca de 6% das empresas analisadas rececionaram encomendas através de portais de comércio eletrónico ou plataformas digitais (via *apps*) utilizadas por várias empresas, como por exemplo *Booking*, *hotels.com*, *eBay*, *Amazon*, *Amazon Business*, *Alibaba*, *Rakuten*, *Showroomprive*, *TimoCom*, etc...

Questões relacionadas com a entrega e a preferência pelo

Embora 93% dos inquiridos não tivesse mencionado qualquer dificuldade na realização de encomendas através da Internet, o «tempo de entrega das encomendas» (3%) e a «entrega de bens ou serviços danificados ou errados» (3%), foram os problemas mais referidos em compras *online*.

contacto pessoal
são as principais
barreiras à
utilização

A principal barreira à utilização do comércio eletrónico foi a «preferência pelo contacto pessoal, força de hábito ou fidelidade aos clientes habituais», seguindo-se o «não haver necessidade de comprar *online*» e as «preocupações com a segurança dos pagamentos».

Custos elevados
nas entregas e
devoluções são o
principal
problema
identificado pelas
empresas

Embora 71% das empresas não tenham manifestado qualquer dificuldade associada às vendas a clientes de outros países da UE (mais 24 p.p. que o registado no inquérito de 2019), o principal problema referido pelas restantes foram os «custos elevados de entrega e devolução de produtos» (20%).

Comércio Eletrónico



Segmento residencial (2021)

Compras ou encomendas pela Internet nos últimos 3 meses

40% 24.^a posição no ranking da UE27 dos indivíduos
+5 p.p. entre 2020 e 2021



Perfil de maior utilização

Menos 45 anos
Escolaridade mais elevada, Maiores rendimentos,
Estudantes e Trabalhadores

Produtos encomendados (TOP10)

Artigos para a casa ou jardim
Equipamentos desportivos
Cosmética
Alimentos ou bebidas
Roupa
Medicamentos
Refeições ao domicílio
Equipamento informático
Livros, revistas ou jornais

Problemas identificados

- 93%** Sem qualquer problema
- 3%** Tempo de entrega
- 3%** Produtos danificados ou errados



Segmento empresarial (2020)

Empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço

Vendas por redes eletrónicas

16% 19.^a posição no ranking da UE27 das empresas
17% do volume de negócios
-4 p.p. entre 2020 e 2021



6% Intercâmbio Eletrónico de Dados



13% Website/app



12% B2C



7% B2B / B2G

Principal problema identificado na venda de produtos *online* a clientes da UE

Custos de entrega e devolução

1 Introdução

Neste relatório apresenta-se a informação disponível sobre o comércio eletrónico (*e-commerce*) em Portugal e na União Europeia (UE) em 2021, fazendo uso e integrando a informação estatística mais atual que se encontra disponível, nomeadamente:

- *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals*;
- *Information and Communication Technologies in Enterprises*, Comissão Europeia (CE).

2 O comércio eletrónico na perspetiva do consumidor

Nesta secção, descreve-se a evolução da utilização do comércio eletrónico (compras e vendas através da Internet), o perfil da sua utilização e do utilizador, os problemas decorrentes da utilização do comércio eletrónico e as barreiras à sua utilização.

2.1 Compras de produtos ou serviços *online*

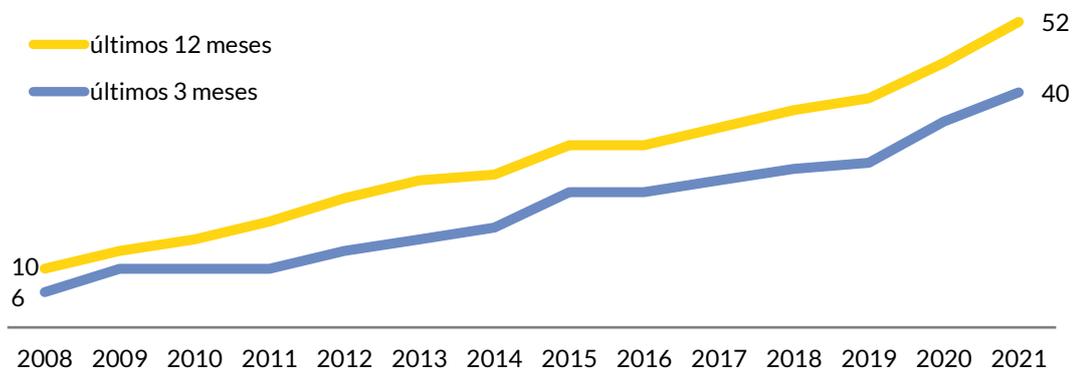
Nos últimos anos, tem vindo a crescer a proporção da população residente em Portugal que realiza compras através da Internet (Figura 1). Segundo o inquérito da CE, *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals*, cujo trabalho de campo foi realizado entre junho e setembro de 2021, 40% dos residentes em Portugal efetuaram compras ou encomendas através da Internet¹ nos três meses anteriores à inquirição, mais 5 p.p. do que no ano anterior.

40%
dos indivíduos
efetuaram
**compras ou
encomendas
pela Internet**

¹ Consideram-se as encomendas feitas através de *website* ou de aplicações de Internet. Inclui a participação em lotarias e apostas (como os jogos da Santa Casa), em aquisição de investimentos financeiros (como ações), em reservas de alojamento ou compras em leilões na Internet. Não inclui encomendas por *e-mail*, SMS nem MMS; produtos ou serviços obtidos gratuitamente; nem encomendas para finalidades profissionais.

Caso se considerem os doze meses anteriores, 52% dos indivíduos efetuaram este tipo de transação (+7 p.p. que em 2020), ultrapassando a barreira dos 50%. Trata-se do maior crescimento anual desde que se recolhe este tipo de informação, facto que poderá estar associado às alterações de comportamentos resultantes da pandemia COVID-19².

Figura 1 – Percentagem de indivíduos residentes em Portugal que efetuaram compras através da Internet



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals* (2008 a 2021)

Nota: Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos.

Cerca de 27% dos inquiridos referiram que nunca efetuaram compras ou encomendas pela Internet, o 4.º valor mais elevado entre os países da UE²⁷³.

Regista-se uma correlação elevada entre a percentagem de utilizadores de Internet e a percentagem de indivíduos que realizou compras *online* nos três meses anteriores à realização do inquérito (correlação de 0,95⁴) – vd. [Figura 2](#).

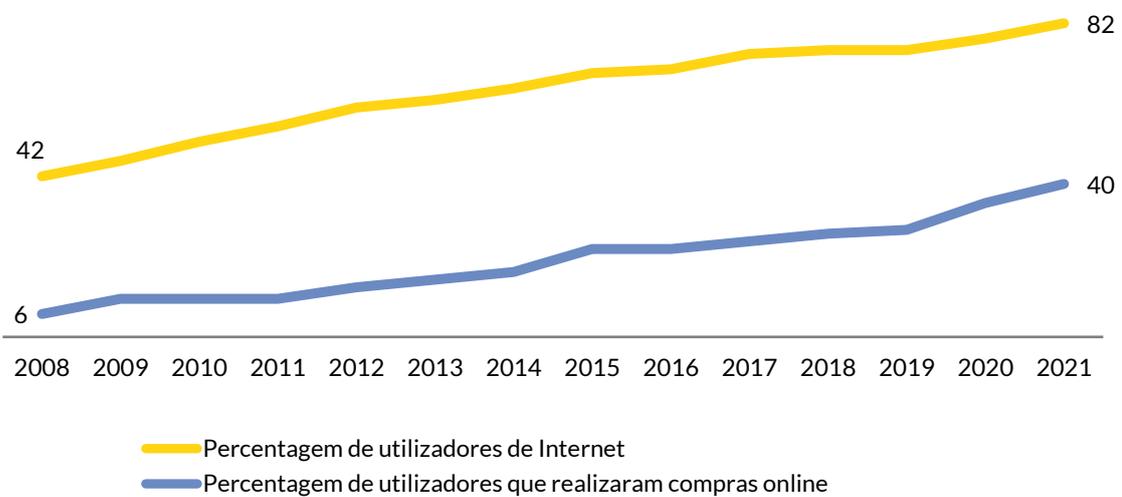
27%
dos indivíduos
NUNCA efetuaram
compras ou
encomendas
pela Internet

² Salienta-se o facto de ter vigorado o Estado de Emergência (entre 09.11.2020 e 30.04.2021) e o Estado de Calamidade (entre 01.05.2021 e 22.08.2021) em Portugal Continental no período de referência da informação.

³ Não inclui Itália por falta de informação.

⁴ Recorre-se ao coeficiente de correlação de Pearson.

Figura 2 – Percentagem de utilizadores de Internet e realização de compras *online* nos últimos 3 meses



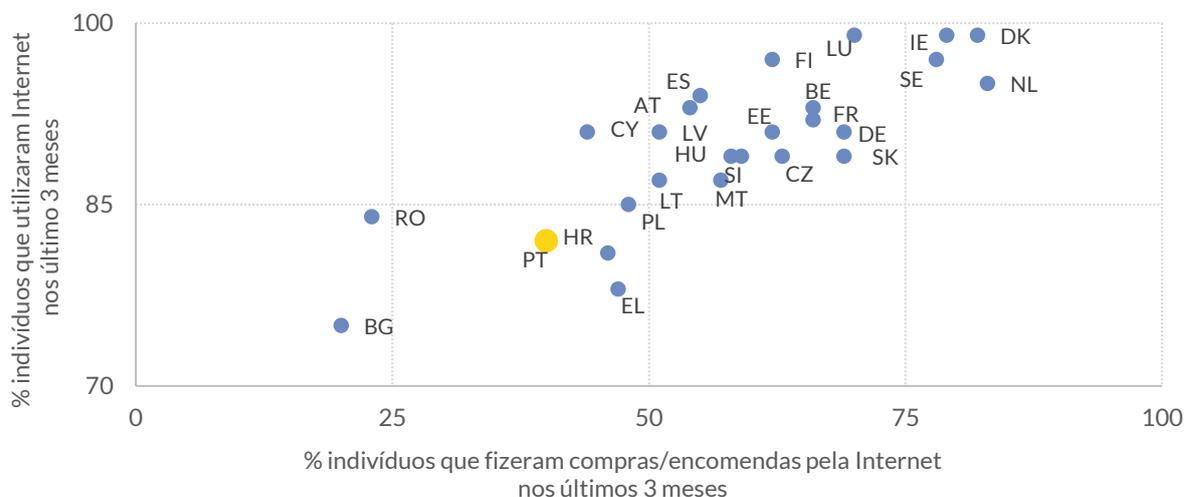
Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals* (2008 a 2021)

Nota: Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos

Por outro lado, no *ranking* da UE27 (excluindo Itália, por falta de informação), Portugal era o 23.º país em termos de percentagem de utilizadores de Internet e o 24.º país em termos de percentagem de indivíduos que realizaram compras *online* (Figura 3). Apenas a Bulgária estava abaixo de Portugal nos dois indicadores.

Figura 3 – Percentagem de utilizadores de Internet e de indivíduos que realizaram compras *online* nos últimos 3 meses na UE27



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals* (2021)

Nota: Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos; Não inclui a Itália por falta de informação.

Tipologias de transação

O «vestuário e calçado» (69%) e as «refeições entregues ao domicílio» (46%) foram os principais produtos físicos encomendados pela Internet nos três meses anteriores à inquirição, e também os que mais cresceram face ao ano anterior (+9 e +8 p.p. respetivamente). Seguiram-se os «produtos de cosmética, beleza e bem-estar» (31%) e os «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento informático complementar ou acessórios» (30%), neste último caso o que mais desceu face ao ano anterior (-7 p.p.) – vd. [Tabela 1](#).

Vestuário/calçado e Refeições entregues ao domicílio

foram os principais
produtos físicos
encomendados
na Internet

Portugal encontrava-se na 4.^a posição do *ranking* da UE27 na compra de «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento informático complementar ou acessórios» através da Internet (em 2020, encontra-se na 1.^a posição), e na 6.^a posição na compra de «refeições entregues ao domicílio», «produtos de cosmética, beleza ou bem-estar» e «equipamentos desportivos». Por outro lado, no que respeita ao “vestuário e calçado”, principal categoria de produtos adquiridos através da Internet, Portugal ocupava o 9.^o lugar do *ranking*, 1 p.p. acima da média da UE27.

Os principais desvios face à UE27 registaram-se no caso das «refeições entregues ao domicílio» (+15 p.p.), «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento informático complementar ou acessórios» (+7 p.p.), «equipamentos desportivos» (+5 p.p.), «Artigos para a casa ou jardim» (-7 p.p.) e «Brinquedos ou artigos para cuidado de bebés ou crianças» (-5 p.p.).

Tabela 1 – Tipo de produtos físicos comprados pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2021

	UE27 (%)	Portugal (%)	Ranking	Desvio face à UE27 (p.p.)	Var. (p.p.) 2020/2021
Roupa, calçado ou acessórios de moda	68	69	9.º	+1	+9
Refeições entregues ao domicílio (ou levantadas em loja)	31	46	6.º	+15	+8
Produtos de cosmética, de beleza ou de bem-	27	31	6.º	+4	+1
Computadores, tablets, telemóveis, smartphones, equipamento informático complementar ou acessórios	23	30	4.º	+7	-7
Equipamentos desportivos (exclui roupa desportiva)	24	29	6.º	+5	+4
Livros, revistas ou jornais (em papel)	25	27	8.º	+2	0
Artigos para a casa ou jardim (exclui eletrodomésticos e equipamentos eletrónicos)	29	22	18.º	-7	+2
Alimentos ou bebidas	18	20	11.º	+2	+1
Medicamentos	19	17	17.º	-2	0
Eletrodomésticos, televisões, câmaras fotográficas ou outro equipamento eletrónico	18	16	21.º	-2	-2
Produtos de limpeza ou produtos de higiene pessoal	15	16	13.º	+1	0
Brinquedos ou artigos para cuidado de bebés ou crianças	20	15	21.º	-5	-1
Veículos ou peças para veículos	9	9	15.º	0	+1
Música (ex.: CD, disco de vinil)	6	3	15.º	-3	-2
Filmes ou séries (ex.: DVD, Blu-ray)	6	3	16.º	-3	+1
Outros produtos ou serviços	20	7	20.º	-13	0

Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals* (2021)

Nota 1: Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos que efetuaram compras ou encomendas de bens ou serviços pela Internet nos últimos 3 meses

Nota 2: O ranking não inclui Itália por falta de informação.

Entre os produtos digitais, destacaram-se os «filmes, séries ou programas de desporto para *download* ou subscrição *online*» como os mais comprados pela Internet (35% dos indivíduos que efetuaram compras *online*). Portugal ocupou a 9.ª posição do ranking da UE27 na compra deste tipo de produtos digitais (Tabela 2).

Filmes, séries e programas de desporto foram os principais produtos digitais comprados na Internet

Os principais desvios face à UE27 registaram-se no caso da «Música para *download* ou subscrição de um serviço de música *online*» (-9 p.p.), «Livros eletrónicos, revistas eletrónicas ou jornais eletrónicos» (-6 p.p.), «Software ou atualizações de software para *download*» (-5 p.p.). No caso da

principal categoria consumida, «filmes, séries ou programas de desporto para download ou subscrição *online*», o desvio era de mais 4 p.p.

Tabela 2 – Tipo de produtos digitais comprados pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2021

	UE27 (%)	Portugal (%)	Ranking	Desvio face à UE27 (p.p.)	Var. (p.p.) 2020/2021
Filmes, séries ou programas de desporto para <i>download</i> ou subscrição de um serviço <i>online</i>	31	35	9.º	+4	+1
Música para <i>download</i> ou subscrição de um serviço de música <i>online</i>	25	16	15.º	-9	0
Jogos para jogar <i>online</i> ou para <i>download</i>	15	15	14.º	0	-2
Software ou atualizações de software para <i>download</i>	17	12	14.º	-5	-2
Aplicações de Internet (exceto sobre saúde)	8	9	9.º	+1	-1
Livros eletrónicos , revistas eletrónicas ou jornais eletrónicos	13	7	21.º	-6	-1
Aplicações de Internet relacionadas com a saúde ou com exercício físico	7	7	10.º	0	0
Pelo menos um tipo de produto digital	45	45	12.º	0	0

Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals* (2021)

Nota 1: Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos que efetuaram compras ou encomendas de bens ou serviços pela Internet nos últimos 3 meses

Nota 2: O *ranking* não inclui Itália por falta de informação.

Quanto aos serviços contratados pela Internet, os «serviços de alojamento» (28%), os «serviços de transporte» (22%), e a «adesão ou renovação de serviços de ligação à Internet, telefone ou telemóvel» (19%) foram os mais populares, ficando acima da média da UE27 (Tabela 3).

Alojamento e Transporte
foram os serviços mais contratados pela Internet

A contratação de «serviços de alojamento» pela Internet foi também a que registou um maior aumento face ao ano anterior (+7 p.p.).

Tabela 3 – Tipo de serviços comprados pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2021

	UE27 (%)	Portugal (%)	Ranking	Desvio face à UE27 (p.p.)	Var. (p.p.) 2020/2021
Serviços de alojamento	17	28	5.º	+11	+7
Serviços de transporte	16	22	8.º	+6	+2
Adesão ou renovação de serviços de ligação à Internet, telefone ou telemóvel	13	19	6.º	+6	+2
Bilhetes para eventos culturais ou outros, como cinema, concertos, feiras	9	14	6.º	+5	0
Adesão ou renovação de serviços de eletricidade, água ou serviços similares	9	10	13.º	+1	+1
Bilhetes para eventos desportivos	2	2	9.º	0	-2
Serviços domésticos, como limpeza, <i>babysitting</i> , jardinagem	3	2	13.º	-1	+1

Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals* (2021)

Nota 1: Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos que efetuaram compras ou encomendas de bens ou serviços pela Internet nos últimos 3 meses

Nota 2: O *ranking* não inclui Itália por falta de informação.

No que se refere à compra *online* de produtos financeiros pelos indivíduos que realizaram compras ou encomendas *online*, destaca-se a compra de “apólice de seguros” (11%), onde Portugal ficou 3 p.p. acima da média da UE27 (Tabela 4).

Tabela 4 – Tipo de produtos financeiros comprados pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2021

	UE27 (%)	Portugal (%)	Ranking	Desvio face à UE27 (p.p.)	Var. (p.p.) 2020/2021
Apólices de seguro, incluindo seguro de viagem	8	11	9.º	+3	+1
Empréstimo, hipoteca ou crédito de bancos ou outros prestadores financeiros	3	2	17.º	-1	0
Compra ou venda de ações, títulos ou outros ativos financeiros	5	2	18.º	-3	0
Algum dos anteriores	13	14	11.º	+1	+2

Unidade: %, p.p.

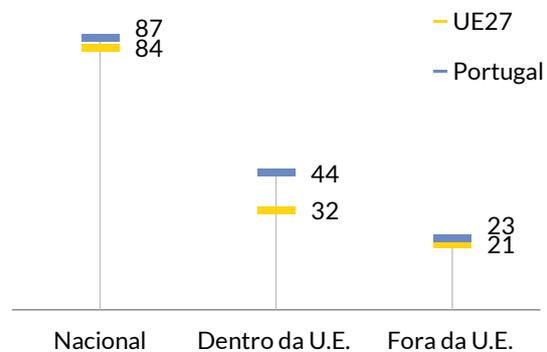
Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals* (2021)

Nota 1: Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos que efetuaram compras ou encomendas de bens ou serviços pela Internet nos últimos 3 meses

Nota 2: O *ranking* não inclui Itália por falta de informação.

Cerca de 87% dos indivíduos indicaram que pelo menos uma das compras efetuadas pela Internet nos três meses anteriores à recolha foi realizada em Portugal, 44% referiu um país da UE (+5 p.p. que no ano anterior) e 23% um país fora da UE. Portugal ficou 3 p.p. acima da média da UE27 na percentagem de bens adquiridos *online* no próprio país (Figura 4).

Figura 4 – País de origem das compras/encomendas efetuadas *online* nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2021



Unidade: %

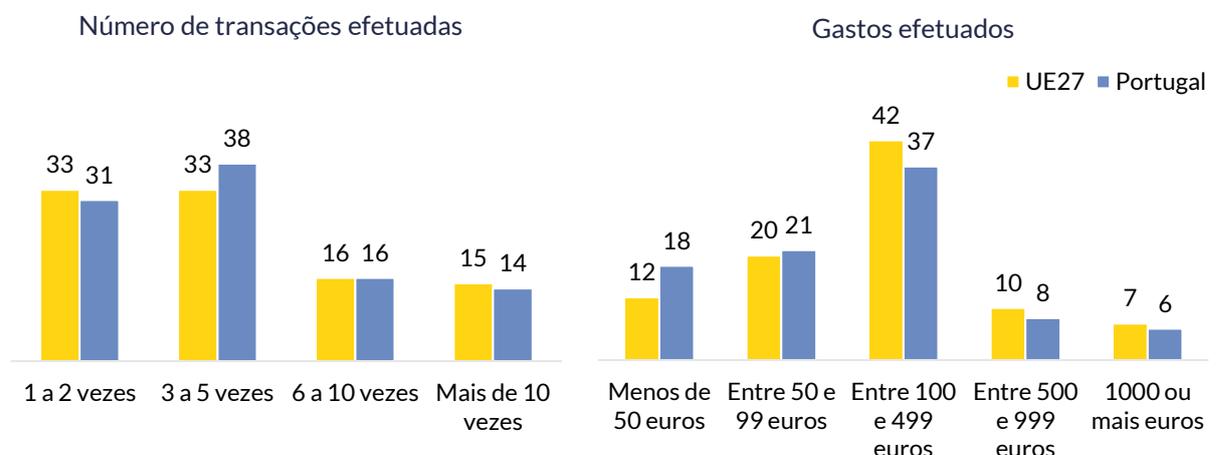
Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals* (2021)

Nota: Indivíduos entre os 16 e os 74 anos que efetuaram compras/encomendas pela Internet nos últimos 3 meses

Perfil do utilizador

Conforme se pode verificar na Figura 5, cerca de 38% dos utilizadores que efetuaram compras ou encomendas *online* em Portugal nos anteriores três meses ao inquérito realizou entre 3 e 5 encomendas (33% na UE27) e 37% gastou tipicamente um montante entre 100 e 499 euros (42% na UE27 para o mesmo nível de gastos).

Figura 5 – Número de transações e gasto em encomendas efetuadas pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27



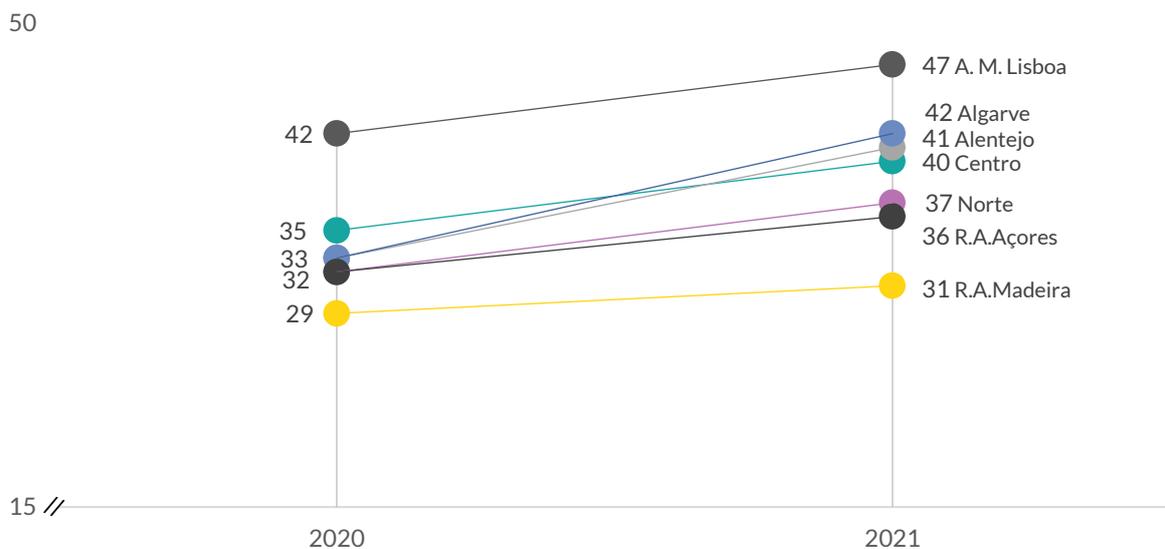
Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals* (2021)

Nota: Indivíduos entre os 16 e os 74 anos que efetuaram compras pela Internet nos últimos 3 meses

Os indivíduos residentes na Área Metropolitana de Lisboa foram os que mais efetuaram compras ou encomendas pela Internet nos três meses anteriores à inquirição (47%) – vd. [Figura 6](#). Os indivíduos da região do Algarve e do Alentejo foram os que mais contribuíram para o aumento de compras ou encomendas efetuadas pela Internet no último ano e nos últimos quatro anos.

Figura 6 – Percentagem de indivíduos que efetuaram compras através da Internet nos últimos 3 meses por região NUTS II



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals* (2020 e 2021)

Nota: Indivíduos entre os 16 e os 74 anos de acordo com a região NUTS II

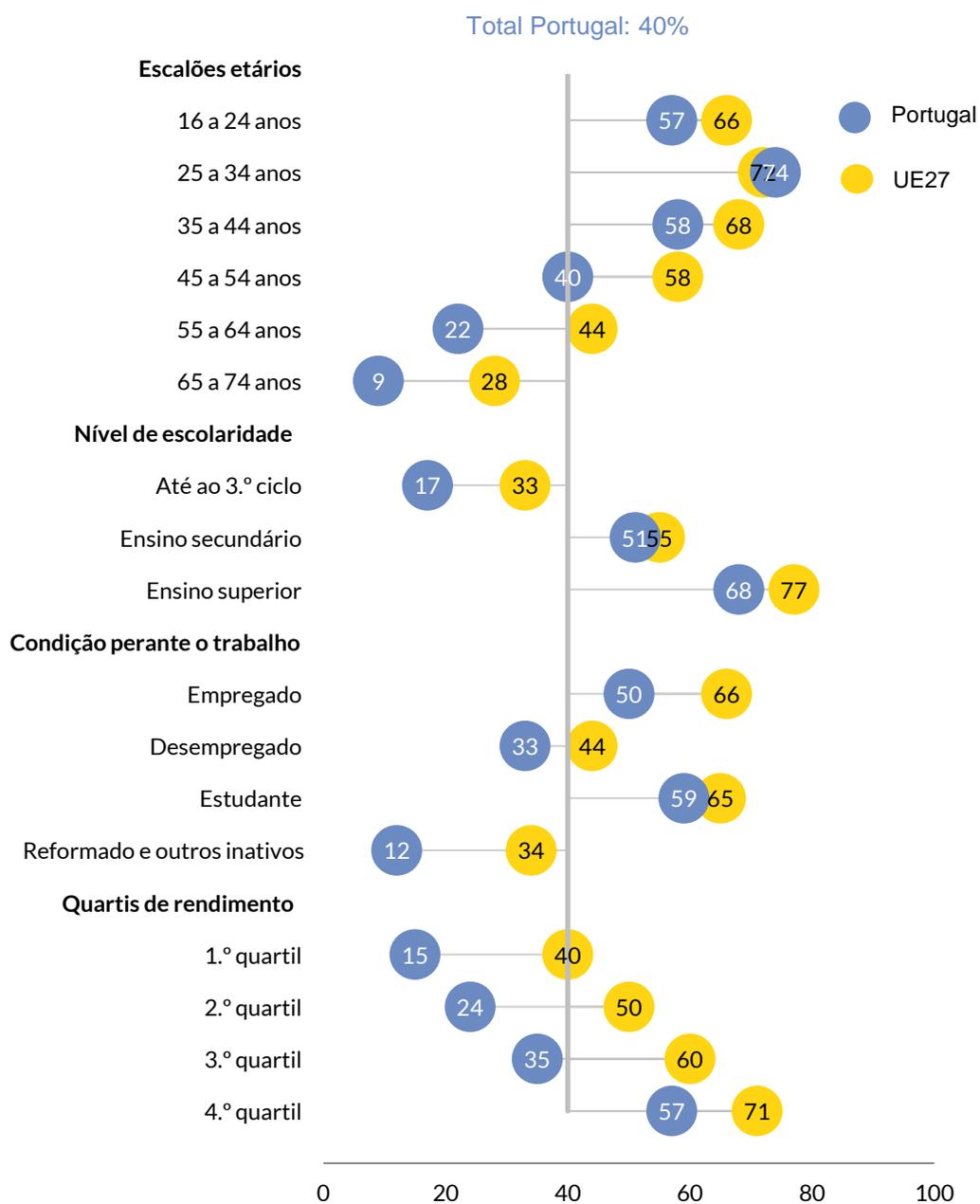
Os indivíduos com idade inferior a 45 anos, níveis de escolaridade mais elevados (ensinos secundário e superior), maiores rendimentos (4.º quartil), bem como os empregados e os estudantes apresentaram uma maior propensão para efetuar compras ou encomendas através da Internet ([Figura 7](#)).

Este perfil é semelhante ao da média da UE27 e manteve-se face ao ano anterior. Os maiores desvios face à média da UE27 ocorreram entre os indivíduos reformados, com idades entre 55 e 64 anos e com rendimentos médio/baixos (1.º, 2.º e 3.º quartis).

**Compras/
 encomendas pela
 Internet**
 efetuadas sobretudo por
**mais jovens,
 escolaridade mais elevada,
 maiores rendimentos,
 Empregados e
 Estudantes**

Em comparação com o ano anterior, todos os grupos analisados registaram um aumento na propensão para efetuar compras ou encomendas através da Internet, com maior destaque para os indivíduos com 25 a 34 anos (passou de 63% para 74%) e estudantes (passou de 52% para 59%).

Figura 7 – Proporção de indivíduos que efetuaram compras através da Internet nos últimos 3 meses por características sociodemográficas, Portugal e UE27, 2021



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals* (2021)

Nota: Indivíduos entre os 16 e os 74 anos de acordo com o grupo sociodemográfico; Informação sobre quartis de rendimento relativa a 2020 por ausência de informação mais recente.

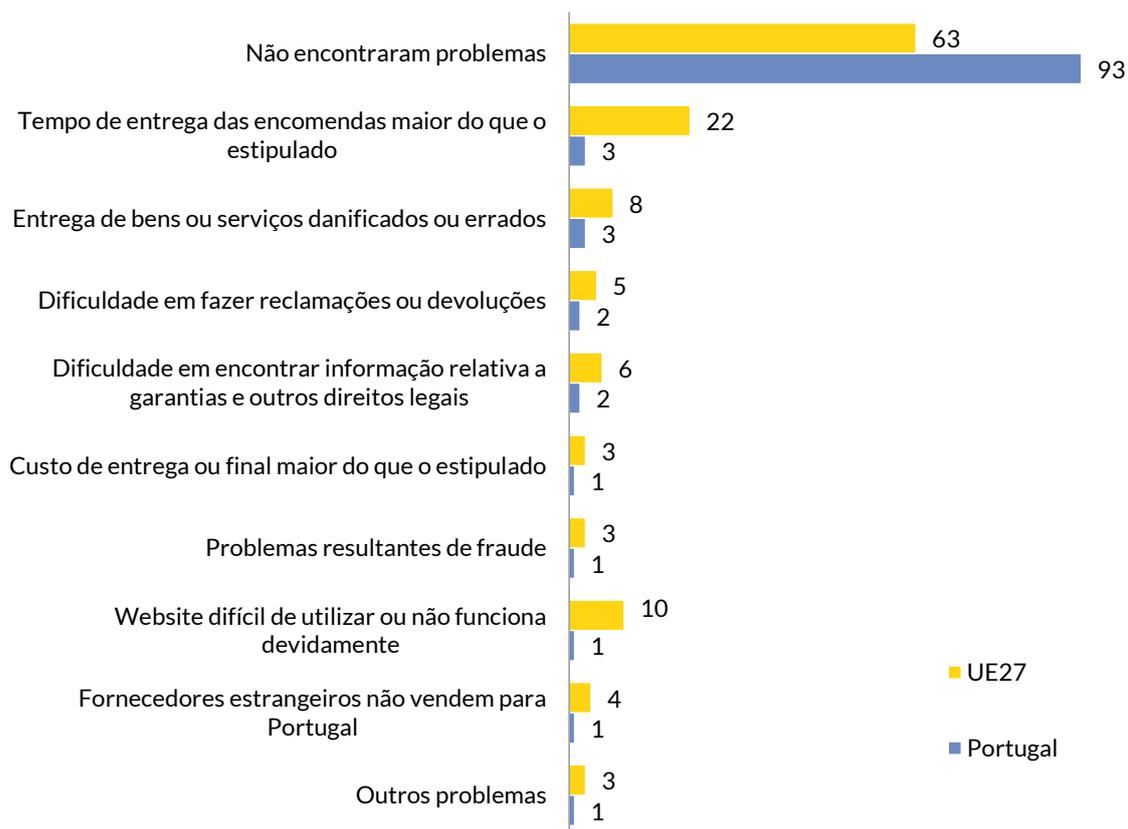
Problemas com compras através da Internet

Em 2021, cerca de 93% dos inquiridos que realizaram compras através da Internet nos três meses anteriores⁵ referiram não ter havido qualquer problema com a transação (mais 30 p.p. que a média da UE27).

Os problemas mais referidos em Portugal e na UE27 referem-se ao «tempo de entrega das encomendas maior do que o estipulado» e à «entrega de bens ou serviços danificados ou errados» (Figura 8).

Tempo de entrega e produtos danificados ou errados
problemas mais referidos em compras pela Internet

Figura 8 – Problemas encontrados na realização de compras através da Internet, Portugal e UE27



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals* (2021)

Nota: Indivíduos entre os 16 e os 74 anos que realizaram compras pela Internet nos últimos três meses

⁵ A recolha da informação incidiu sobre os meses de junho a setembro de 2021.

Por outro lado, o estudo da CE *Europeans' Attitudes Towards Cyber Security*, realizado em outubro de 2019, questionou os utilizadores de Internet sobre a alteração de comportamento na sequência de preocupações com a segurança *online*, tendo cerca de 2% dos inquiridos referido ter cancelado compras *online* devido a suspeitas sobre o vendedor ou *site* (-7 p.p. que a média da UE28).

Barreiras à utilização do comércio eletrónico

Em 2021, os indivíduos que não efetuaram compras ou encomendas *online* nos últimos três meses, justificaram este facto com a «preferência pelo contacto pessoal, força de hábito ou fidelidade aos clientes habituais» (55%), à semelhança do que acontece na média da UE27 (Figura 9).

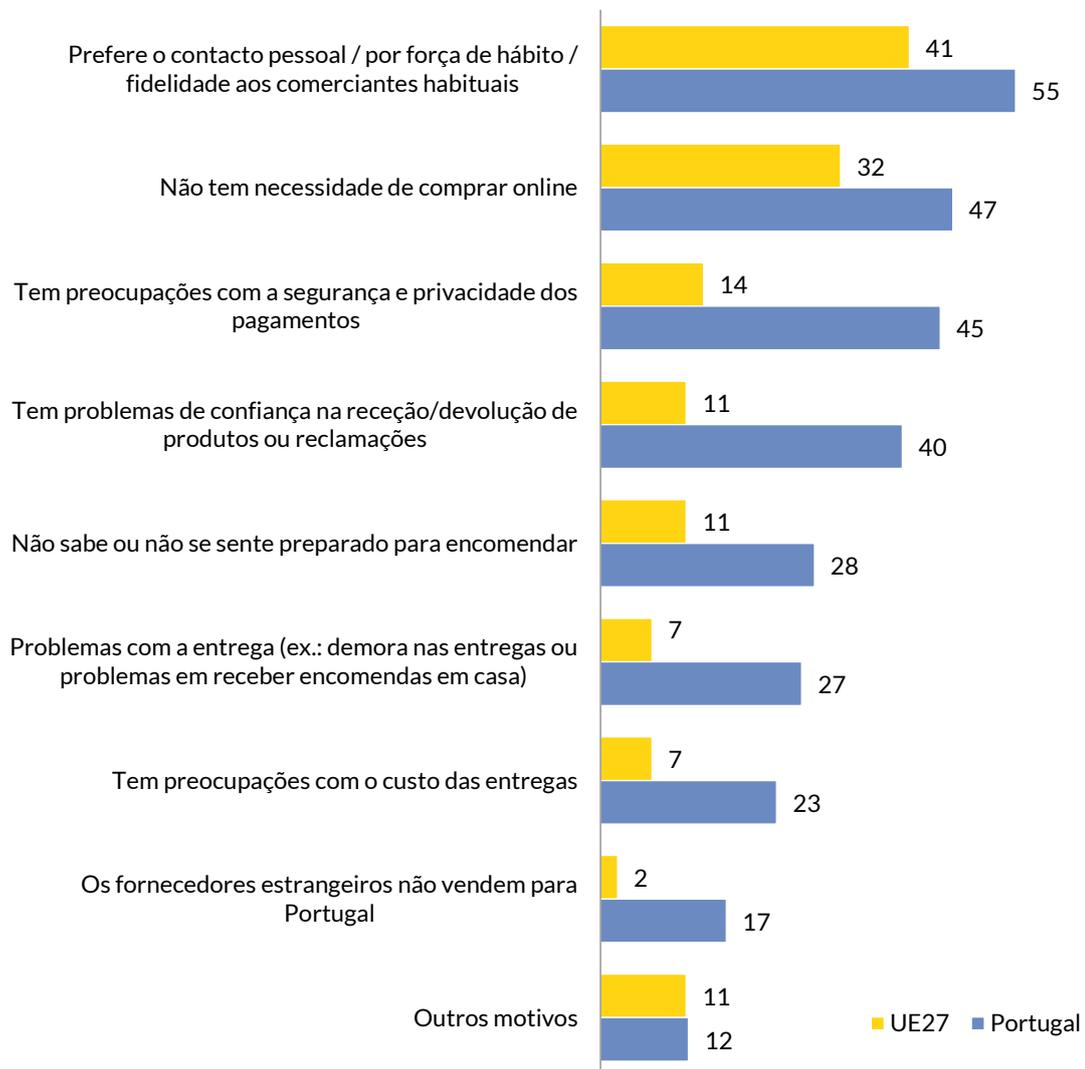
**Preferência pelo
contacto pessoal**
principal barreira à utilização de
compras pela Internet

Outros motivos mencionados para não recorrer ao comércio eletrónico foram o «não haver necessidade de comprar *online*» (47%), as «preocupações com a segurança e privacidade dos pagamentos» (45%) e a «confiança relativa à receção ou devolução de produtos» (40%).

As frequências relativas das preocupações manifestadas pelos inquiridos em Portugal foram mais elevadas do que, em média, na UE27.

Os principais desvios face à média europeia ocorreram no caso das «preocupações com a segurança e privacidade dos pagamentos» na realização das compras ou encomendas *online* (45% em Portugal e 14% na média da UE27), e no caso da falta de «confiança relativa à receção ou devolução de produtos» (40% em Portugal e 11% na média da UE27).

Figura 9 – Motivos para não efetuar compras/encomendas através da Internet, Portugal e UE27



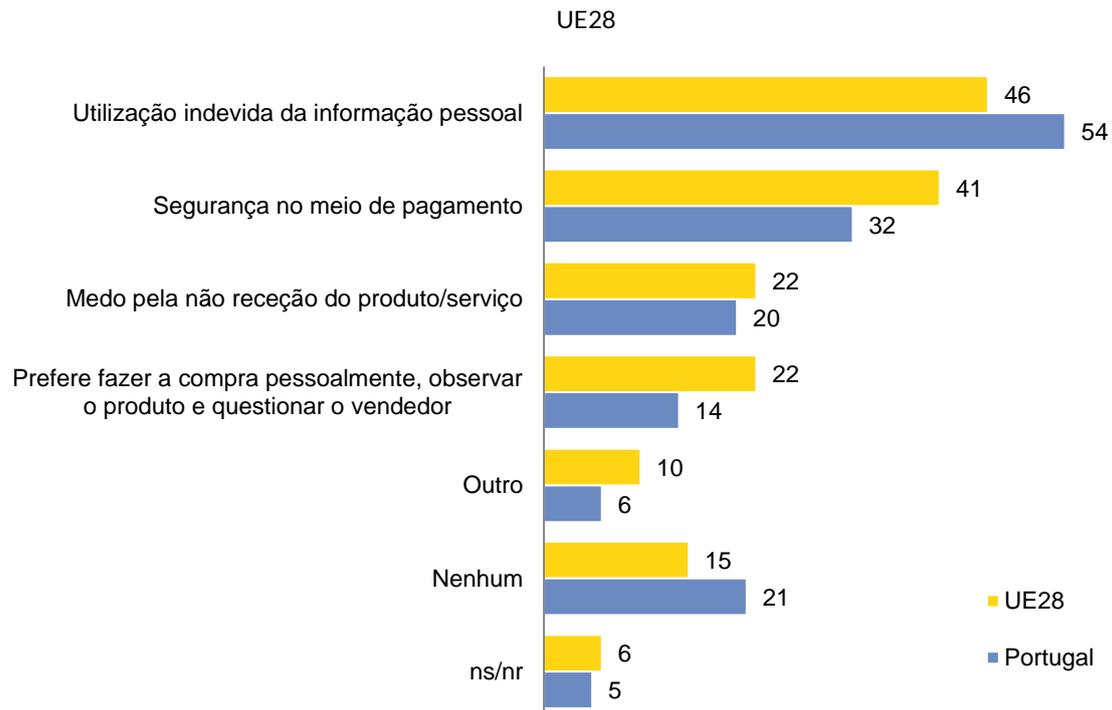
Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals* (2021)

Nota: Indivíduos entre os 16 e os 74 anos que não efetuaram compras ou encomendas *online* nos últimos três meses

Especificamente no que respeita à compra de produtos e serviços ou no acesso a serviços bancários através da Internet, a «utilização indevida da informação pessoal» e a «segurança no meio de pagamento» foram as principais preocupações apresentadas pela generalidade dos utilizadores de Internet, de acordo com o estudo da CE, *Europeans' Attitudes Towards Cyber Security*, realizado em outubro de 2019 (Figura 10).

Figura 10 – Preocupações associadas à utilização da Internet *banking* e à compra de bens e serviços *online*, Portugal e



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Europeans' Attitudes Towards Internet Security*, Special Eurobarometer 499/Wave EB92.2 – Kantar Public Brussels, Trabalho de campo: outubro 2019; Publicação CE: janeiro de 2020.

Nota: Indivíduos com 15 ou mais anos utilizadores de Internet

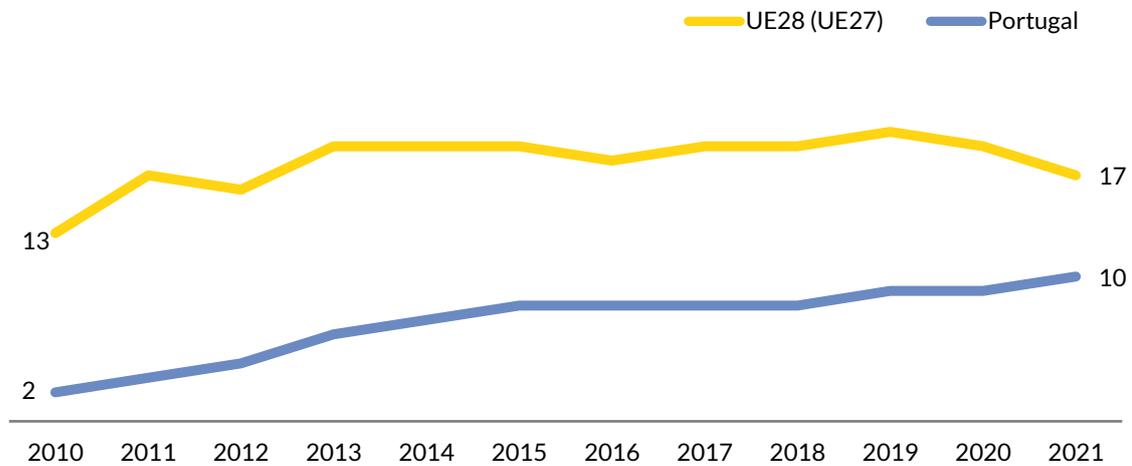
2.2 Venda de produtos ou serviços *online*

Em 2021, cerca de 10% dos residentes em Portugal referiu ter vendido produtos ou serviços através da Internet nos três meses anteriores⁶ (+1 p.p. que no ano anterior), ocupando Portugal o 21.º lugar no *ranking* da UE27 nesta dimensão do comércio eletrónico (Figura 11). A tendência crescente em Portugal opõe-se à Europeia onde esta realidade se encontra estagnada desde cerca 2013, tendo descido expressivamente desde 2019. Na UE27 a média foi de 17%, a mais baixa dos últimos 10 anos.

10%
dos indivíduos efetuaram
**vendas de
produtos ou serviços
pela Internet**

⁶ A recolha da informação foi efetuada entre junho e setembro de 2021.

Figura 11 – Percentagem de indivíduos que efetuaram vendas através da Internet



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals* (2008 a 2021)

Nota: Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos.

Perfil do utilizador

Os indivíduos com idade entre 25 e 44 anos, níveis de escolaridade mais elevados (ensinos secundário e superior), maiores rendimentos (4.º quartil), bem como os empregados tendem a apresentar uma maior propensão para efetuar vendas através da Internet (Figura 12).

Este perfil é semelhante ao da média da UE27.

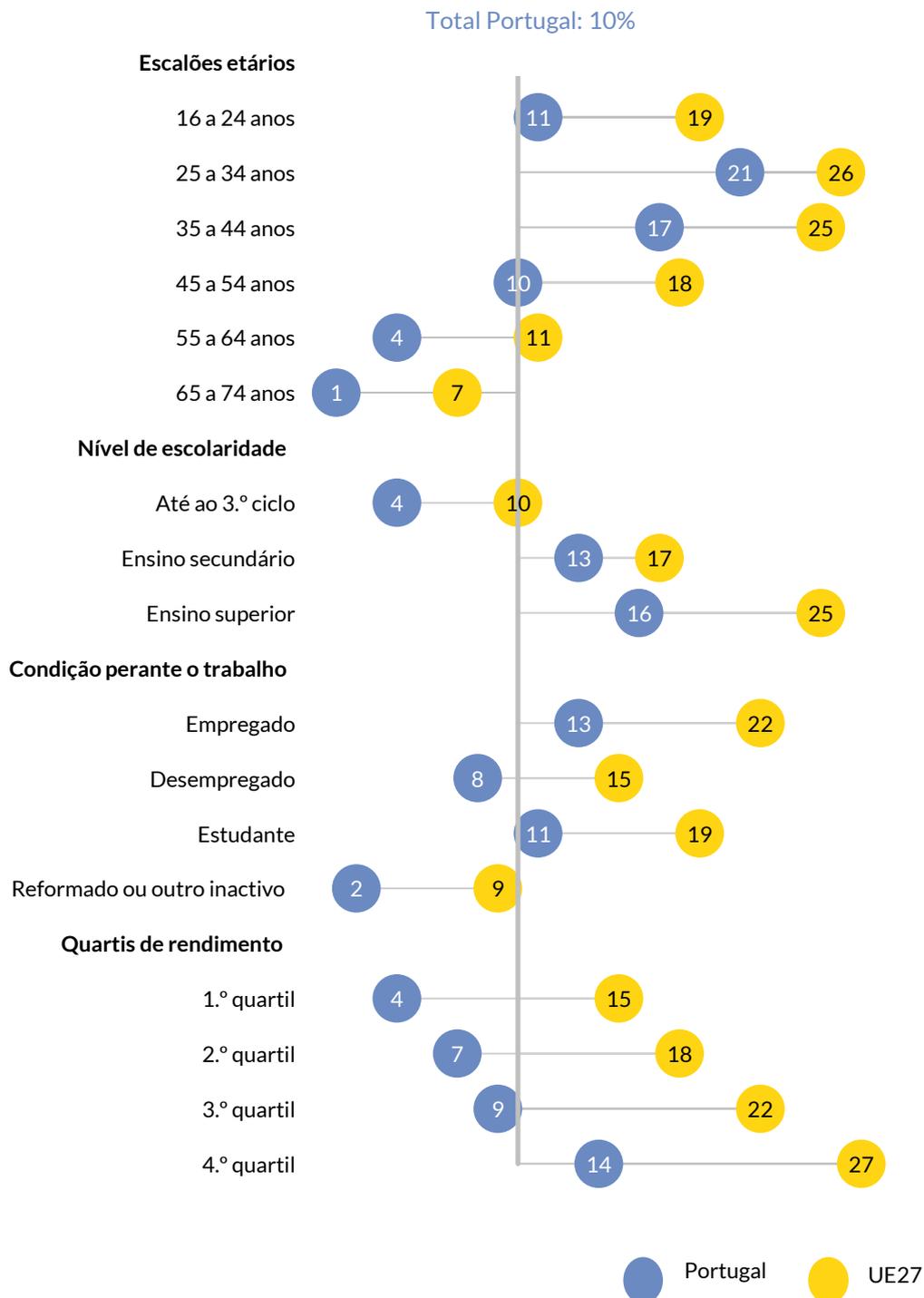
De referir que, em Portugal, a proporção de estudantes que efetuaram vendas *online* passou de 7% em 2020 para 11% em 2021.

Vendas pela Internet

efetuadas sobretudo por indivíduos com

**25 a 44 anos,
 escolaridade mais elevada,
 maiores rendimentos e
 Empregados**

Figura 12 – Proporção de indivíduos que efetuaram vendas através da Internet nos últimos 3 meses por características sociodemográficas, Portugal e UE27



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Households and by Individuals* (2021)

Nota: Indivíduos entre os 16 e os 74 anos de acordo com o grupo sociodemográfico. Informação sobre quartis de rendimento relativa a 2020 por ausência de informação mais recente.

3 O comércio eletrónico nas empresas

Nesta secção, apresenta-se a informação disponível sobre o comércio eletrónico nas empresas, em particular sobre as vendas por redes eletrónicas.

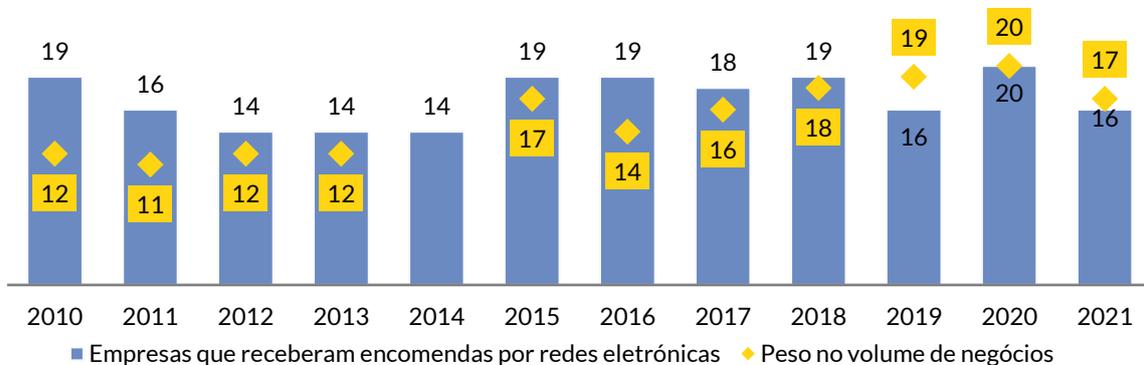
Segundo o inquérito da CE, *Information and Communication Technologies in Enterprises* de 2021⁷, cerca de 16% das empresas portuguesas com 10 ou mais pessoas ao serviço receberam encomendas e venderam bens e serviços através de redes eletrónicas⁸ a particulares (B2C), outras empresas (B2C) ou do Estado (B2G) durante o ano de 2020⁹ (-3 p.p. do que a média da UE27 e -4 p.p. que no ano anterior).

16%

das empresas receberam encomendas por redes eletrónicas

As encomendas através de redes eletrónicas representaram 17% do volume de negócios das empresas (-3 p.p. que no ano anterior) – vd. [Figura 13](#).

Figura 13 – Percentagem de empresas que receberam encomendas por redes eletrónicas e peso no volume de negócios



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Enterprises* (2010-2021)

Nota: Empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço (não inclui o sector financeiro). O ano referido na Figura refere-se ao ano da recolha de informação. O ano de referência da informação é o anterior.

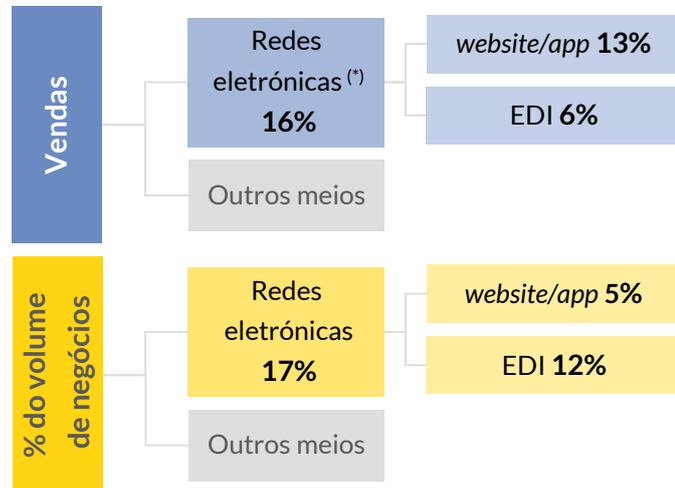
⁷ Os dados relativos ao comércio eletrónico pelas empresas respeitam ao ano anterior ao do inquérito. Por exemplo, no caso do inquérito de 2021, a informação refere-se ao ano de 2020.

⁸ Encomendas recebidas através de um *website* ou *app* ou através de intercâmbio eletrónico de dados (EDI). O EDI é um conjunto de protocolos surgidos nos anos 70 que permite o intercâmbio de documentos (anteriormente existentes apenas em papel) entre empresas (peer-to-peer), recorrendo a serviços de transmissão de dados. Trata-se de meios utilizados sobretudo para B2B.

⁹ Nesta análise considera-se somente as encomendas que representam pelo menos 1% do total do volume de negócios.

Durante o ano de 2020, cerca de 13% das empresas receberam encomendas através de *website/app*, representando 5% do seu volume de negócios (Figura 14). Embora as encomendas recebidas por intercâmbio eletrónico de dados (EDI) estejam menos presentes nas empresas analisadas (6%), tendem a representar uma maior percentagem do seu volume de negócios (12%).

Figura 14 – Percentagem de empresas que receberam encomendas por redes eletrónicas e tipo de receção e peso no volume de negócios



Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Enterprises* (2021)

Nota 1: Empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço (não inclui o Sector Financeiro)

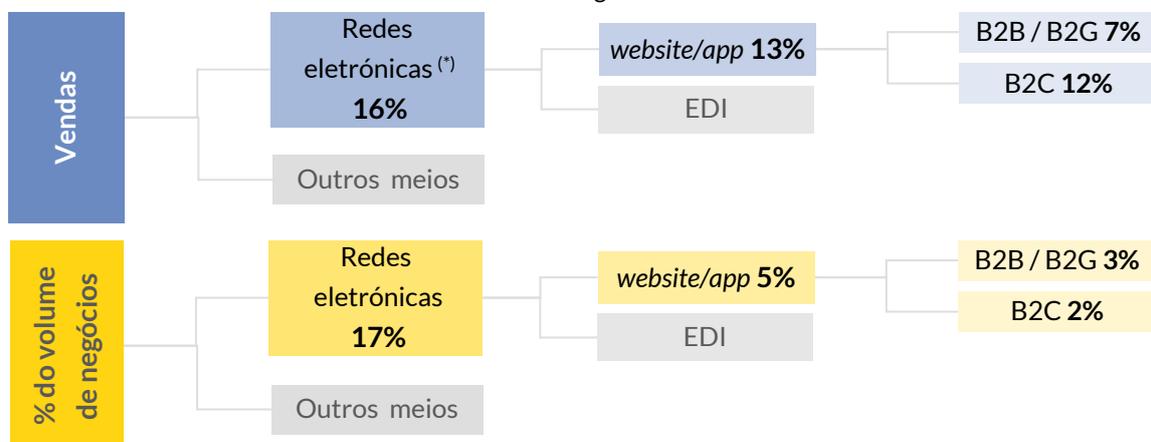
Nota 2: (*) Considera-se somente as encomendas que representam pelo menos 1% do total do volume de negócios.

Perfil da utilização

Durante 2020, cerca de 12% das empresas receberam encomendas de particulares (B2C) e 7% realizaram negócios com outras empresas (B2B) ou com o Estado (B2G) – vd. Figura 15.

O peso das encomendas recebidas por *website* no volume de negócios no segmento B2C foi de 2% e no segmento B2BG de 3%.

Figura 15 – Percentagem de empresas que receberam encomendas via *website/app* por segmento e peso no volume de negócios



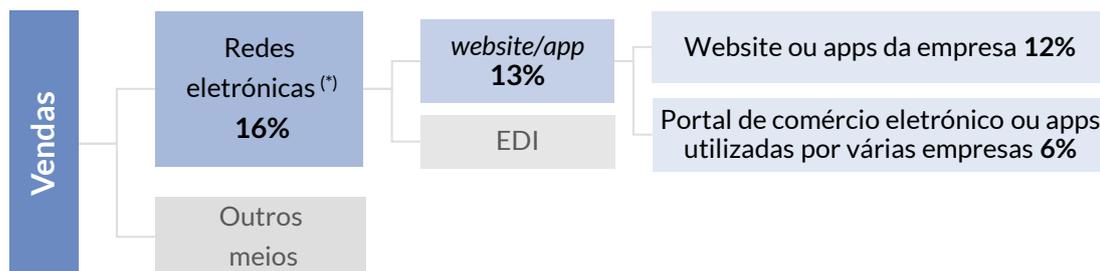
Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Enterprises* (2021)

Nota 1: Empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço (não inclui o Sector Financeiro)

Nota 2: (*) Considera-se somente as encomendas que representam pelo menos 1% do total do volume de negócios.

Embora a maioria das empresas efetue vendas através do seu *website/app*, cerca de 6% das empresas analisadas rececionaram encomendas através de portais de comércio eletrónico ou plataformas digitais (via *apps*) utilizadas por várias empresas, como por exemplo *Booking*, *hotels.com*, *eBay*, *Amazon*, *Amazon Business*, *Alibaba*, *Rakuten*, *Showroomprive*, *TimoCom*, etc... (Figura 16).

Figura 16 – Percentagem de empresas que receberam encomendas via *website/app* por tipologia



Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Enterprises* (2021)

Nota 1: Empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço (não inclui o Sector Financeiro)

Nota 2: (*) Considera-se somente as encomendas que representam pelo menos 1% do total do volume de negócios.

Perfil do utilizador

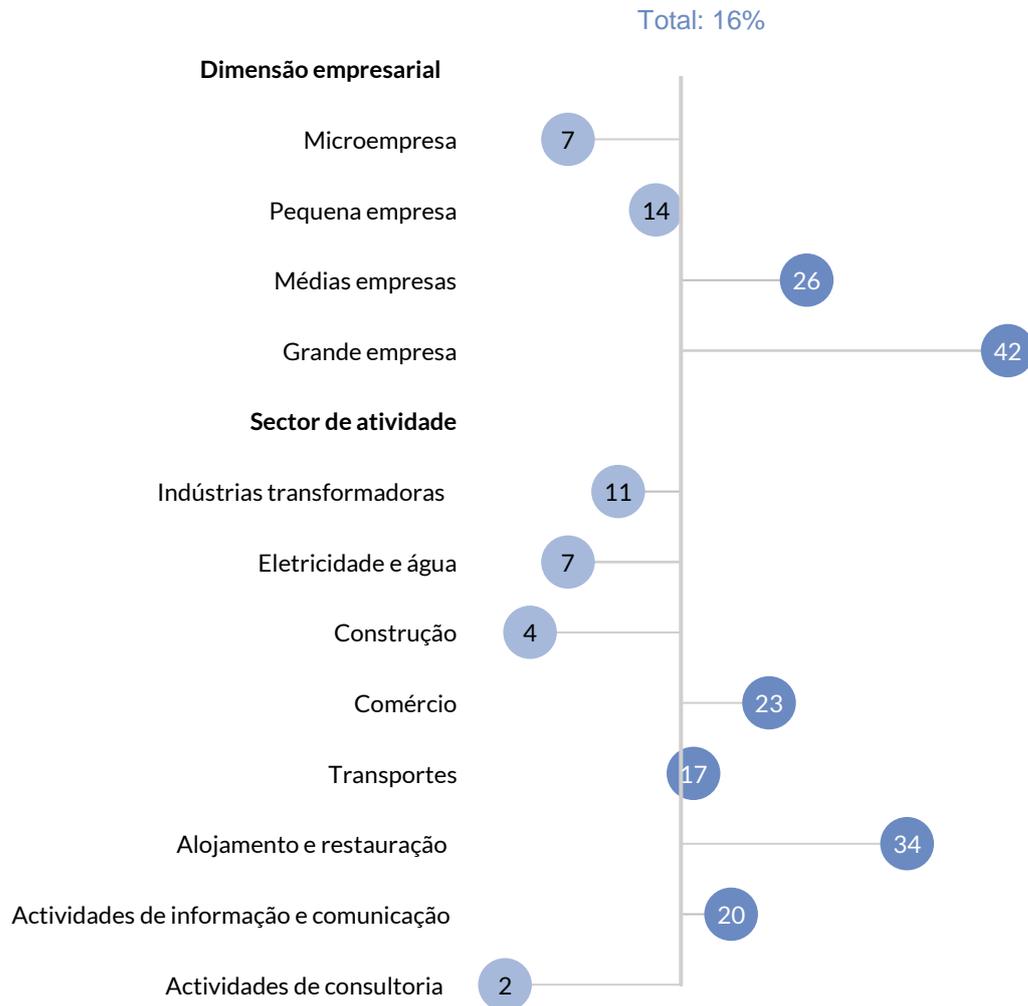
De entre os subsectores com informação disponível, os subsectores «alojamento e restauração», «comércio» e «atividades de informação e comunicações» foram aqueles em que a penetração de encomendas através de redes eletrónicas foi mais elevada, atingindo 34%, 23% e 20%, respetivamente (Figura 17).

Alojamento e Restauração
Comércio e TIC
 maior penetração de **encomendas por redes eletrónicas**

Embora Portugal tenha ficado abaixo da média europeia na maioria dos subsectores analisados, destaca-se o subsector dos «transportes» onde Portugal ficou acima da média da UE27 (17% em Portugal e 13% na média da UE27).

Cerca de 42% das grandes empresas portuguesas receberam encomendas *online* (+4 p.p. que na média da UE27 e -3 p.p. que no ano anterior).

Figura 17 – Grupos de empresas que mais receberam encomendas por redes eletrónicas



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Enterprises* (2021)

Nota: Empresas de acordo com a dimensão empresarial e sector de atividade

Identificação de problemas

Segundo o inquérito da CE, *Information and Communication Technologies in Enterprises*, de 2021, cerca de 71% das empresas que receberam encomendas através de *website/app* de clientes da UE não manifestaram qualquer das dificuldades analisadas, mais 24 p.p. que o registado no inquérito de 2019, uma melhoria substancial face ao registado antes da pandemia da COVID-19.

Portugal foi o 4.º país da UE27 com maior percentagem de empresas nesta situação¹⁰.

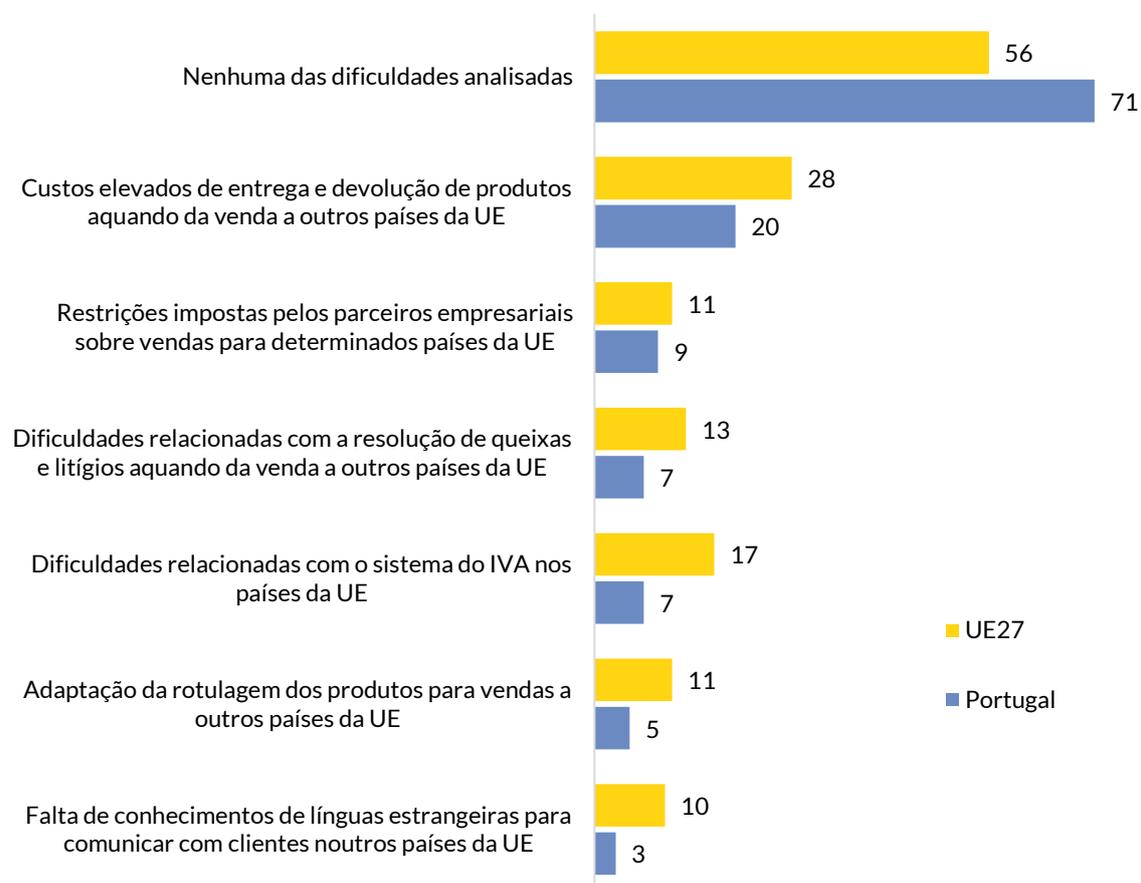
Os «custos elevados de entrega e devolução de produtos», um problema de natureza postal ou logística, foram a principal dificuldade manifestada pelas empresas nas vendas através de *website/app* a clientes de países da UE (Figura 18).

Custos de entrega e devolução

principal problema

na venda de produtos *online*
a clientes da UE

Figura 18 – Dificuldades nas vendas por website/app a clientes de outros países da UE27¹¹



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies in Enterprises* (2021)

Nota: Empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço (não inclui o sector financeiro) que receberam encomendas através de website/app de clientes de países da UE

¹⁰ O ranking não inclui a Alemanha por falta de informação.

¹¹ São consideradas somente as encomendas que representam pelo menos 1% do total das compras da empresa.

Nota metodológica



Fontes

Information and Communication Technologies in Households and by Individuals (CE)

Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias harmonizado e compilado pelo Eurostat. Em Portugal o inquérito é promovido anualmente pelo Instituto Nacional de Estatística (INE). O universo é constituído pelos agregados familiares residentes em Portugal com pelo menos um indivíduo com idade entre 16 e 74 anos. A dimensão da amostra em 2021 foi de 6.185 agregados domésticos. O período de referência da informação referente a pessoas são os últimos três meses anteriores à entrevista. A recolha da informação em 2021 foi efetuada entre 9 de junho e 3 de setembro. A amostra foi estratificada por NUTS II e dimensionada de forma a produzir estimativas representativas para Portugal e para as Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira.

Information and Communication Technologies in Enterprises (CE)

Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Empresas harmonizado e compilado pelo Eurostat. Em Portugal o inquérito é promovido anualmente pelo INE. A dimensão da amostra foi 7.164 empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço em 2021 e o universo é constituído pelas empresas em Portugal com 10 ou mais pessoas ao serviço e com atividade económica principal na indústria transformadora, energia, construção, comércio e reparação, alojamento e restauração, transportes e comunicações, e outros serviços (excluindo as atividades de educação e de saúde e, a partir de 2015, as atividades financeiras e de seguros). O período de referência da informação é o ano anterior (2020) para as questões sobre comércio eletrónico. O período para resposta ao inquérito ocorreu entre março e junho de 2021.

Europeans' Attitudes Towards Cyber Security - Special Eurobarometer 499/Wave EB92.2 (CE)

O universo é constituído pela população com 15 ou mais anos de cada um dos Estados membros da UE. Trata-se de um inquérito presencial (CAPI) e, no caso de Portugal, tem uma amostra de 1.007 indivíduos, garantindo-se uma margem de erro absoluta máxima de 3 p.p. A última vaga disponível deste inquérito foi recolhida durante outubro de 2019. O trabalho de campo foi realizado pela *Kantar Public Brussels*. A publicação data de janeiro de 2020.



Definições e notas

Comércio eletrónico de bens ou serviços pelas empresas

São consideradas as vendas efetuadas através de encomendas via *website*, *apps* ou por intercâmbio eletrónico de dados (EDI), por métodos concebidos especificamente para receber encomendas. O pagamento pode ser feito *online* ou *offline*. (Excluem-se as vendas efetuadas através de encomendas por e-mail).

As vendas via *website*, *apps* ou portais de comércio eletrónico diferenciam-se das vendas via intercâmbio eletrónico de dados (EDI) pela forma como é realizada a encomenda:

- Vendas via *website*, *apps* ou portais de comércio eletrónico: o cliente coloca a encomenda num *website*, numa *app* ou num portal;
- Vendas via EDI: é criada uma mensagem de encomenda EDI a partir do sistema comercial do cliente.

As vendas via *website*, *apps* ou portal de comércio eletrónico resultam de encomendas, marcações e reservas feitas pelos clientes através de (i) *Websites* ou *apps* da empresa: loja *online* (*webshop*); formulários na Internet; extranet (loja *online* ou formulários na Internet); aplicações para reserva de serviços; *apps* para dispositivos móveis ou computadores; (ii) Portais de comércio eletrónico ou *apps* utilizadas por várias empresas para o comércio de bens ou serviços.

As vendas por intercâmbio eletrónico de dados (EDI) resultam das encomendas feitas pelos clientes utilizando mensagens do tipo EDI, incluindo formato acordado adequado ao processamento automático; mensagem de encomenda do tipo EDI criada a partir do sistema comercial do cliente; encomendas transmitidas através do prestador de serviços EDI; encomendas geradas pelo sistema automático, orientadas pela procura; encomendas recebidas diretamente no sistema ERP do cliente. Exemplos de EDI: EDIFACT, XML/EDI, UBL, Rosettanet, etc. (Cfr. Instrumento de notação do Inquérito à Utilização de Tecnologias de Informação e da Comunicação nas Empresas, INE, 2021)

Intercâmbio eletrónico de dados

Encomendas efetuadas mediante ordens automáticas colocadas e processadas usando a comunicação entre sistemas informáticos, não sendo necessária a intervenção humana no processo.

Dimensões empresariais

Microempresas — empresas com menos de 10 pessoas ao serviço;

Pequenas empresas – empresas com 10 a 49 pessoas ao serviço;

Médias empresas – empresas com 50 a 249 pessoas ao serviço;

Grandes empresas – 250 ou mais pessoas ao serviço.



Siglas e abreviaturas

B2C	<i>Business to consumer</i>	INE	Instituto Nacional de Estatística
B2BG	<i>Business to business/government</i>	TIC	Tecnologias de informação e comunicação
CE	Comissão Europeia	UE27	União Europeia 27 países
EDI	Intercâmbio eletrónico de dados		



Sinais convencionais

%	percentagem	p.p.	pontos percentuais
----------	-------------	-------------	--------------------



O COMÉRCIO ELETRÓNICO
em Portugal e na União Europeia em 2021

2021



Lisboa (Sede)

Av. José Malhoa, 12
1099 - 017 Lisboa
Portugal
Tel: (+351) 217211000
Fax: (+351) 217211001

Porto

Rua Direita do Viso, 59
4250 - 198 Porto
Portugal
Tel: (+351) 226198000

Açores

Rua dos Valados, 18 - Relva
9500 - 652 Ponta Delgada
Portugal
Tel: (+351) 296302040

Madeira

Rua Vale das Neves, 19
9060 - 325 S. Gonçalo - Funchal
Portugal
Tel: (+351) 291790200



Atendimento ao público

800206665
info@anacom.pt

www.anacom.pt
Janeiro de 2022

ANACOM  AUTORIDADE
NACIONAL
DE COMUNICAÇÕES