

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>	19
3 O comércio eletrónico nas empresas.....	22
Nota metodológica.....	27

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, 2022	14
Figura 5 – Número de transações e gasto em encomendas efetuadas pela Internet nos últimos 3 meses	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, 2022	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 – Percentagem de indivíduos que efetuaram vendas através da Internet	20
Figura 11 – Proporção de indivíduos que efetuaram vendas através da Internet nos últimos 3 meses por características sociodemográficas, Portugal e UE27	21
Figura 12 – Percentagem de empresas que receberam encomendas por redes eletrónicas e peso no volume de negócios	22
Figura 13 – Percentagem de empresas que receberam encomendas por redes eletrónicas e tipo de receção e peso no volume de negócios	23
Figura 14 – Percentagem de empresas que receberam encomendas via <i>website/app</i> por segmento e peso no volume de negócios	23
Figura 15 – Percentagem de empresas que receberam encomendas via <i>website/app</i> por tipologia	24
Figura 16 – Grupos de empresas que mais receberam encomendas por redes eletrónicas	25
Figura 17 – Dificuldades nas vendas por <i>website/app</i> a clientes de outros países da UE	26

Índice de tabelas

Tabela 1 – Tipo de produtos físicos comprados pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2022	11
Tabela 2 – Tipo de produtos digitais comprados pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2022	12
Tabela 3 – Tipo de serviços comprados pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2022	13
Tabela 4 – Tipo de produtos financeiros comprados pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2022	13

Sumário executivo

43% dos indivíduos fizeram compras e 9% efetuaram vendas pela Internet

Em 2022, 43% dos indivíduos em Portugal efetuaram compras através da Internet nos três meses anteriores à inquirição, mais 2 p.p. do que no ano anterior. Caso se considere os doze meses anteriores, 54% dos indivíduos efetuaram este tipo de transação (+2 p.p. que no ano anterior). O crescimento anual verificado foi inferior ao registado em 2021 (+7 p.p.) e em 2020 (+6 p.p.), anos marcados pela alteração de comportamentos dos consumidores resultante da pandemia COVID-19, e igual ao registado antes da pandemia (em 2019 tinha aumentado 2 p.p.).

Cerca de 25% dos indivíduos nunca efetuaram compras pela Internet. Por outro lado, cerca de 9% dos indivíduos efetuaram vendas *online*.

Portugal era o 21.º país da União Europeia (UE27) no que respeita percentagem de indivíduos que realizaram compras *online* nos últimos 3 meses e o 23.º país em vendas *online*.

Vestuário e calçado, refeições entregues ao domicílio e produtos de cosmética são os bens mais encomendados

O «vestuário/calçado» (66%) e as «refeições entregues ao domicílio» (42%) foram os produtos físicos mais encomendados pela Internet, seguindo-se os «produtos de cosmética, beleza e bem-estar» (28%) e os «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento informático complementar ou acessórios» (27%). Os «equipamentos desportivos» foi o que mais desceu face ao ano anterior (-6 p.p.).

Portugal encontrava-se na 5.ª posição do *ranking* da UE27 na compra de «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento informático complementar ou acessórios» através da Internet, na 6.ª posição na compra de «livros, revistas ou jornais (em papel)», na 7.ª posição na compra de «refeições entregues ao domicílio» (+12 p.p. acima da média), na 10.ª posição de «produtos de cosmética, beleza ou bem-estar através da Internet» e na 12.ª 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 (38% dos indivíduos que efetuaram compras *online*). Portugal ocupou a 7.^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» (36%), os «bilhetes para eventos culturais ou outros, como cinema, concertos, feiras» (32%) e os «serviços de transporte» (32%), ficando Portugal na 7.^a, 11.^a e 12.^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.

18% das empresas receberam encomendas através de redes eletrónicas em 2021

Durante 2021, cerca de 18% das empresas portuguesas com 10 ou mais pessoas ao serviço receberam encomendas através de redes eletrónicas (-1 p.p. que a média da UE27 e +2 p.p. que no ano anterior). Estas encomendas representaram 17% do volume de negócios (igual ao ano anterior).

Embora a maioria das empresas receba as encomendas através do seu *website/app*, cerca de 9% das empresas analisadas rececionaram encomendas através de portais de comércio eletrónico ou plataformas digitais (via *apps*) utilizadas por várias empresas.

Questões relacionadas com a entrega e a preferência pelo contacto pessoal

Segundo os dados mais recentes referentes a 2021, 93% dos indivíduos inquiridos não tiveram 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*.

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
continua a ser o
principal
problema
identificado pelas
empresas

Mais de metade das empresas que efetuaram vendas a clientes de outros países da UE manifestaram alguma dificuldade no processo (mais 28 p.p. que o registado no inquérito anterior), sendo que os principais problemas referidos foram os «custos elevados de entrega e devolução de produtos» (33%) e as «dificuldades relacionadas com o sistema de IVA nos países da UE» (24%).

Comércio Eletrónico



Segmento residencial (2022)

Compras ou encomendas pela Internet nos últimos 3 meses

43% 21.ª posição no ranking da UE27 dos indivíduos
+2 p.p. entre 2021 e 2022



Perfil de maior utilização

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

Produtos encomendados (TOP10)



Problemas identificados

✓ **93%** (dados 2021) Sem qualquer problema
⌚ **3%** Tempo de entrega
✗ **3%** Produtos danificados ou errados



Segmento empresarial (2021)

Empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço

Vendas por redes eletrónicas

18% 18.ª posição no ranking da UE27 das empresas
17% do volume de negócios
+2 p.p. entre 2021 e 2022



6% Intercâmbio Eletrónico de Dados



16% Website/app



14% B2C



8% B2B / B2G

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

33% 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 2022, fazendo uso e integrando a informação estatística mais atual que se encontra disponível, nomeadamente, da Comissão Europeia (CE):

- *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals;*
- *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises.*

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*

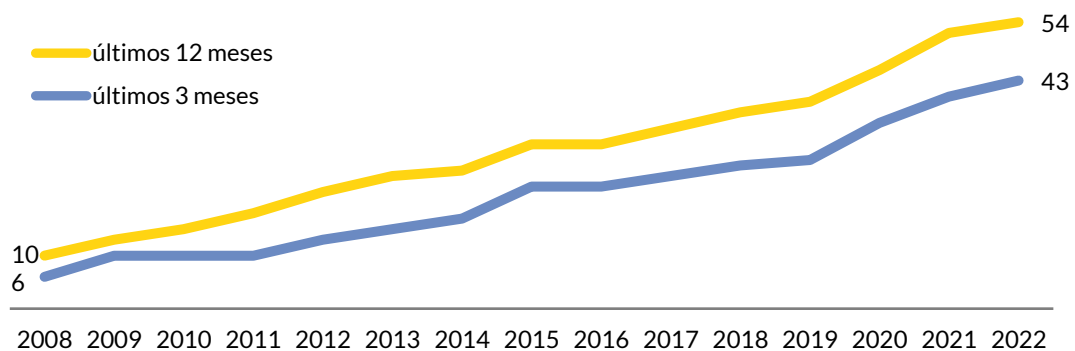
Nos últimos anos, tem vindo a crescer a proporção da população residente em Portugal que realiza compras através da Internet (Figura 1). Segundo o inquérito da CE, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals*, cujo trabalho de campo foi realizado entre junho e agosto de 2022, 43% dos residentes em Portugal efetuaram compras ou encomendas através da Internet¹ nos três meses anteriores à inquirição, mais 2 p.p. do que no ano anterior.

43%
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

Caso se considerem os doze meses anteriores, 54% dos indivíduos efetuaram este tipo de transação (+2 p.p. que em 2021). O crescimento anual verificado em 2022 (+2 p.p.) foi inferior ao registado em 2021 (+7 p.p.) e em 2020 (+6 p.p.), anos marcados pela alteração de comportamentos dos consumidores resultante da pandemia COVID-19, e igual ao registado antes da pandemia (em 2019 tinha aumentado 2 p.p.).

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



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2008 a 2022)

Nota: Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos.

Cerca de 25% dos inquiridos referiram que nunca efetuaram compras ou encomendas pela Internet, o 5.º valor mais elevado entre os países da UE27².

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 0,95³) – vd. [Figura 2](#).

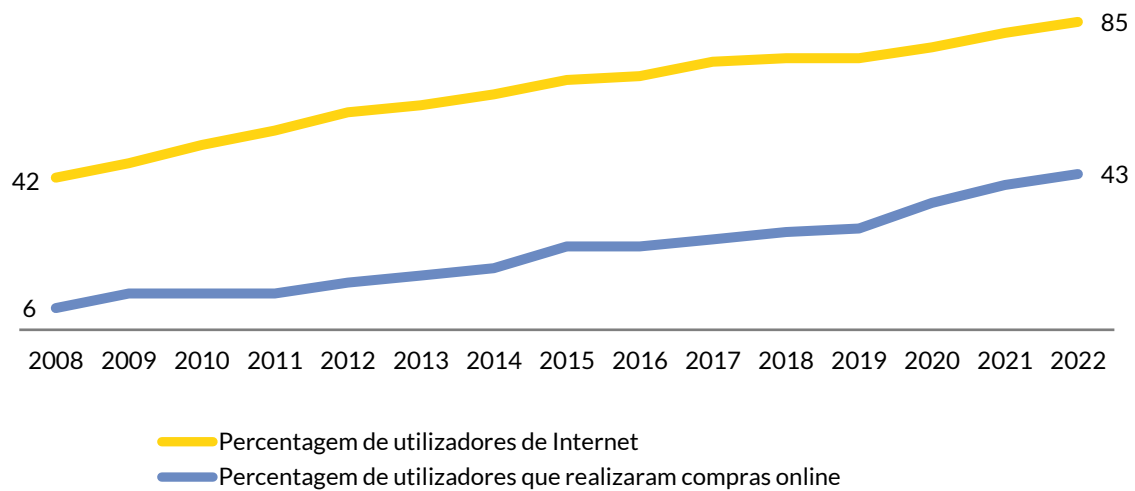
25%
 dos indivíduos
NUNCA efetuaram
 compras ou
 encomendas
 pela Internet

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.

² Não inclui Irlanda por falta de informação.

³ Recorre-se ao coeficiente de correlação de Pearson.

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



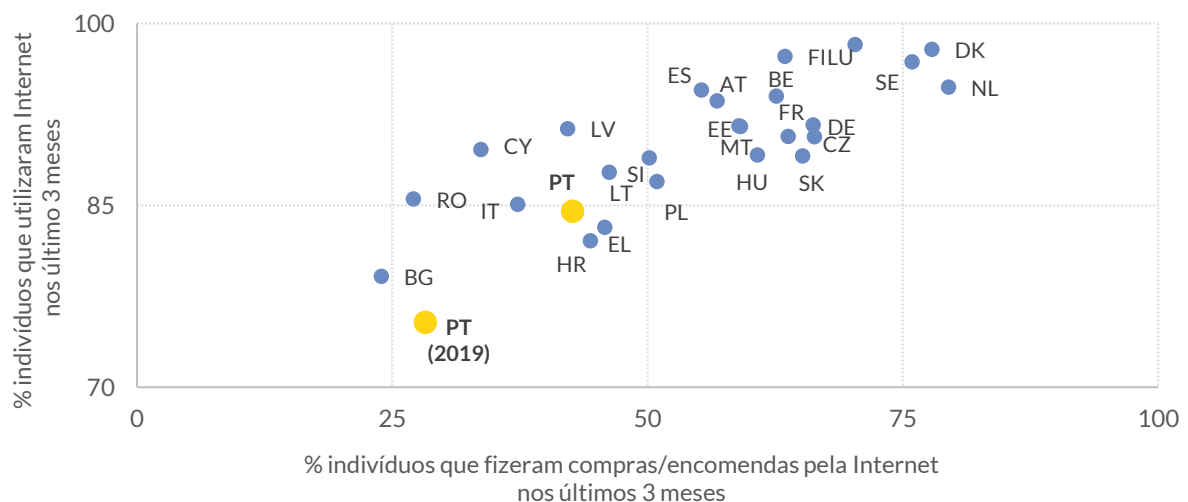
Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2008 a 2022)

Nota: Indivíduos com idade entre 16 e 74 anos

Por outro lado, no *ranking* da UE27 (excluindo Irlanda, por falta de informação), Portugal foi o 23.º país em termos de percentagem de utilizadores de Internet e o 21.º país em termos de percentagem de indivíduos que realizaram compras *online* nos últimos 3 meses (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 Usage in Households and by Individuals* (2022)

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

Tipologias de transação

Em 2022, o «vestuário e calçado» (66%) e as «refeições entregues ao domicílio» (42%) continuaram a ser os principais produtos físicos encomendados pela Internet nos três meses anteriores à inquirição. Seguiram-se os «produtos de cosmética, beleza e bem-estar» (28%) e os «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento informático complementar ou acessórios» (27%).

– vd. [Tabela 1](#).

Vestuário/calçado e Refeições entregues ao domicílio

continuam a ser os principais produtos físicos encomendados na Internet

Em comparação com o ano anterior, registou-se uma diminuição na percentagem de indivíduos que efetuaram encomendas pela Internet para a maioria dos produtos físicos, com maior expressão para os «equipamentos desportivos» (-6 p.p.).

Portugal encontrava-se na 5.^a posição do *ranking* da UE27 na compra de «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento informático complementar ou acessórios» através da Internet, na 6.^a posição na compra de «livros, revistas ou jornais (em papel)», na 7.^a posição na compra de «refeições entregues ao domicílio», na 10.^a posição nos «produtos de cosmética, beleza ou bem-estar» e na 12.^a posição nos «equipamentos desportivos». Por outro lado, no que respeita ao «vestuário e calçado», principal categoria de produtos adquiridos através da Internet, Portugal ocupava o 14.^o lugar do *ranking*, menos 2 p.p. abaixo da média da UE27.

Os principais desvios face à UE27 registaram-se no caso das «refeições entregues ao domicílio» (+12 p.p.), «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento informático complementar ou acessórios» (+6 p.p.), «Artigos para a casa ou jardim» (-6 p.p.) e «Brinquedos ou artigos para cuidado de bebés ou crianças» (-4 p.p.).

Tabela 1 – Tipo de produtos físicos comprados pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2022

	UE27 (%)	Portugal (%)	Ranking	Desvio face à UE27 (p.p.)	Var. (p.p.) 2021/2022
Roupa, calçado ou acessórios de moda	68	66	14.º	-2	-3
Refeições entregues ao domicílio (ou levantadas em loja)	30	42	7.º	+12	-4
Produtos de cosmética, de beleza ou de bem-estar	26	28	10.º	+2	-2
Computadores, tablets, telemóveis, smartphones, equipamento informático complementar ou acessórios	22	27	5.º	+6	-2
Livros, revistas ou jornais (em papel)	23	26	6.º	+3	0
Equipamentos desportivos (exclui roupa desportiva)	23	23	12.º	0	-6
Artigos para a casa ou jardim (exclui eletrodomésticos e equipamentos eletrónicos)	26	20	17.º	-6	-2
Alimentos ou bebidas	17	20	11.º	+2	0
Medicamentos	20	17	18.º	-3	0
Eletrodomésticos, televisões, câmaras fotográficas ou outro equipamento eletrónico	16	17	15.º	0	+1
Produtos de limpeza ou produtos de higiene pessoal	15	16	12.º	+1	0
Brinquedos ou artigos para cuidado de bebés ou crianças	19	15	18.º	-4	0
Veículos ou peças para veículos	9	7	18.º	-1	-2
Música (ex.: CD, disco de vinil)	6	4	12.º	-2	+1
Filmes ou séries (ex.: DVD, Blu-ray)	5	2	22.º	-3	-1
Outros produtos ou serviços	19	5	22.º	-14	-2

Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2022)

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 Irlanda por falta de informação.

Nota 3: As variações apresentadas podem não corresponder aos valores constantes da tabela devido a arredondamentos.

Entre os produtos digitais, destacaram-se os «filmes, séries ou programas de desporto para *download* ou subscrição *online*» como os mais comprados pela Internet (38% dos indivíduos que efetuaram compras *online*) e os que mais aumentaram o seu consumo no último ano (+3 p.p.) - Tabela 2. Portugal ocupou a 7.ª posição do ranking da UE27 na compra deste tipo de produtos digitais.

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*» (-7 p.p.), «Livros eletrónicos, revistas eletrónicas ou jornais eletrónicos» (-5 p.p.), «Software ou atualizações de software para *download*» (-3 p.p.). No caso da principal categoria consumida, «filmes, séries ou programas de desporto para *download* ou subscrição *online*», o desvio foi de mais 8 p.p.

Tabela 2 – Tipo de produtos digitais comprados pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2022

	UE27 (%)	Portugal (%)	Ranking	Desvio face à UE27 (p.p.)	Var. (p.p.) 2021/2022
Filmes, séries ou programas de desporto para <i>download</i> ou subscrição de um serviço <i>online</i>	31	38	7.º	+8	+3
Música para <i>download</i> ou subscrição de um serviço de música <i>online</i>	25	18	13.º	-7	+1
Jogos para jogar <i>online</i> ou para <i>download</i>	14	13	12.º	-1	-2
Software ou atualizações de software para <i>download</i>	15	12	11.º	-3	0
Livros eletrónicos, revistas eletrónicas ou jornais eletrónicos	12	7	16.º	-5	0
Aplicações de Internet (exceto sobre saúde)	7	7	10.º	0	-3
Aplicações de Internet relacionadas com a saúde ou com exercício físico	6	5	11.º	-1	-2
Pelo menos um tipo de produto digital	44	47	11.º	+2	+2

Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals (2022)*

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 Irlanda por falta de informação.

Nota 3: As variações apresentadas podem não corresponder aos valores constantes da tabela devido a arredondamentos.

Quanto aos serviços contratados pela Internet, os «serviços de alojamento» (36%), os «bilhetes para eventos culturais ou outros, como cinema, concertos, feiras» (32%), e os «serviços de transporte» (32%) foram os mais populares, ficando acima da média da UE27 (Tabela 3).

Serviços de Alojamento
 foram os mais contratados pela Internet

A aquisição de «bilhetes para eventos culturais ou outros, como cinema, concertos, feiras» pela Internet foi também a que registou um maior aumento face ao ano anterior (+18 p.p.).

Tabela 3 – Tipo de serviços comprados pela Internet nos últimos 3 meses, Portugal e UE27, 2022

	UE27 (%)	Portugal (%)	Ranking	Desvio face à UE27 (p.p.)	Var. (p.p.) 2021/2022
Serviços de alojamento	29	36	7.º	+7	+8
Bilhetes para eventos culturais ou outros, como cinema, concertos, feiras	29	32	11.º	+3	+18
Serviços de transporte	27	32	12.º	+5	+9
Adesão ou renovação de serviços de ligação à Internet, telefone ou telemóvel	16	20	9.º	+4	+1
Adesão ou renovação de serviços de eletricidade, água ou serviços similares	11	10	15.º	-1	-1
Bilhetes para eventos desportivos	8	8	16.º	0	+6
Serviços domésticos, como limpeza, <i>babysitting</i> , jardinagem	3	1	20.º	-2	0

Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2022)

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 Irlanda por falta de informação.

Nota 3: As variações apresentadas podem não corresponder aos valores constantes da tabela devido a arredondamentos.

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 1 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, 2022

	UE27 (%)	Portugal (%)	Ranking	Desvio face à UE27 (p.p.)	Var. (p.p.) 2021/2022
Apólices de seguro, incluindo seguro de viagem	10	11	14.º	+1	0
Empréstimo, hipoteca ou crédito de bancos ou outros prestadores financeiros	3	3	16.º	0	+1
Compra ou venda de ações, títulos ou outros ativos financeiros	5	2	18.º	-3	0
Algum dos anteriores	15	14	14.º	0	0

Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2022)

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

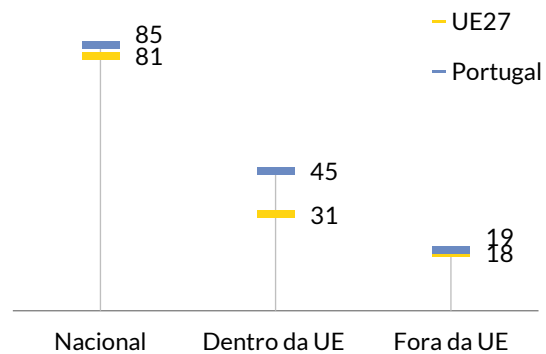
Nota 2: O *ranking* não inclui Irlanda por falta de informação.

Nota 3: As variações apresentadas podem não corresponder aos valores constantes da tabela devido a arredondamentos.

Cerca de 85% dos indivíduos indicaram que pelo menos uma das compras efetuadas pela Internet nos três meses anteriores à recolha foi realizada em Portugal, 45% referiu um país da UE (+1 p.p. que no ano anterior) e 19% um país fora da UE.

Portugal ficou 4 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, 2022



Unidade: %

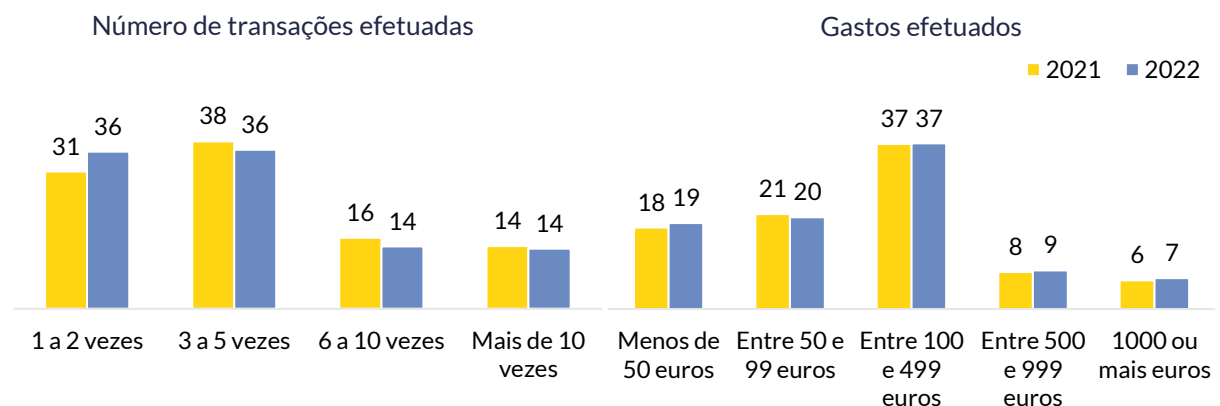
Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2022)

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 36% dos utilizadores que efetuaram compras ou encomendas *online* nos anteriores três meses ao inquérito realizou entre 1 e 5 encomendas e cerca de 37% gastou tipicamente um montante entre 100 e 499 euros.

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



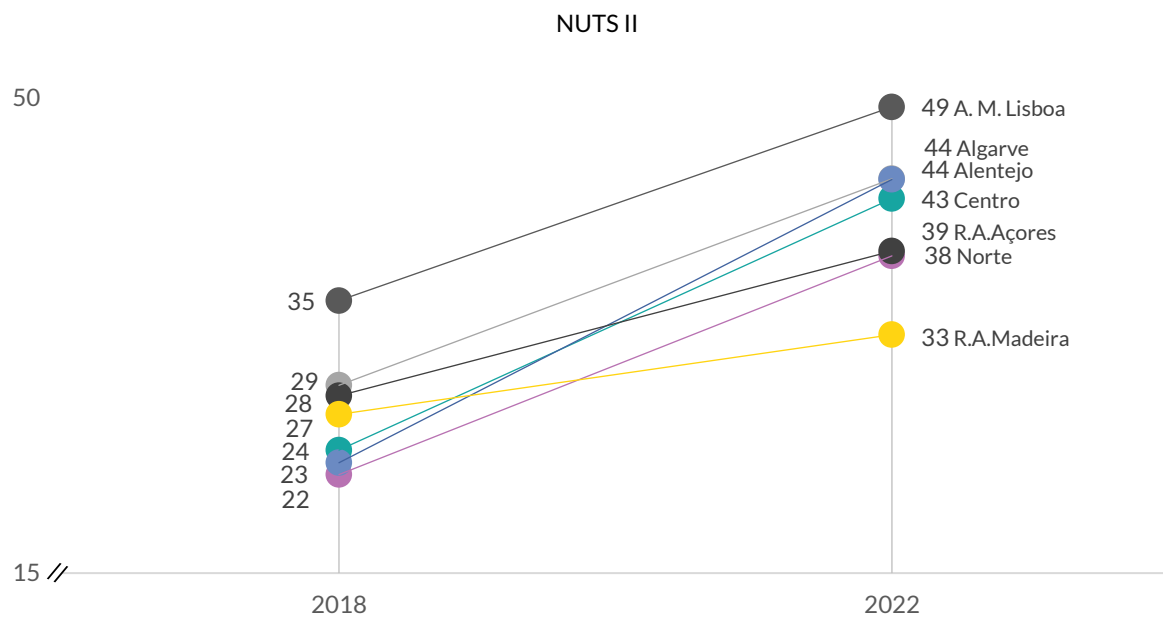
Unidade: %

Fonte: INE, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias (2022)

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 (49%) – vd. [Figura 6](#). Os indivíduos da região do Centro, Área Metropolitana de Lisboa e Alentejo foram os que mais contribuíram para o aumento de compras ou encomendas efetuadas pela Internet no último ano (+3 p.p.), e os da região do Algarve e do Centro nos últimos quatro anos.

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



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2021 e 2022)

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 e 5.º quintil), bem como os empregados e os estudantes apresentaram uma maior propensão para efetuar compras ou encomendas através da Internet ([Figura 7](#)).

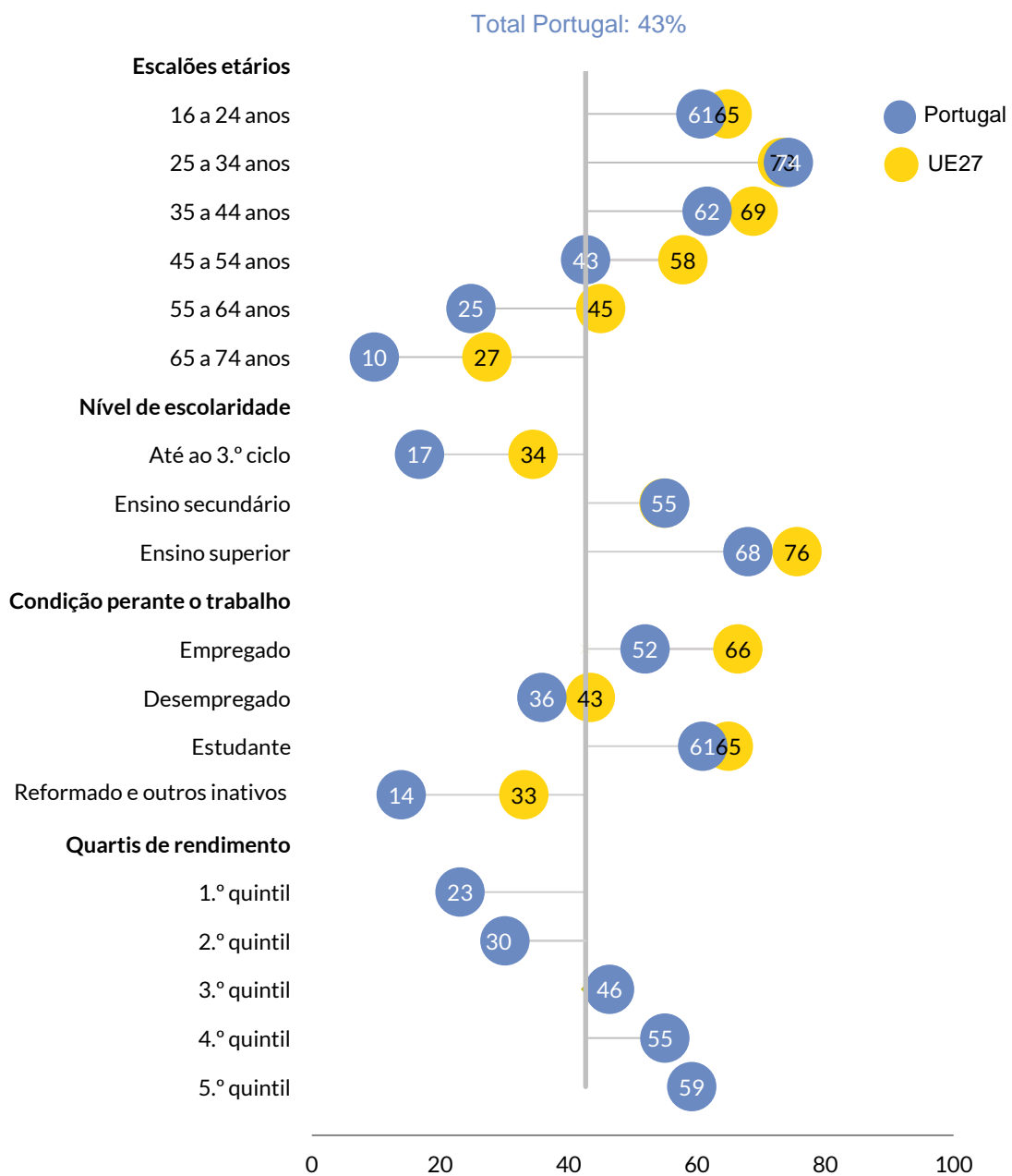
Este perfil é semelhante ao da média da UE27 e manteve-se face ao ano anterior. Os maiores desvios face à média da UE27 ocorreram entre os indivíduos com idades entre 55 e 64 anos e reformados.

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 aumentaram ou mantiveram a propensão para efetuar compras ou encomendas através da Internet, com maior destaque para os indivíduos com o nível secundário de escolaridade (+4 p.p.) e indivíduos com idades entre 35 e 64 anos (+3 p.p.).

Figura 7 – Proporção de indivíduos que efetuaram compras através da Internet nos últimos 3 meses por características sociodemográficas, Portugal e UE27, 2022



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2022); INE, *Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias* (2022)

Nota: Indivíduos entre os 16 e os 74 anos de acordo com o grupo sociodemográfico; Informação sobre quintis de rendimento não disponível para a UE27.

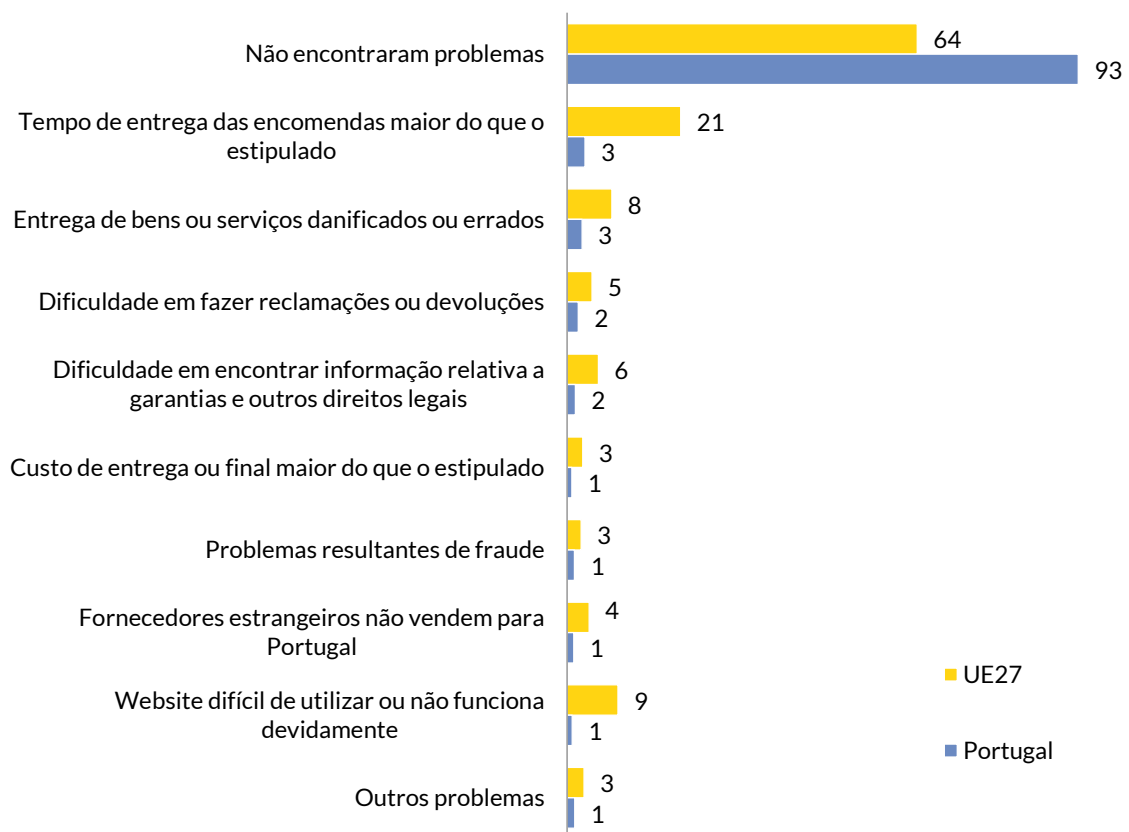
Problemas com compras através da Internet

Segundo os dados mais recentes disponíveis, em 2021, cerca de 93% dos inquiridos que realizaram compras através da Internet nos três meses anteriores⁴ referiram não ter havido qualquer problema com a transação (mais 29 p.p. que a média da UE27).

Os problemas mais referidos em Portugal 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 Usage in Households and by Individuals* (2021)

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

⁴ A recolha da informação incidiu sobre os meses de junho a setembro de 2021.

Barreiras à utilização do comércio eletrónico

Segundo os dados mais recentes disponíveis, 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 13% 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 Usage 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

2.2 Venda de produtos ou serviços *online*

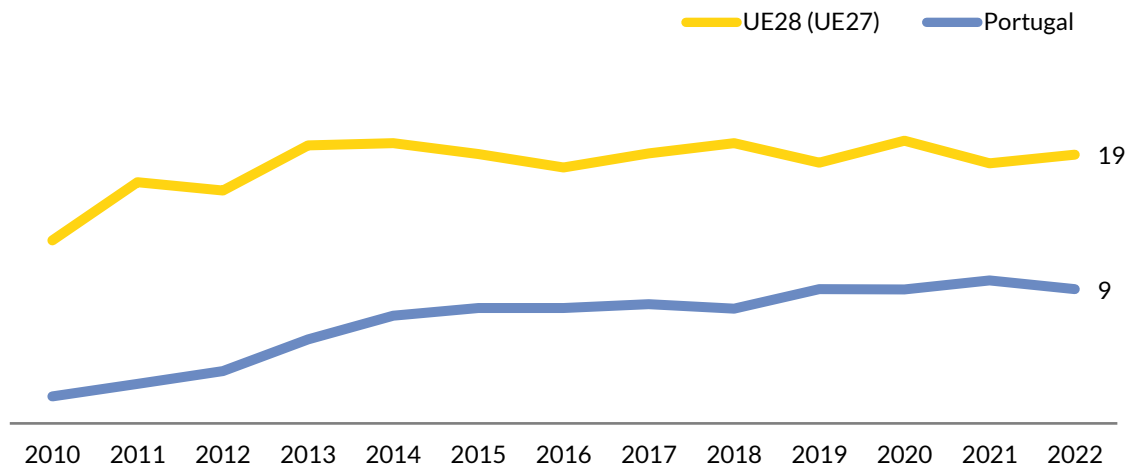
Desde 2015 que a venda de produtos ou serviços através da Internet nos três meses anteriores à data da inquirição, pelos residentes em Portugal, tem variado entre 8% e 10%. Em 2022, situou-se nos 9%, menos 1 p.p. que no ano anterior, ocupando Portugal o 23.º lugar no *ranking* da UE27 nesta dimensão do comércio eletrónico⁵ (Figura 10).

9%

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

⁵ A recolha da informação foi efetuada entre junho e agosto de 2022. Os dados da UE27 não incluem a Irlanda por falta de informação.

Figura 10 – Percentagem de indivíduos que efetuaram vendas através da Internet



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2008 a 2022)

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 (ensino superior), bem como os estudantes tendem a apresentar uma maior propensão para efetuar vendas através da Internet (Figura 11).

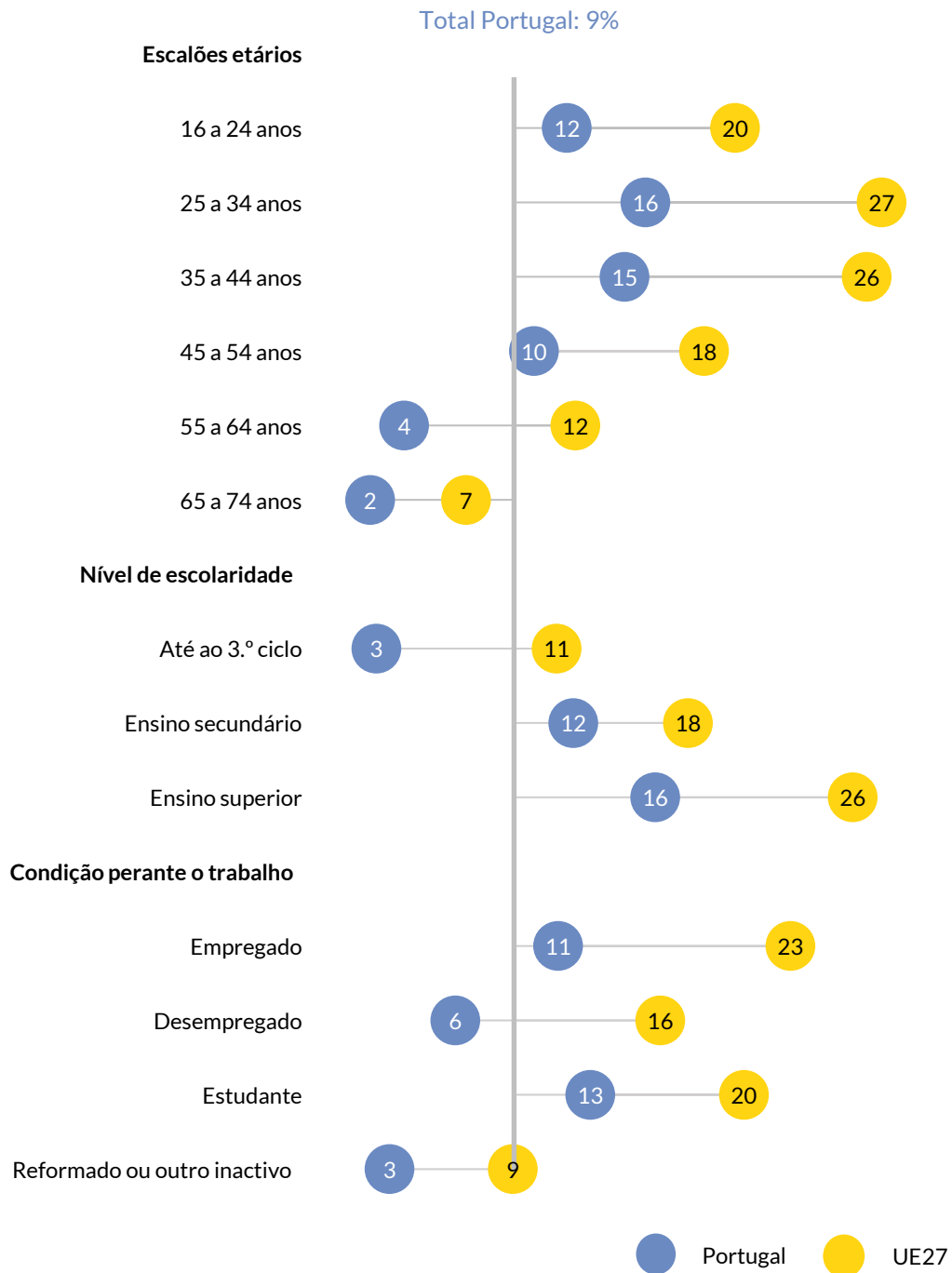
Vendas pela Internet

efetuadas sobretudo por indivíduos com **25 a 44 anos, escolaridade mais elevada, e estudantes**

Este perfil é semelhante ao da média da UE27.

De referir que, em Portugal, a proporção de estudantes que efetuaram vendas *online* passou de 11% em 2021 para 13% em 2022, contrariando a tendência decrescente na maioria dos grupos sociodemográficos analisados.

Figura 11 – 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 Usage in Households and by Individuals* (2022)

Nota: Indivíduos entre os 16 e os 74 anos de acordo com o grupo sociodemográfico.

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.

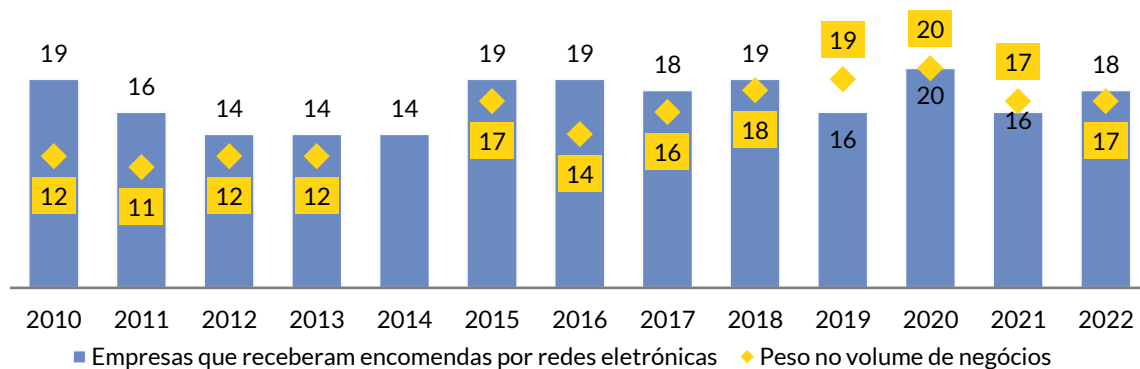
Segundo o inquérito da CE, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* de 2022⁶, cerca de 18% das empresas portuguesas com 10 ou mais pessoas ao serviço receberam encomendas e venderam bens e serviços através de redes eletrónicas⁷ a particulares (B2C), outras empresas (B2C) ou do Estado (B2G) durante o ano de 2021⁸ (-1 p.p. do que a média da UE27 e +2 p.p. que no ano anterior).

18%

das empresas receberam encomendas por redes eletrónicas

As encomendas através de redes eletrónicas representaram 17% do volume de negócios das empresas (igual ao ano anterior) – vd. [Figura 12](#).

Figura 12 – Percentagem de empresas que receberam encomendas por redes eletrónicas e peso no volume de negócios



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* (2010-2022)

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.

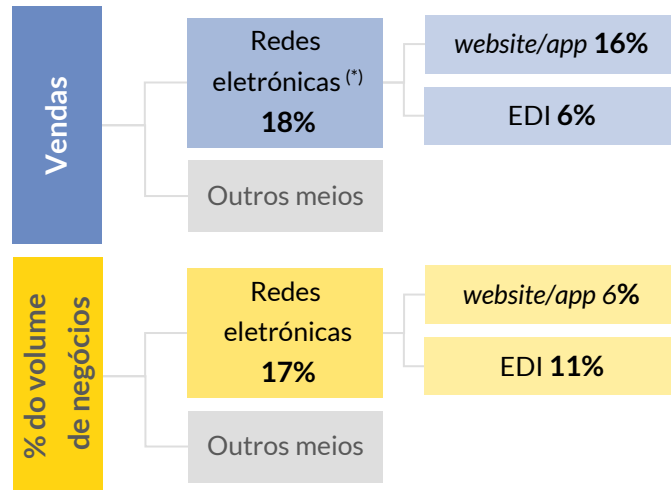
⁶ Os dados relativos ao comércio eletrónico pelas empresas respeitam ao ano anterior ao do inquérito. Por exemplo, no caso do inquérito de 2022, a informação refere-se ao ano de 2021.

⁷ 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.

⁸ Nesta análise considera-se somente as encomendas que representam pelo menos 1% do total do volume de negócios.

Durante o ano de 2021, cerca de 16% das empresas receberam encomendas através de *website/app*, representando 6% do seu volume de negócios (Figura 13). 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 (11%).

Figura 13 – 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 Usage in Enterprises* (2022)

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

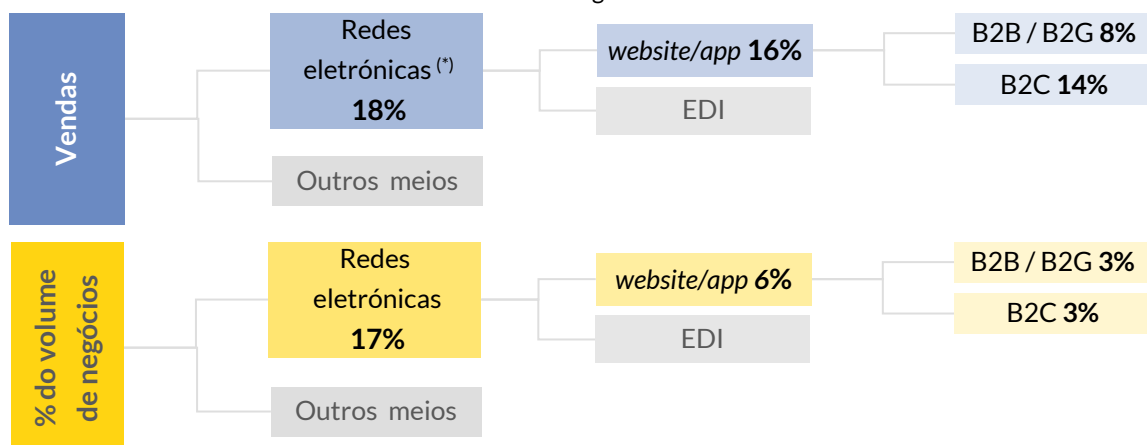
Nota 2: (*) Considera-se somente as encomendas que representam pelo menos 1% do total do volume de negócios.

Perfil da utilização

Durante 2021, cerca de 14% das empresas receberam encomendas de particulares (B2C) e 8% realizaram negócios com outras empresas (B2B) ou com o Estado (B2G) – vd. Figura 14.

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

Figura 14 – Percentagem de empresas que receberam encomendas via *website/app* por segmento e peso no volume de negócios



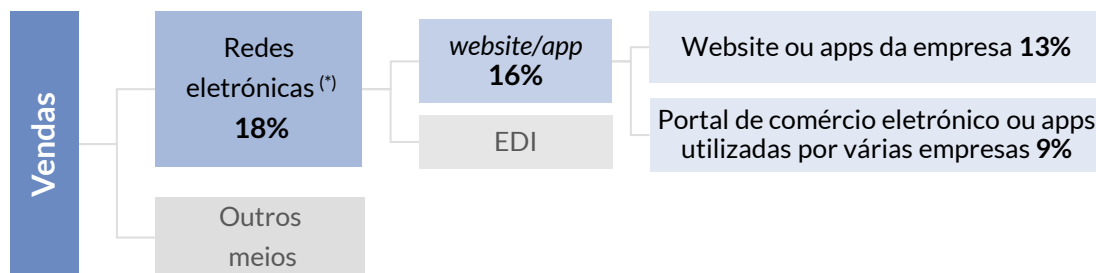
Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* (2022)

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 9% das empresas analisadas rececionaram encomendas através de portais de comércio eletrónico ou plataformas digitais (via *apps*) utilizadas por várias empresas (Figura 15).

Figura 15 – Percentagem de empresas que receberam encomendas via *website/app* por tipologia



Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* (2022)

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.

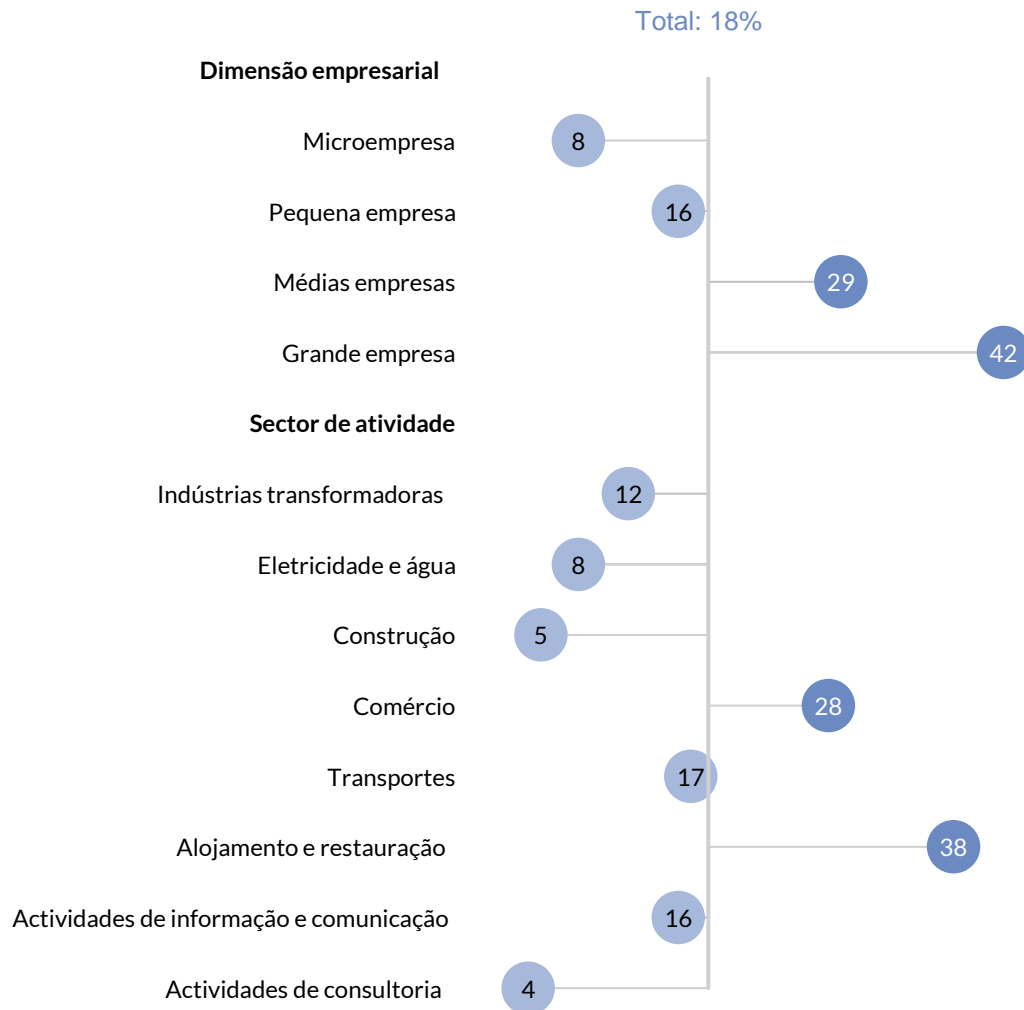
Perfil do utilizador

De entre os subsectores com informação disponível, os subsectores «alojamento e restauração» e «comércio» foram aqueles em que a penetração de encomendas através de redes eletrónicas foi mais elevada, atingindo 38% e 28%, respetivamente (Figura 16). Referem-se ainda aos únicos subsectores analisados onde Portugal se situou acima da média da UE27.

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

Cerca de 42% das grandes empresas portuguesas e 29% das médias empresas receberam encomendas *online* em 2021, colocando-se Portugal acima da média da UE27 nas duas dimensões empresariais.

Figura 16 – Grupos de empresas que mais receberam encomendas por redes eletrónicas



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* (2022)

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

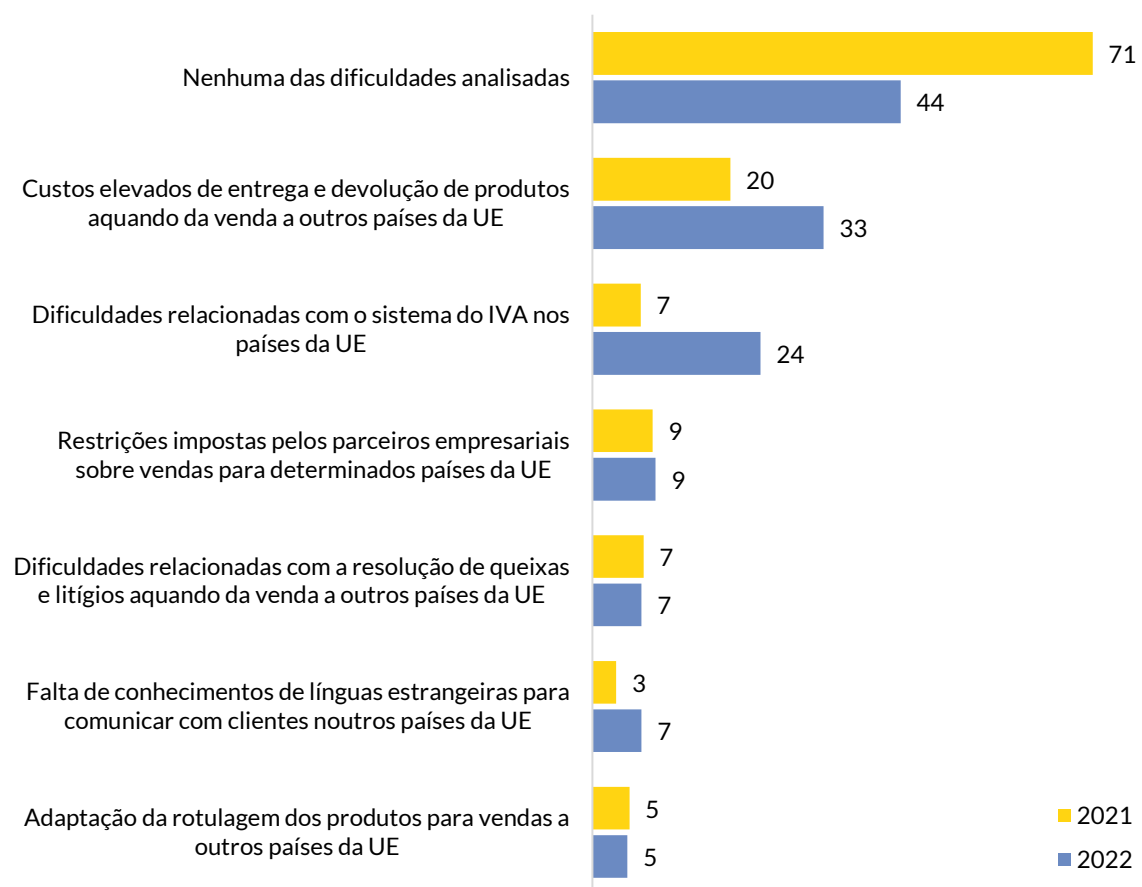
Identificação de problemas

Segundo o inquérito da CE, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises*, de 2022, mais de metade das empresas (56%) que receberam encomendas através de *website/app* de clientes da UE manifestaram alguma dificuldade no processo (um aumento de 28% face ao registado no ano anterior).

Os «custos elevados de entrega e devolução de produtos» (33%), um problema de natureza postal ou logística, continua a ser a principal dificuldade manifestada pelas empresas nas vendas através de *website/app* a clientes de países da UE, seguindo-se as «dificuldades relacionadas com o sistema de IVA nos países da UE» (24%) – vd. [Figura 17](#).

Custos de entrega e devolução principal problema na venda de produtos *online* a clientes da UE

Figura 17 – Dificuldades nas vendas por *website/app* a clientes de outros países da UE



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* (2022)

Nota 1: 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.

Nota 2: São consideradas somente as encomendas que representam pelo menos 1% do total das compras da empresa.

Nota metodológica



Fontes

Information and Communication Technologies Usage 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 2022 foi de 6.594 agregados domésticos. O período de referência da informação referente a pessoas são os últimos três meses anteriores à entrevista. A recolha da informação em 2022 foi efetuada entre 6 de junho e 21 de agosto. 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 Usage 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 6.998 empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço em 2022 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 (2021) para as questões sobre comércio eletrónico. O período para resposta ao inquérito ocorreu entre março e junho de 2022.



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)

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

2022



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 2023

ANACOM  AUTORIDADE
NACIONAL
DE COMUNICAÇÕES