

RELATÓRIO ANUAL

O COMÉRCIO ELETRÓNICO

em Portugal e na União Europeia

Segmento residencial e empresarial



2023

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.....	29

Índice de figuras

Figura 1 – População residente em Portugal que efetuou compras através da Internet	8
Figura 2 – Utilizadores de Internet e realização de compras <i>online</i> nos últimos 3 meses	9
Figura 3 – Utilizadores de Internet e de população que realizou 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, 2023	14
Figura 5 – Número de transações efetuadas pela Internet nos últimos 3 meses	14
Figura 6 – População residente que efetuou compras através da Internet nos últimos 3 meses por região NUTS II	15
Figura 7 – População residente que efetuou compras através da Internet nos últimos 3 meses por características sociodemográficas, Portugal e UE27, 2023	17
Figura 8 – Problemas encontrados na realização de compras através da Internet, Portugal e UE27	18
Figura 9 – Motivos para não efetuar compras/encomendas através da Internet, Portugal e UE27	20
Figura 10 – População que efetuou vendas através da Internet	21

Figura 11 – População residente que efetuou vendas através da Internet nos últimos 3 meses por características sociodemográficas, Portugal e UE27	22
Figura 12 – Empresas que receberam encomendas por redes eletrónicas e peso no volume de negócios	24
Figura 13 – Empresas que receberam encomendas por redes eletrónicas e tipo de receção e peso no volume de negócios	24
Figura 14 – Empresas que receberam encomendas via <i>website/app</i> por segmento e peso no volume de negócios	25
Figura 15 – Empresas que receberam encomendas via <i>website/app</i> por tipologia	25
Figura 16 – Grupos de empresas que mais receberam encomendas por redes eletrónicas	27
Figura 17 – Dificuldades nas vendas por <i>website/app</i> a clientes de outros países da UE	28

Índice de tabelas

Tabela 1 – Tipo de produtos físicos comprados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras <i>online</i> , Portugal e UE27, 2023	11
Tabela 2 – Tipo de produtos digitais comprados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras <i>online</i> , Portugal e UE27, 2023	12
Tabela 3 – Tipo de serviços comprados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras <i>online</i> , Portugal e UE27, 2023	13
Tabela 4 – Tipo de produtos financeiros comprados pela Internet nos últimos 3 meses pelos utilizadores de Internet, Portugal e UE27, 2023	13

Sumário executivo

44% da população com 16 a 74 anos efetuou compras pela Internet e 10% efetuou vendas pela Internet

Em 2023, 44,0% da população residente em Portugal com 16 a 74 anos efetuou compras através da Internet nos três meses anteriores à realização do inquérito¹, tendo-se registado um aumento de 1,3 pontos percentuais (p.p.) face ao ano anterior.

Caso se considere os doze meses anteriores à realização do inquérito, verificou-se que 54,8% da população efetuou pelo menos uma transação deste tipo nesse período (+1,2 p.p. que no ano anterior, o crescimento anual mais baixo desde 2016). O maior crescimento anual registou-se em 2020 (+5,8 p.p.) e em 2021 (7,1 p.p.), anos marcados pela alteração de comportamentos dos consumidores resultante da pandemia COVID-19.

Cerca de 25,7% dos residentes em Portugal com 16 a 74 anos nunca efetuaram compras pela Internet. Por outro lado, cerca de 10,3% dos residentes efetuaram vendas *online*.

Portugal colocou-se na 24.^a posição do *ranking* da União Europeia (UE27) no que respeita à percentagem da população que realizou compras *online* nos últimos três meses e na 23.^a posição em vendas *online*.

Vestuário e calçado, Refeições entregues ao domicílio e

O «vestuário/calçado» (67,6% da população que efetuou compras *online*) e as «refeições entregues ao domicílio» (38,9%) foram os bens mais encomendados pela Internet, seguindo-se os «produtos de cosmética, beleza e bem-estar» (29,7%) e os «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento informático complementar ou acessórios»

¹ Inquérito da Comissão Europeia (CE), *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals*, cujo trabalho de campo, em Portugal, foi realizado entre maio e julho de 2023.

Produtos de
cosmética são os
bens mais
encomendados

(26,2%). Os «livros, revistas ou jornais (em papel)» foi o tipo de produto que mais desceu face ao ano anterior (-3,8 p.p.).

Portugal encontrava-se na 5.^a posição do *ranking* da UE27 na compra *online* de «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento informático complementar ou acessórios» através da Internet, na 11.^a posição na compra de «refeições entregues ao domicílio», na 12.^a posição na compra de «livros, revistas ou jornais (em papel)», e na 13.^a posição nos «produtos de cosmética, beleza ou bem-estar», «equipamentos desportivos» e «veículos ou peças para veículos».

Entre os produtos digitais, destacaram-se os «filmes, séries ou programas de desporto para *download* ou subscrição *online*» como os mais comprados pela Internet (37,6% da população que efetuou 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, o destaque foi para os «bilhetes para eventos culturais ou outros, como cinema, concertos, feiras», «serviços de transporte» (37,9% cada), e os «serviços de alojamento» (36,2%). Portugal situou-se nas 14.^a, 14.^a e 9.^a posições do *ranking* da UE27 da aquisição destes serviços, respetivamente.

Perfil do
utilizador

A população caracterizada por níveis de escolaridade mais elevados, maiores rendimentos, na situação de emprego ou estudantes apresentaram maiores percentagens de realização de compras e vendas através da Internet. Este perfil é semelhante ao da média da UE27 e manteve-se face ao ano anterior. Os residentes na Área Metropolitana de Lisboa foram os que mais efetuaram compras ou encomendas pela Internet nos três meses anteriores à realização do inquérito (51,1%).

17% das
empresas

Durante 2022, cerca de 17,0% das empresas portuguesas com 10 ou mais pessoas ao serviço receberam encomendas através de redes

receberam encomendas através de redes eletrónicas em 2022

eletrónicas (-2,7 p.p. que a média da UE27 e -1,4 p.p. que no ano anterior). Estas encomendas representaram 19,0% do volume de negócios (+1,8 p.p. que no ano anterior).

Embora a maioria das empresas receba as encomendas através do seu *website/app*, cerca de 6,0% das empresas analisadas rececionaram encomendas através de portais de comércio eletrónico ou plataformas digitais (via *apps*) utilizadas por várias empresas.

95% dos inquiridos sem qualquer dificuldade na realização de encomendas pela Internet

Na perspetiva da população que efetuou compras/encomendas *online*, 95,4% não tiveram qualquer dificuldade na sua realização, o que colocou Portugal na 1.ª posição do *ranking* da UE27 nesta dimensão. O «tempo de entrega das encomendas» e a «entrega de bens ou serviços danificados ou errados» (em torno de 2% cada) foram os problemas mais referidos em compras *online*.

A principal barreira à utilização do comércio eletrónico foi a «preferência pelo contacto pessoal, força de hábito ou fidelidade aos vendedores habituais», seguindo-se o «não haver necessidade de comprar *online*» e as «preocupações com a segurança dos pagamentos», segundo os dados mais recentes disponíveis, relativos a 2021.

Custos elevados nas entregas e devoluções continua a ser o principal problema identificado pelas empresas

Na perspetiva das empresas, mais de metade das empresas que efetuaram vendas a clientes de outros países da UE manifestaram alguma dificuldade no processo (56,2%, +27,9 p.p. que o registado no inquérito anterior), sendo que os principais problemas referidos foram os «custos elevados de entrega e devolução de produtos» (32,9%) e as «dificuldades relacionadas com o sistema de IVA nos países da UE» (24,3%), segundo os dados mais recentes disponíveis de 2022.

Comércio Eletrónico



Segmento residencial (2023)

Compras ou encomendas pela Internet nos últimos 3 meses

44% da população residente
 +1,3 p.p. face ao ano anterior
 24.^a posição no ranking da UE27



Perfil de maior utilização

Menos 45 anos
 Escolaridade mais elevada
 Maiores rendimentos
 Estudantes e Trabalhadores

Produtos encomendados (TOP10)

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

Problemas identificados

✓ **95%** Sem qualquer problema
 ⌚ **2%** Tempo de entrega
 ✗ **2%** Produtos danificados ou errados



Segmento empresarial (2022)

Empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço

Vendas por redes eletrónicas

17% das empresas
 -1,4 p.p. face ao ano anterior
 20.^a posição no ranking da UE27
19% do volume de negócios



6% Intercâmbio Eletrónico de Dados

14% Website/app

12% B2C
 7% B2B / B2G

Principal problema identificado na venda de produtos *online* a clientes da UE (2021)

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 2023, 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

Neste capítulo, 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, de acordo com os dados do inquérito da CE, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals*, cujo trabalho de campo, em Portugal, foi realizado entre maio e julho de 2023.

2.1 Compras de produtos ou serviços *online*

Nos últimos anos, a proporção da população residente em Portugal que realiza compras através da Internet (Figura 1) tem vindo a crescer. Em 2023, 44,0% dos residentes em Portugal com 16 a 74 anos efetuaram compras ou encomendas através da Internet ² nos três meses anteriores à realização do inquérito, mais 1,3 p.p. do que no ano anterior.

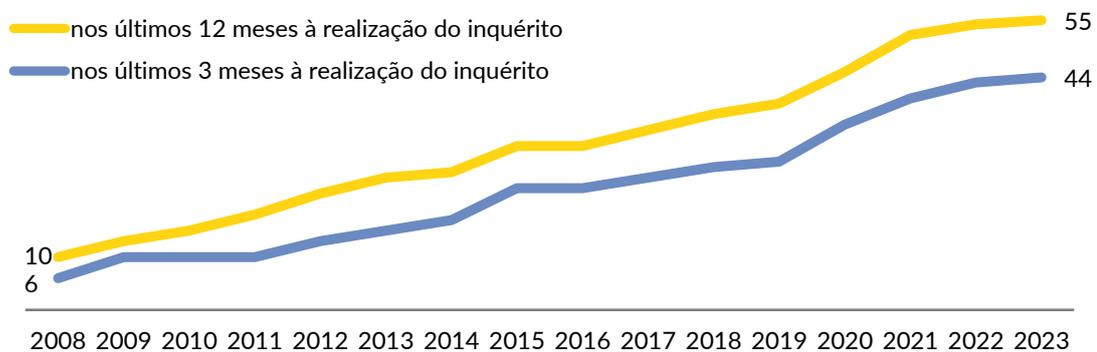
44%

dos residentes efetuaram
**compras ou
encomendas pela
Internet**

² 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 à realização do inquérito, verificou-se que 54,8% da população efetuou pelo menos uma transação deste tipo nesse período (+1,2 p.p. que no ano anterior). O crescimento verificado em 2023 (+1,2 p.p.) foi o mais baixo desde 2016. O maior crescimento anual registou-se em 2020 (+5,8 p.p.) e em 2021 (7,1 p.p.), anos marcados pela alteração de comportamentos dos consumidores resultante da pandemia COVID-19.

Figura 1 – População residente em Portugal que efetuou compras através da Internet



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2008 a 2023)

Nota: População residente com idade entre 16 e 74 anos.

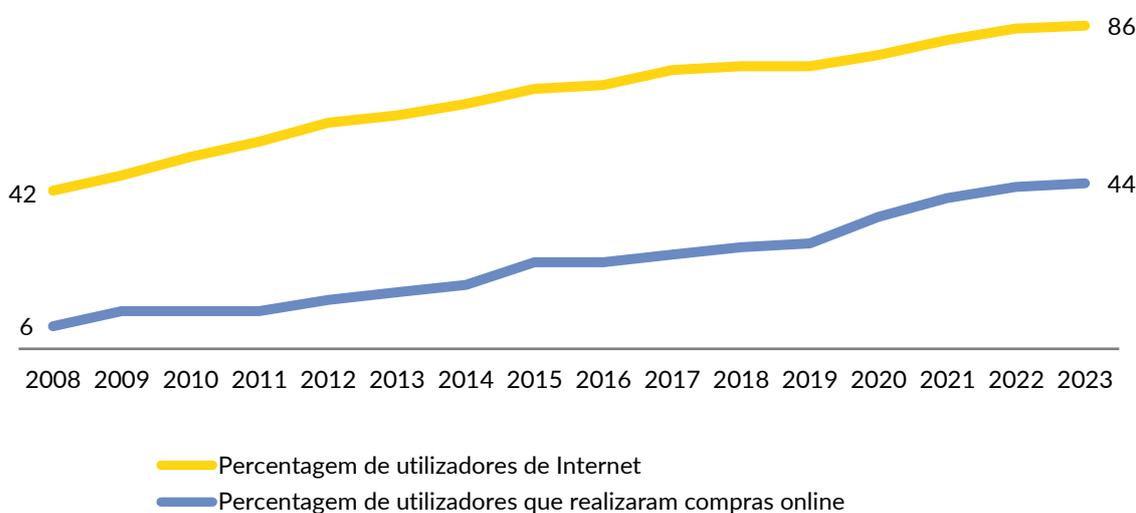
Cerca de 25,7% dos inquiridos referiram que nunca efetuaram compras ou encomendas pela Internet, o 5.º valor mais elevado entre os países da UE27.

Regista-se uma correlação elevada entre a percentagem de utilizadores de Internet e a percentagem da população que realizou compras *online* nos três meses anteriores à realização do inquérito (correlação de 0,95³) – vd. [Figura 2](#).

26%
da população residente
NUNCA efetuou
compras ou
encomendas
pela Internet

³ Recorre-se ao coeficiente de correlação de Pearson.

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



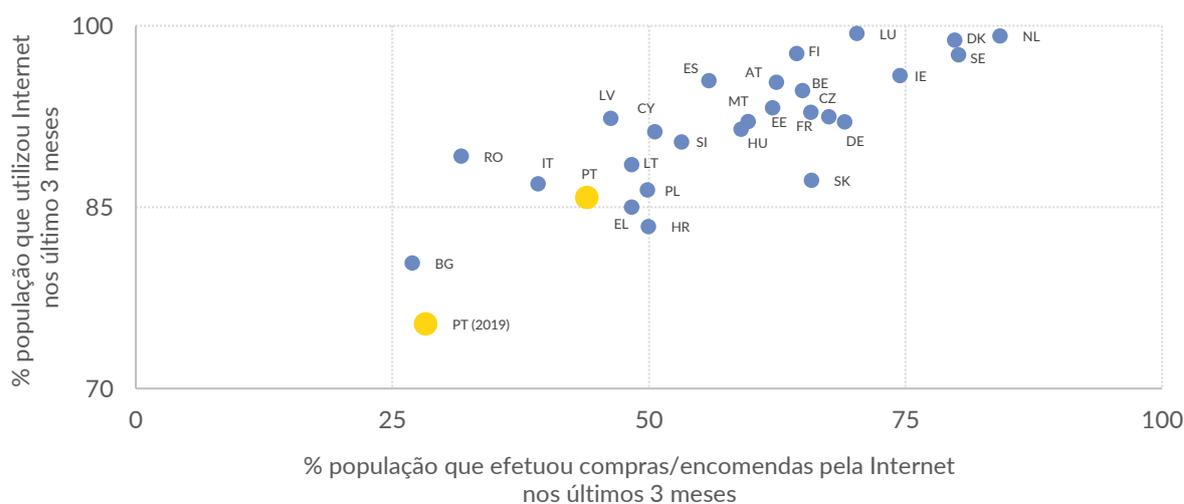
Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2008 a 2023)

Nota: População residente com idade entre 16 e 74 anos

No *ranking* da UE27, Portugal foi o 24.º país tanto em termos de percentagem de utilizadores de Internet como em termos de percentagem da população que realizou compras *online* nos últimos 3 meses (Figura 3). Apenas a Bulgária estava abaixo de Portugal nos dois indicadores.

Figura 3 – Utilizadores de Internet e de população que realizou compras *online* nos últimos 3 meses na UE27



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2023)

Nota: População residente com idade entre 16 e 74 anos.

Tipologias de transação

Em 2023, o «vestuário e calçado» (67,6% da população que efetuou compras *online*) e as «refeições entregues ao domicílio» (38,9%) continuaram a ser os principais bens encomendados pela Internet nos três meses anteriores à realização do inquérito. Seguiram-se os «produtos de cosmética, beleza e bem-estar» (29,7%) e os «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento informático complementar ou acessórios» (26,2%) – vd. [Tabela 1](#).

Vestuário/calçado e Refeições entregues ao domicílio

continuam a ser
os principais
bens
encomendados
na Internet

Os principais desvios positivos face ao ano anterior registaram-se nas encomendas de «artigos para a casa ou jardim» e «medicamentos» (ambos +2,2 p.p.), enquanto os maiores desvios negativos verificaram-se nas encomendas de «livros, revistas ou jornais (em papel)» (-3,8 p.p.) e «refeição entregues ao domicílio» (-3,0 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 11.^a posição na compra de «refeições entregues ao domicílio», na 12.^a posição na compra de «livros, revistas ou jornais (em papel)», e na 13.^a posição nos «produtos de cosmética, beleza ou bem-estar», «equipamentos desportivos» e «veículos ou peças para veículos». Por outro lado, no que respeita ao «vestuário e calçado», principal categoria de produtos físicos adquiridos através da Internet, Portugal ocupava o 15.^o lugar do *ranking*, menos 2,1 p.p. abaixo da média da UE27.

Portugal colocou-se abaixo da média da UE27 sobretudo nas encomendas de «artigos para a casa ou jardim» (-4,0 p.p.) e «brinquedos ou artigos para cuidado de bebés ou crianças» (-3,2 p.p.).

Tabela 1 – Tipo de produtos físicos comprados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras *online*, Portugal e UE27, 2023

	UE27 (%)	Portugal (%)	Ranking	Desvio (p.p.) face à UE27	Var. (p.p.) 2022/2023
Roupa, calçado ou acessórios de moda	69,7	67,6	15.º	-2,1	+1,7
Refeições entregues ao domicílio (ou levantadas em loja)	29,8	38,9	11.º	+9,0	-3,0
Produtos de cosmética, de beleza ou de bem-estar	28,3	29,7	13.º	+1,4	+1,3
Computadores, tablets, telemóveis, smartphones, equipamento informático complementar ou acessórios	20,9	26,2	5.º	+5,3	-1,1
Equipamentos desportivos (exclui roupa desportiva)	23,4	24,1	13.º	+0,7	+0,8
Livros, revistas ou jornais (em papel)	23,0	22,4	12.º	-0,6	-3,8
Artigos para a casa ou jardim (exclui eletrodomésticos e equipamentos eletrónicos)	26,2	22,2	16.º	-4,0	+2,2
Medicamentos	21,8	19,0	17.º	-2,8	+2,2
Eletrodomésticos, televisões, câmaras fotográficas ou outro equipamento eletrónico	17,0	17,7	15.º	+0,6	+1,1
Alimentos ou bebidas	16,9	17,3	14.º	+0,4	-2,4
Produtos de limpeza ou produtos de higiene pessoal	16,2	16,7	16.º	+0,5	+1,0
Brinquedos ou artigos para cuidado de bebés ou crianças	19,6	16,4	18.º	-3,2	+1,1
Veículos ou peças para veículos	8,3	9,1	13.º	+0,8	+1,9
Música (ex.: CD, disco de vinil) ⁽¹⁾	5,8	4,9	13.º	-0,9	+0,9
Filmes ou séries (ex.: DVD, Blu-ray) ⁽¹⁾	5,2	2,5	23.º	-2,7	+0,6
Outros produtos ou serviços	19,7	6,5	21.º	-13,1	+1,4

Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2023); INE, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias (2023)

Nota 1: ⁽¹⁾ Dados UE27 e ranking com base nos dados mais recentes disponíveis (2022). Dados de Portugal referem-se a 2023.

Nota 2: População residente com idade entre 16 e 74 anos que efetuaram compras ou encomendas de bens ou serviços pela Internet nos últimos 3 meses

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 (37,6% dos residentes que efetuaram compras *online*), colocando-se Portugal na 9.ª posição do ranking da UE27 (Tabela 2). A «música para *download* ou subscrição de um serviço de música *online*» foi o produto

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

digital que mais aumentou as encomendas *online* em 2023 (+3,9 p.p.).

Portugal colocou-se abaixo da média da UE27 sobretudo nas encomendas de «livros eletrónicos, revistas eletrónicas ou jornais eletrónicos» (-6,5 p.p.), e «música para *download* ou subscrição de um serviço de música *online*» (-5,1 p.p.).

Tabela 2 – Tipo de produtos digitais comprados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras *online*, Portugal e UE27, 2023

	UE27 (%)	Portugal (%)	Ranking	Desvio (p.p.) face à UE27	Var. (p.p.) 2022/2023
Filmes, séries ou programas de desporto para <i>download</i> ou subscrição de um serviço <i>online</i>	34,4	37,6	9.º	+3,2	-0,7
Música para <i>download</i> ou subscrição de um serviço de música <i>online</i>	26,9	21,8	13.º	-5,1	+3,9
Jogos para jogar <i>online</i> ou para <i>download</i>	15,8	14,5	12.º	-1,3	+1,1
Software ou atualizações de software para <i>download</i>	15,2	12,5	12.º	-2,8	+1,0
Aplicações de Internet (exceto sobre saúde)	8,3	8,3	11.º	-0,1	+1,7
Livros eletrónicos , revistas eletrónicas ou jornais eletrónicos	12,4	6,0	25.º	-6,5	-1,4
Aplicações de Internet relacionadas com a saúde ou com exercício físico	6,5	5,8	14.º	-0,7	+0,6
Pelo menos um tipo de produto digital	47,9	48,5	12.º	+0,6	+1,9

Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2023)

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

Nota 2: As variações apresentadas podem não corresponder aos valores constantes da tabela devido a arredondamentos.

Quanto aos serviços contratados pela Internet, os «bilhetes para eventos culturais ou outros, como cinema, concertos, feiras» (37,9%), os «serviços de transporte» (37,9%), e os «serviços de alojamento» (36,2%) foram os mais populares, ficando acima da média da UE27 (Tabela 3).

A aquisição de «serviços de transporte» pela Internet foi também a que registou um maior aumento face ao ano anterior (+5,9 p.p.).

Bilhetes online e Serviços de Alojamento foram os mais contratados pela Internet

Tabela 3 – Tipo de serviços comprados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras *online*, Portugal e UE27, 2023

	UE27 (%)	Portugal (%)	Ranking	Desvio (p.p.) face à UE27	Var. (p.p.) 2022/2023
Bilhetes para eventos culturais ou outros, como cinema, concertos, feiras	36,1	37,9	14.º	+1,7	+5,8
Serviços de transporte	32,7	37,9	14.º	+5,1	+5,9
Serviços de alojamento	33,2	36,2	9.º	+3,0	+0,2
Adesão ou renovação de serviços de ligação à Internet, telefone ou telemóvel	17,8	22,2	10.º	+4,5	+2,5
Adesão ou renovação de serviços de eletricidade, água ou serviços similares	12,6	12,7	15.º	+0,1	+2,9
Bilhetes para eventos desportivos	10,6	12,3	10.º	+1,7	+3,9
Serviços domésticos, como limpeza, <i>babysitting</i> , jardinagem ⁽¹⁾	1,3	1,8	21.º	+0,5	+0,5

Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2023); INE, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias (2023)

Nota 1: ⁽¹⁾ Dados UE27 e ranking com base nos dados mais recentes disponíveis (2022). Dados de Portugal referem-se a 2023.

Nota 2: População residente com idade entre 16 e 74 anos que efetuaram compras ou encomendas de bens ou serviços pela Internet nos últimos 3 meses

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 utilizadores de Internet, destaca-se a compra de “apólice de seguros” (10,0%), onde Portugal ficou 1,1 p.p. abaixo da média da UE27 (Tabela 4).

Tabela 4 – Tipo de produtos financeiros comprados pela Internet nos últimos 3 meses pelos utilizadores de Internet, Portugal e UE27, 2023

	UE27 (%)	Portugal (%)	Ranking	Desvio (p.p.) face à UE27	Var. (p.p.) 2022/2023
Apólices de seguro, seguro de viagem	11,1	10,0	18.º	-1,1	-1,2
Compra ou venda de ações, títulos ou outros ativos financeiros	5,7	2,9	18.º	-2,8	0,4
Empréstimo, hipoteca ou crédito de bancos ou outros prestadores financeiros	3,1	2,4	18.º	-0,7	-0,4
Algum dos anteriores	16,4	13,2	22.º	-3,2	-1,1

Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2023)

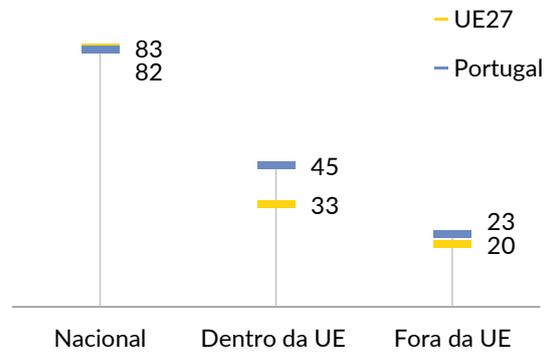
Nota 1: População residente com idade entre 16 e 74 anos que utilizaram a Internet nos últimos 3 meses

Nota 2: As variações apresentadas podem não corresponder aos valores constantes da tabela devido a arredondamentos.

Cerca de 82,3% dos residentes indicaram que pelo menos uma das compras efetuadas pela Internet nos três meses anteriores à recolha do inquérito foi realizada em Portugal, 45,3% referiu um país da UE e 23,1% um país fora da UE (+3,8 p.p. que no ano anterior).

Portugal ficou 0,6 p.p. abaixo 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, 2023



Unidade: %

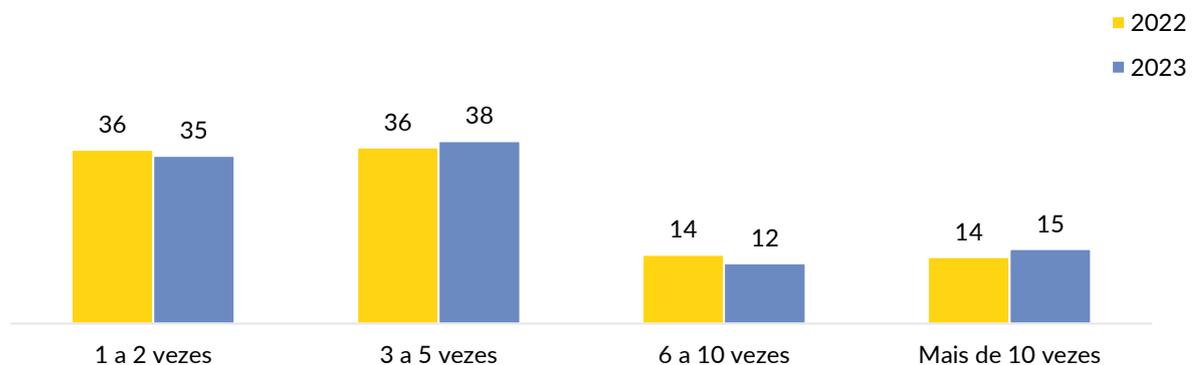
Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2023)

Nota: População residente 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 37,6% dos utilizadores que efetuaram compras ou encomendas *online* nos três meses anteriores ao inquérito realizaram entre 3 e 5 encomendas e 27,8% fizeram mais de 5 encomendas.

Figura 5 – Número de transações efetuadas pela Internet nos últimos 3 meses



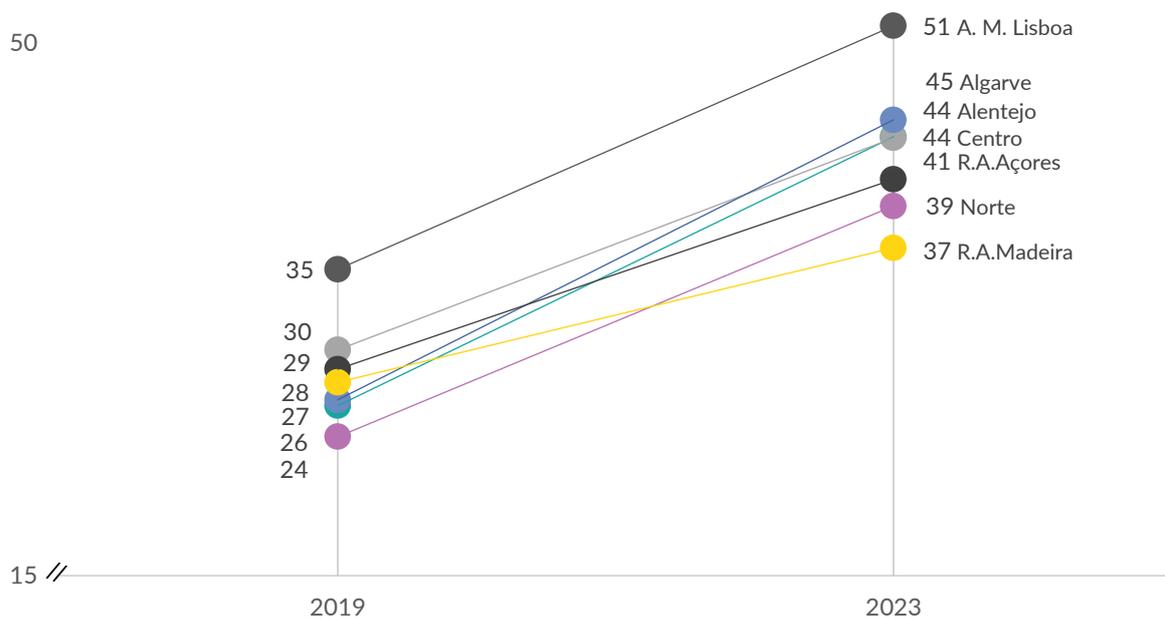
Unidade: %

Fonte: INE, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias (2023)

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

Os residentes na Área Metropolitana de Lisboa foram os que mais efetuaram compras ou encomendas pela Internet nos três meses anteriores à realização do inquérito (51,1%) – vd. [Figura 6](#). Os residentes na Região Autónoma da Madeira foram os que mais contribuíram para o aumento de compras ou encomendas efetuadas pela Internet em 2023 (+4,0 p.p.), e os da região do Algarve e do Centro desde 2019 (+18,4 p.p. e +17,7 p.p., respetivamente).

Figura 6 – População residente que efetuou compras através da Internet nos últimos 3 meses por região NUTS II



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2019 e 2023)

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

A população 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 a população

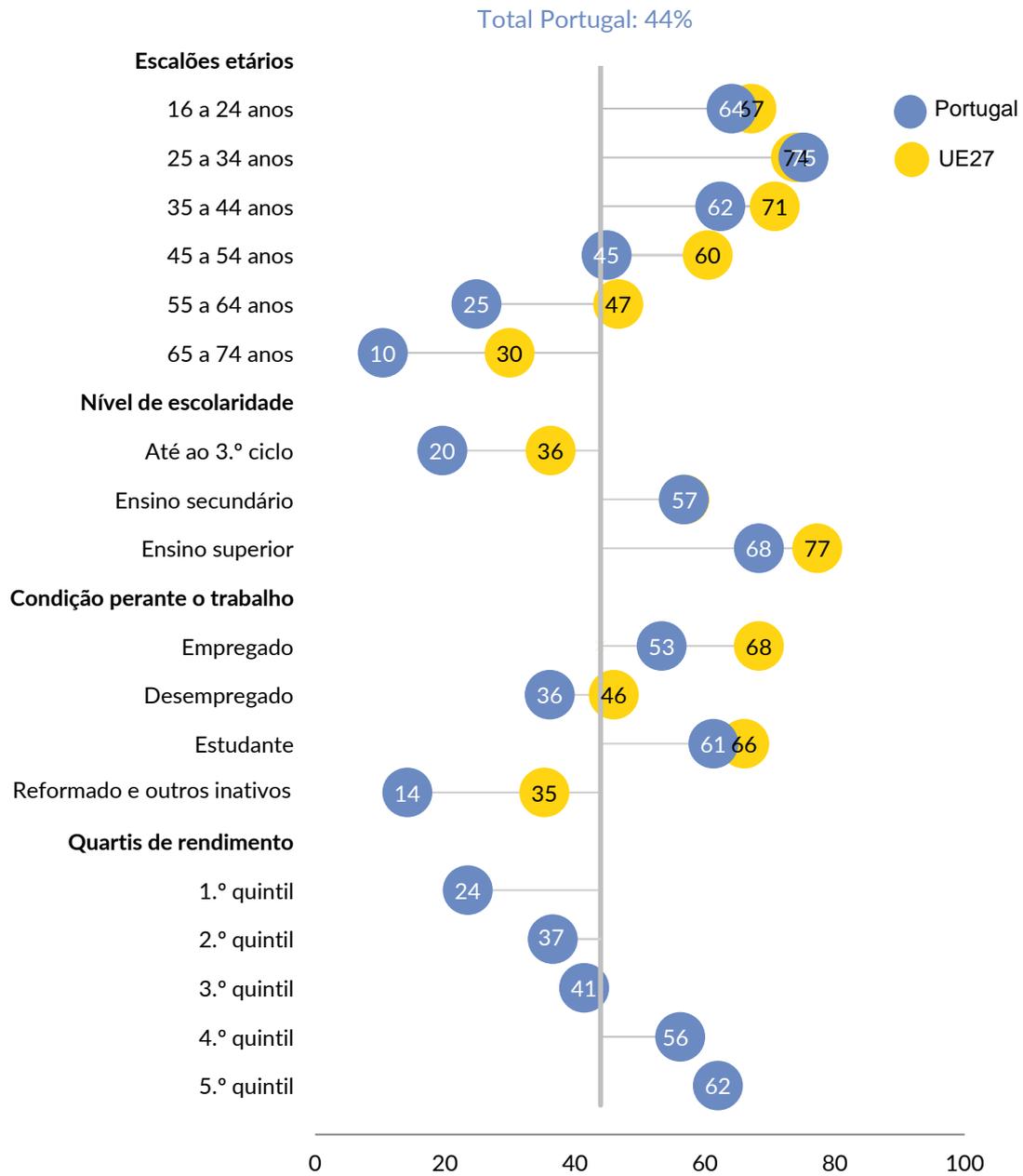
Compras/ encomendas pela Internet

efetuadas sobretudo por
mais jovens,
escolaridade mais elevada,
maiores rendimentos,
Empregados e
Estudantes

com idades entre 55 e 64 anos (-21,9 p.p.) e em situação de reforma (-21,1 p.p.).

Em comparação com o ano anterior, todos os grupos analisados aumentaram ou mantiveram a percentagem de realização de compras ou encomendas através da Internet, com maior destaque para a população com idades entre 16 e 24 anos e para a população com o nível de escolaridade até ao 3.º ciclo e (+3,5 p.p. e +2,8 p.p., respetivamente).

Figura 7 – População residente que efetuou compras através da Internet nos últimos 3 meses por características sociodemográficas, Portugal e UE27, 2023



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2023); INE, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias (2023)

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

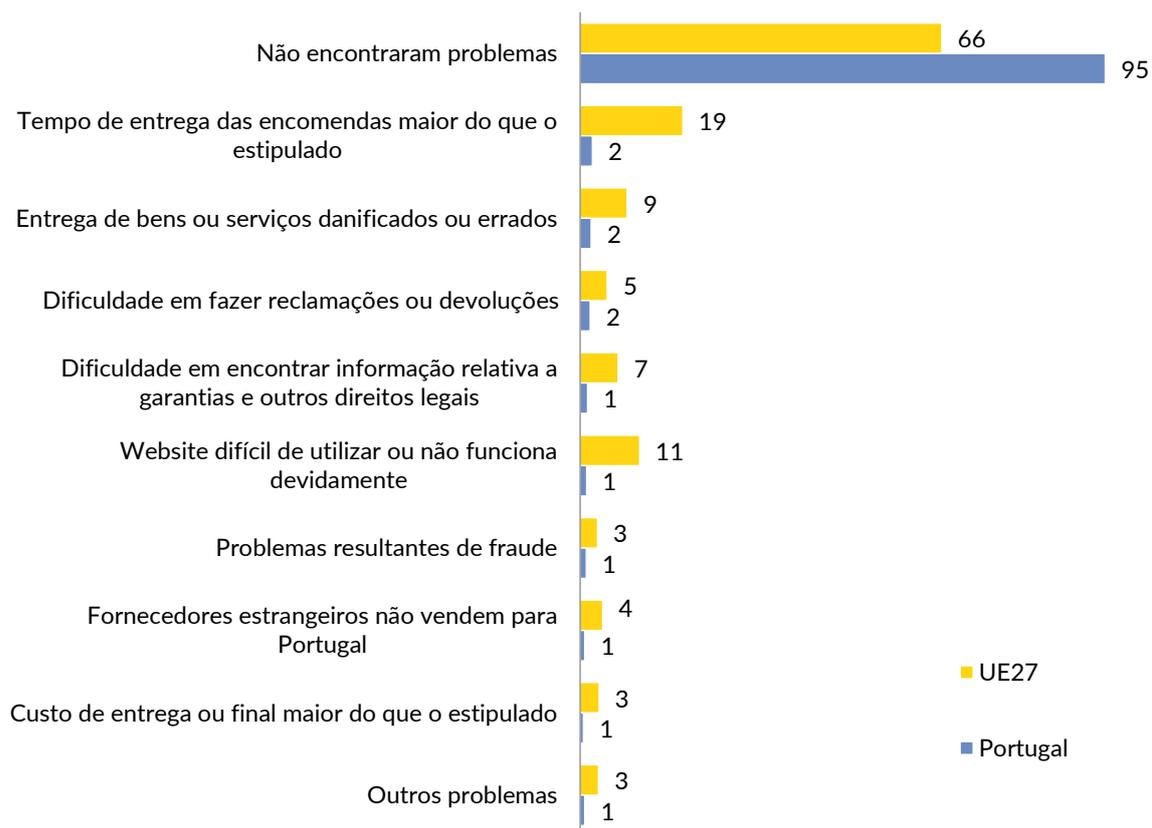
Problemas com compras através da Internet

Em 2023, cerca de 95,4% dos inquiridos que realizaram compras através da Internet nos três meses anteriores⁴ referiram não ter havido qualquer problema com a transação (mais 29,7 p.p. que a média da UE27), com Portugal na 1.ª posição do *ranking* 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* (2023)

Nota: População residente 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 maio a julho de 2023.

Barreiras à utilização do comércio eletrónico

A população que não efetuou compras ou encomendas *online* nos últimos três meses, justificaram este facto com a «preferência pelo contacto pessoal, força de hábito ou fidelidade aos vendedores habituais» (55%), à semelhança do que acontece na média da UE27 (Figura 9), segundo os dados mais recentes disponíveis, relativos a 2021.

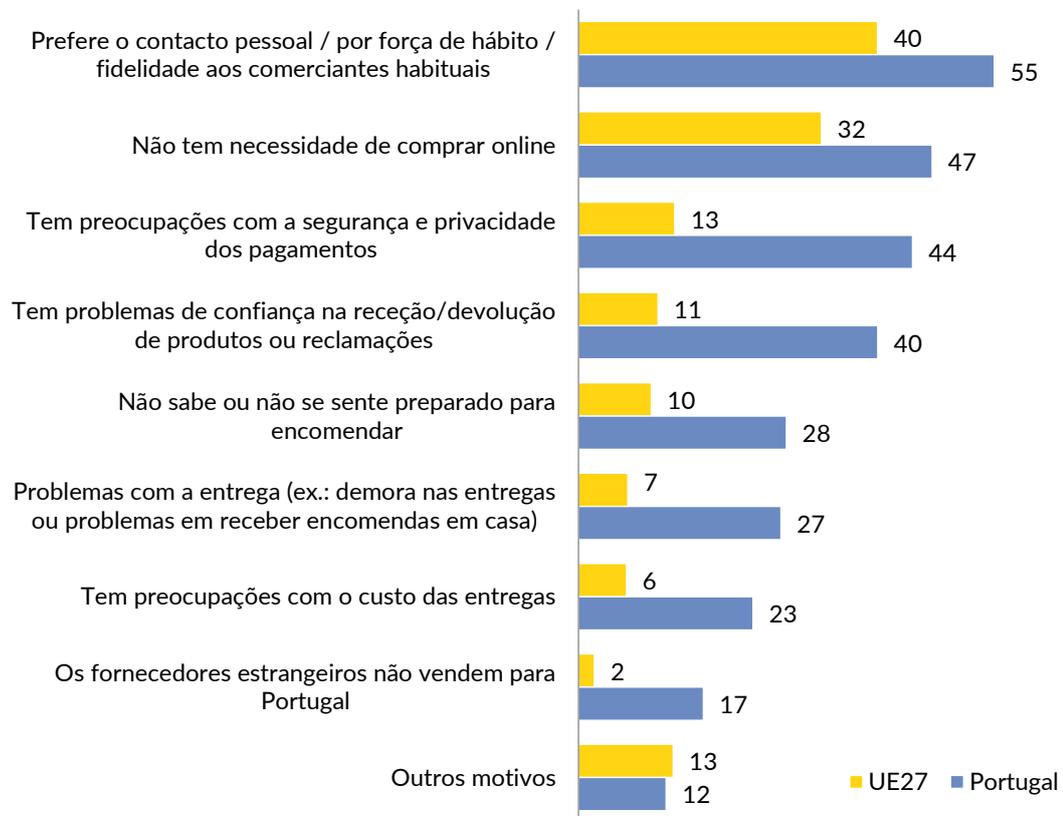
Preferência pelo contacto pessoal
principal barreira à utilização de compras pela Internet

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

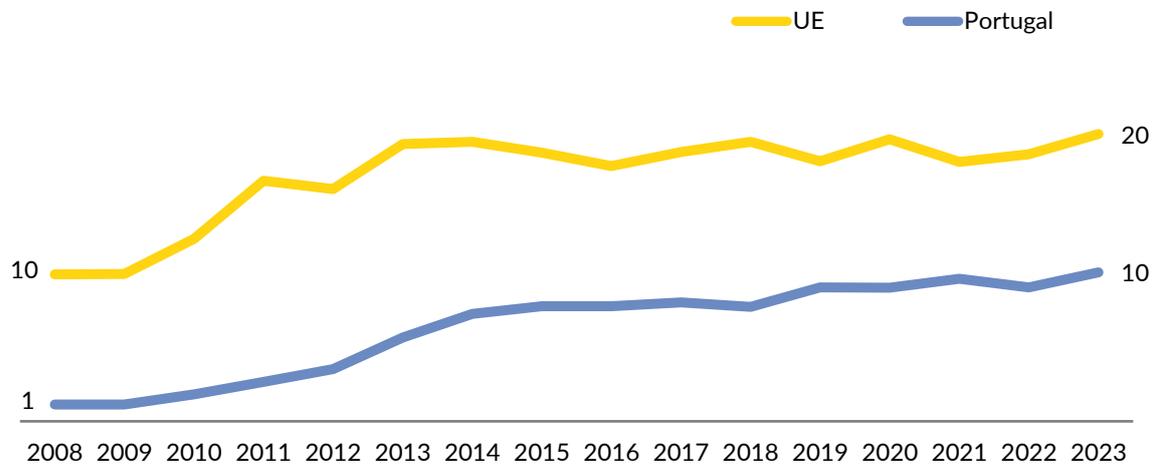
2.2 Venda de produtos ou serviços *online*

Desde 2015 que a venda de produtos ou serviços através da Internet nos três meses anteriores à data da realização do inquérito, pelos residentes em Portugal, tem variado entre 8% e 10%. Em 2023, situou-se nos 10,3%, mais 1,0 p.p. que no ano anterior, ocupando Portugal o 23.º lugar no *ranking* da UE27 nesta dimensão do comércio eletrónico⁵ (Figura 10).

10%
da população efetuou
**vendas de
produtos ou serviços
pela Internet**

⁵ A recolha da informação foi efetuada entre maio e julho de 2023.

Figura 10 – População que efetuou vendas através da Internet



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2008 a 2023)

Nota: População residente com idade entre 16 e 74 anos.

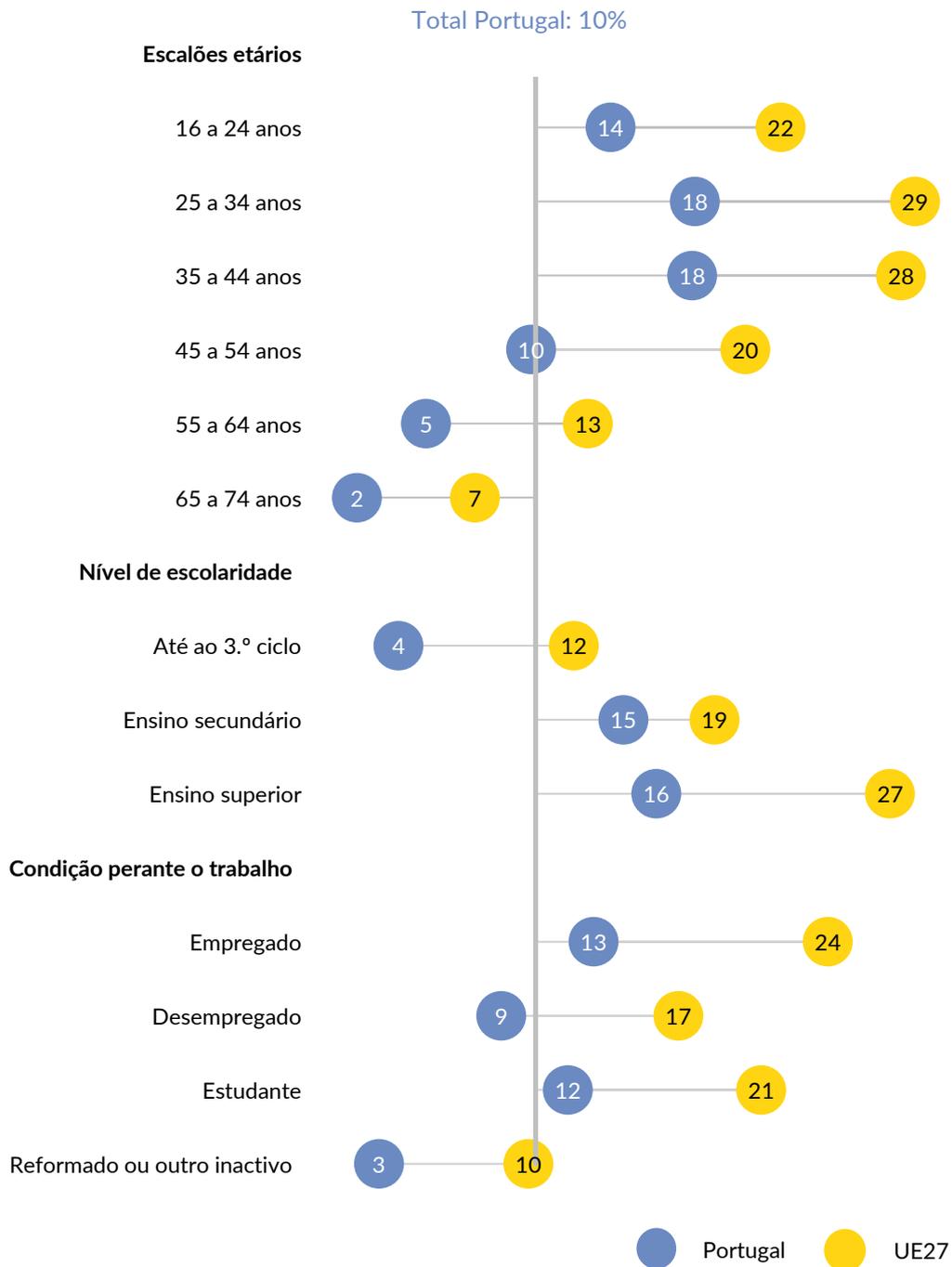
Perfil do utilizador

A população com idade entre 16 e 44 anos, níveis de escolaridade mais elevados (ensino secundário e superior), bem como os empregados tendem a apresentar uma maior propensão para efetuar vendas através da Internet (Figura 11). Este perfil é semelhante ao da média da UE27.

Vendas pela Internet
 efetuadas sobretudo pela população com
16 a 44 anos,
escolaridade mais elevada,
empregados

De referir que, em Portugal, a proporção da população com o ensino secundário e empregados que efetuaram vendas *online* aumentou 2,4 p.p. e 1,7 p.p., respetivamente, face ao ano anterior, enquanto a proporção de estudantes e de reformados que realizaram este tipo de vendas diminuiu 1,1 p.p. e 0,5 p.p., respetivamente.

Figura 11 – População residente que efetuou 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* (2023)

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

3 O comércio eletrónico nas empresas

Neste capítulo, apresenta-se a informação disponível sobre o comércio eletrónico realizado pelas empresas, em particular sobre as vendas por redes eletrónicas, recorrendo-se para o efeito ao inquérito da CE, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* de 2023⁶,

Cerca de 17,0% 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 (B2B) ou do Estado (B2G) durante o ano de 2022⁸ (-2,7 p.p. do que a média da UE27 e -1,4 p.p. que no ano anterior).

17%

das empresas receberam
**encomendas por
redes eletrónicas**

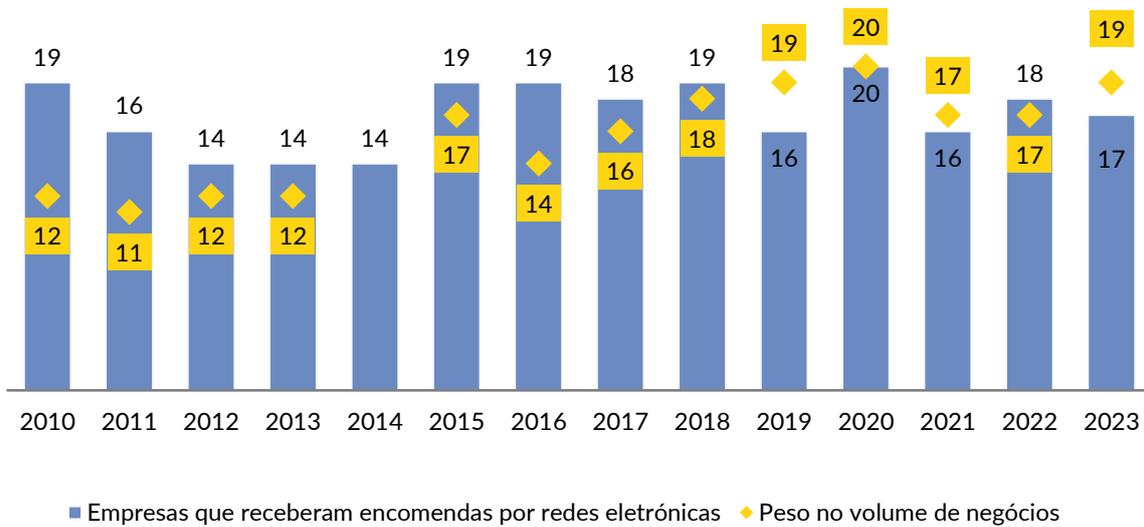
As encomendas através de redes eletrónicas representaram 19,0% do volume de negócios das empresas (+1,8 p.p. que no ano anterior) – vd. [Figura 12](#).

⁶ Os dados relativos ao comércio eletrónico pelas empresas respeitam ao ano anterior ao do inquérito. Por exemplo, no caso do inquérito de 2023, a informação refere-se ao ano de 2022.

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.

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



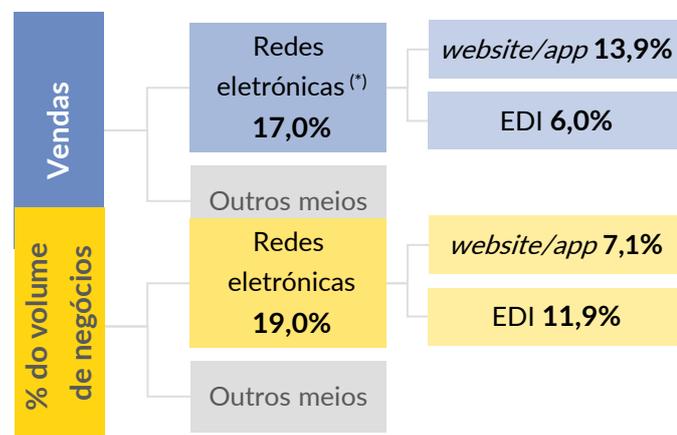
Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* (2010-2023)

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.

Durante o ano de 2022, cerca de 13,9% das empresas receberam encomendas através de *website/app*, representando 7,1% do seu volume de negócios (Figura 13). Embora as encomendas recebidas por intercâmbio eletrónico de dados (EDI)⁹ estejam menos presentes nas empresas analisadas (6,0%), tendem a representar uma maior percentagem do seu volume de negócios (11,9%).

Figura 13 – 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* (2023)

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.

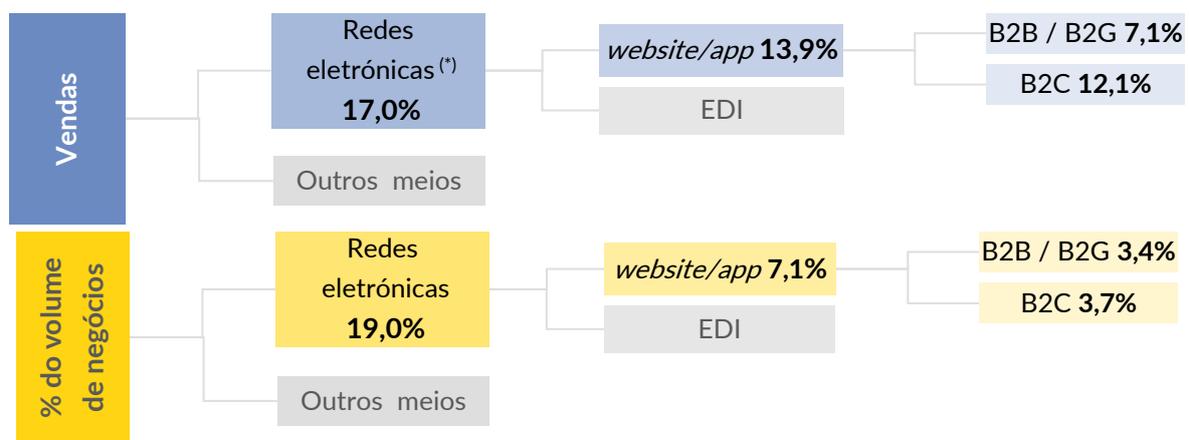
⁹ O EDI é um conjunto de protocolos surgidos nos anos 70 que permite o intercâmbio de documentos (anteriormente existentes apenas em papel) entre empresas (peer-to-peer), recorrendo a serviços de transmissão de dados. Trata-se de meios utilizados sobretudo para B2B.

Perfil da utilização

Durante 2022, cerca de 12,1% das empresas receberam encomendas de particulares (B2C) e 7,1% 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 foi de 3,7% e no segmento B2B/G foi de 3,4%.

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



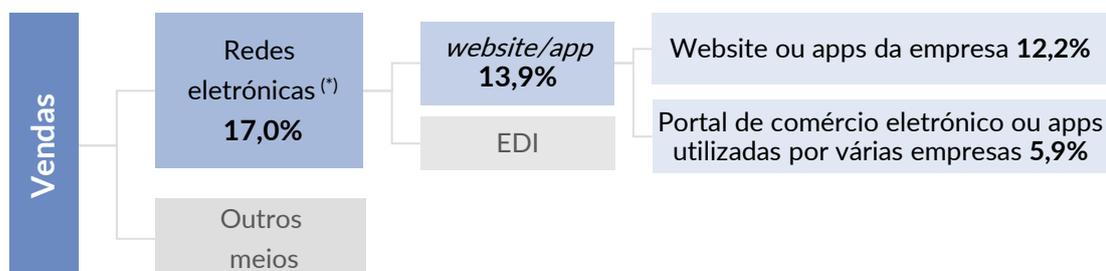
Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* (2023)

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 5,9% das empresas analisadas rececionaram encomendas através de portais de comércio eletrónico ou plataformas digitais (via *apps*) utilizadas por várias empresas ([Figura 15](#)).

Figura 15 – Empresas que receberam encomendas via *website/app* por tipologia



Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* (2023)

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 empresarial

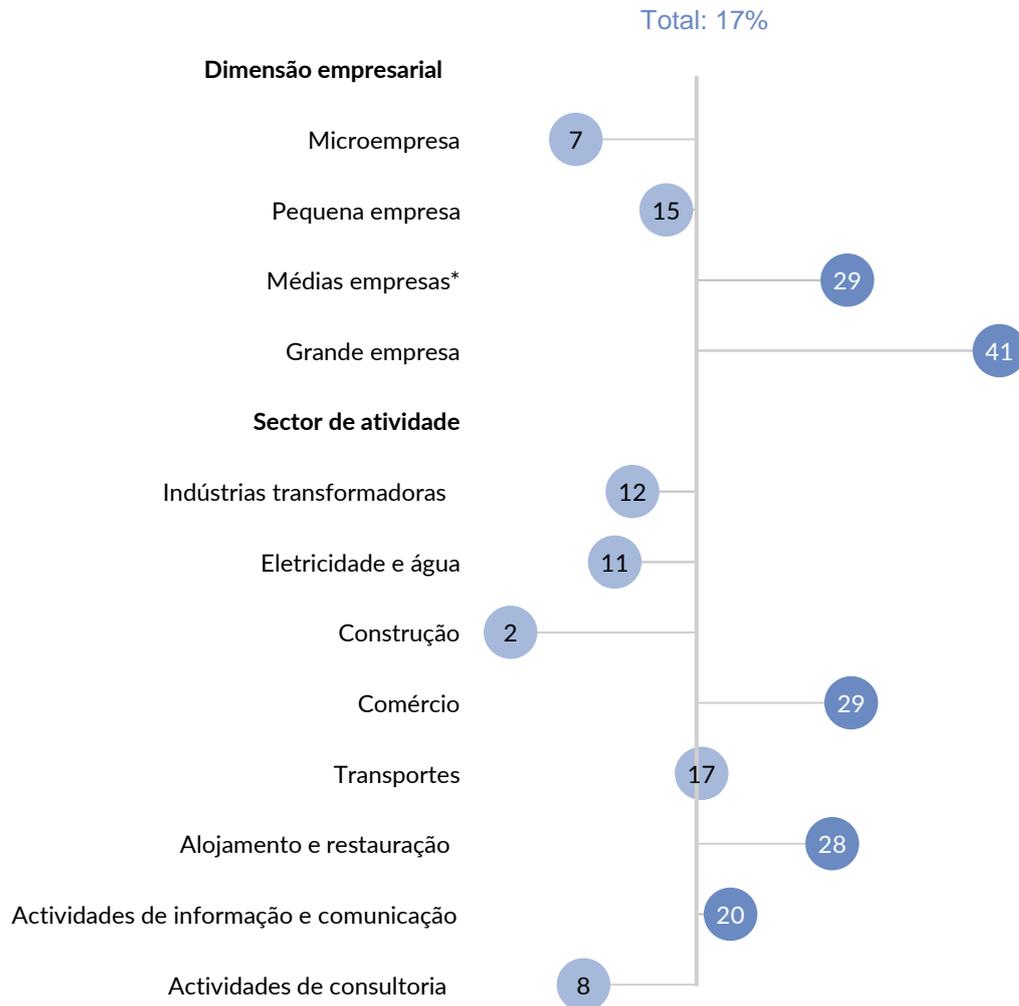
De entre os subsectores com informação disponível, os subsectores «comércio» (29,3%) e «alojamento e restauração» (27,8%) foram aqueles em que a penetração de encomendas através de redes eletrónicas foi mais elevada (Figura 16). No entanto, Portugal situou-se abaixo da média da UE27 nestes subsectores.

Em comparação com o ano anterior registou-se uma diminuição de 11,3 p.p. na penetração de encomendas através de redes eletrónicas das empresas do sector do «alojamento e restauração».

Cerca de 41,1% das grandes empresas portuguesas receberam encomendas *online* em 2022, equiparando-se à média da UE27 e ligeiramente abaixo do registado no ano anterior (-0,6 p.p.).

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

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



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* (2023)

Nota 1: Empresas de acordo com a dimensão empresarial e sector de atividade

Nota 2: Os dados para as "Médias empresas" referem-se a 2021.

Identificação de problemas

Mais de metade das empresas (56,2%) que receberam encomendas através de *website/app* de clientes da UE manifestaram alguma dificuldade no processo de venda (um aumento de 27,9 p.p. face ao registado no ano anterior), segundo os dados mais recentes disponíveis no inquérito da CE, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises*, de 2022.

Os «custos elevados de entrega e devolução de produtos» (32,9%), 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» (24,3%) – 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 2023 foi de 7 672 agregados domésticos. O período de referência da informação referente a pessoas são os últimos três meses anteriores à entrevista. A recolha da informação em 2023 foi efetuada entre 4 de maio e 31 de julho. 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 4 881 empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço em 2023 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 (2022) para as questões sobre comércio eletrónico. O período para resposta ao inquérito ocorreu entre março e junho de 2023.



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

2023



Lisboa (Sede)
Rua Ramalho Ortigão, 51
1099 - 099 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
Fevereiro de 2024

ANACOM  AUTORIDADE
NACIONAL
DE COMUNICAÇÕES