IMAGEN : [https://static.comunicae.com/photos/notas/1254587/ecomm-1.JPG](http://imagen/)

# Webloyalty analisa as tendências do comércio eletrônico em Portugal

## O e-commerce é, cada vez mais, uma aposta em Portugal e na Europa. Os seus reflexos já se sentem na economia, com uma contribuição de 4,8% para o PIB nacional

O comércio eletrónico tem crescido, nos últimos anos, a nível europeu e surge, cada vez mais, como uma resposta cómoda e rápida às necessidades dos portugueses. Um estudo realizado pela ecommerceDB (ECDB), a várias economias europeias, atribui ao e-commerceuma contribuição de 4,8% para o Produto Interno Bruto (PIB) nacional, posicionando Portugal no 8º lugar.

Nesse mesmo estudo observa-se que, em média, 62% dos consumidores europeus fez compras online em 2022 e que as economias do sul e do leste europeu têm vindo continuamente a ganhar relevância e potencial no e-commerce.

De acordo com as tendências europeias, Portugal conta, cada vez mais, com a presença de marcas e consumidores no comércio eletrónico. A Webloyalty, empresa líder em soluções de Retaill Media, analisa as tendências que marcam estas transações online em Portugal.

Quem compra? E o que compram?

Segundo o Relatório Anual da ANACOM, cerca de 55% dos residentes em Portugal, entre os 16 e os 74 anos, efetuam compras e/ou encomendas online. Os consumidores entre os 25 e os 74 anos são aqueles que mais transações realizaram, não havendo uma distinção clara no que ao género diz respeito. No que toca à distribuição territorial, destaca-se a Área Metropolitana de Lisboa, seguida da Área Metropolitana do Porto e as regiões Norte e Centro.

O setor mais procurado pelos portugueses nas compras online é o da moda, este inclui o vestuário, calçado e acessórios. Segundo dados do E-Commerce Report 2023 dos CTT, esta categoria para além de ser das mais requisitadas, continua a conquistar cada vez mais consumidores, registando mais 1 ponto percentual em comparação com 2022 e com tendência para crescer no futuro. A par disto, cresce igualmente a compra de vestuário em segunda mão.

As outras categorias que seguem como mais compradas são Equipamentos Eletrónicos e Informáticos, Higiene e Cosméticac e Livros e Filmes. Segundo os dados apresentados no Relatório Anual da ANACOM, o setor dos Livros e Media decresceu 3.8 pontos percentuais face ao ano anterior, no retalho físico. No entanto, o mercado editorial tem vindo a conquistar mais público no Instagram e TikTok, plataformas digitais cada vez mais utilizadas pelos e-buyersnas suas compras, o que faz com ques as vendas da categoria sejam altas no comércio eletrónico.

A Webloyalty analisa estes dados com bastante otimismo, com base em projeções do Estudo e-Commerce Last Mile 2023, da Deloitte, que afirmam que o comércio eletrónico em Portugal deverá alcançar os 9 300 milhões de euros, em 2025.

Portugal, à semelhança de outras economias europeias, olha hoje de uma forma diferente para o e-commerce. Reconhece-lhe uma alta carga de importância pela proximidade junto dos consumidores e a simplificação dos processos. O investimento empresarial no e-commercee retaill medianão pode parar, devido às projeções otimistas do setor. Neste momento, apenas 16% das empresas portuguesas apresenta um canal de vendas online, sendo este um número que desejamos que aumente, afirma de Eduardo Esparza, VP General Manager da Webloyalty Ibéria Brasil.

Portugal navega hoje uma das principais ondas de modernização no comércio. O fortalecimento do e-commerce impulsionou a economia portuguesa e prevê-se que continuará a fazê-lo. Com a sua chegada a Portugal, a Webloyalty oferece um conjunto de experiências mais lucrativas para consumidores e empresas, inovando na aproximação ao cliente e no acompanhamento de tendências.