

Webloyalty analisa as tendências do comércio eletrônico em Portugal

[Multimedia](#)

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 eletrônico 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-commerce* uma 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 eletrônico. A Webloyalty, empresa líder em soluções de *Retail 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 Cosméticos 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-buyers* nas suas compras, o que faz com que 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-commerce* e *retail media* não 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.
