

Relatório 365 dias de pandemia

ALTERAÇÕES NOS HÁBITOS DE CONSUMO DOS PORTUGUESES

18 de março de 2021

No dia em que se assinala um ano sobre a declaração do primeiro Estado de Emergência em Portugal, a SIBS divulga um relatório completo sobre a evolução do consumo em Portugal nos últimos 365 dias e de acordo com as várias fases de evolução da pandemia do novo Coronavírus (COVID-19) no nosso país. O documento - abrangente, factual e o mais atualizado possível - tem por base dados do [SIBS Analytics](#) e engloba um conjunto de indicadores ímpares e inéditos que permite compreender as consequências reais da pandemia em várias vertentes. A análise evidencia 3 fases: “1º confinamento”, com uma redução acentuada do consumo; “Fases de restrições”, com uma recuperação progressiva; e “2º confinamento”, com uma nova queda no volume de transações.

Entre os indicadores mais relevantes desta análise, que permitem medir as alterações nos hábitos de consumo dos portugueses, destaca-se o comércio digital, representando já 18% do total de compras eletrónicas em Portugal - valor que praticamente duplicou face ao período pré-pandemia - e o aumento do peso dos pagamentos digitais, nomeadamente com o MB WAY no telemóvel, que mostram um crescimento significativo face ao período homólogo - 2 a 4 vezes superior - quer no online quer nas compras em loja, reforçando a preferência do consumidor pela redução do contacto físico e por soluções móveis, convenientes e seguras.

O peso do comércio digital no total das compras subiu de 10% no ‘Antigo normal’ para 18% no 2º período de confinamento, sendo superior aos 15% registados no 1º confinamento, demonstrando uma crescente adoção do canal digital.

Neste segmento, são de realçar as compras online, em que o MB WAY se destaca com um incremento contínuo ao longo de todo o período em análise - 2 a 4 vezes superior ao período homólogo. Também as compras em loja com MB WAY mostram um crescimento significativo face ao período homólogo - 2 a 4 vezes superior - reforçando a preferência do consumidor pela redução do contacto físico e por soluções móveis, convenientes e seguras. O aumento do peso dos pagamentos ‘sem contacto’ no total das compras físicas, nas quais se incluem os pagamentos MB WAY, ao longo do período da pandemia, atingiu quase quatro em cada 10 compras com cartão no 2º confinamento (39%), em comparação com uma em cada 10 compras (12%) no período pré-pandemia.

De modo geral e agregado, os dados do SIBS Analytics permitem concluir que o 1º confinamento revelou ser a fase mais agressiva de travagem do consumo nos últimos 365 dias de pandemia. De facto, a variação homóloga no 2º confinamento (-19,2%) foi aproximadamente metade do



valor registado no 1º confinamento (-40,4%), no total de operações (compras físicas, compras online e levantamentos), o que poderá indicar uma certa adaptação dos consumidores e empresas ao contexto de pandemia, com alterações estruturantes e com os serviços não presenciais a afirmarem-se como uma tendência que veio para ficar.

Ao comparar os dois confinamentos, são igualmente visíveis algumas **diferenças no indicador da mobilidade** em Portugal. O índice da SIBS, que inclui compras físicas e online nos setores de transporte de passageiros e gasoleiras, bem como outras operações relacionadas com mobilidade (parques, portagens e viagens), revela diminuições significativas nas deslocações entre 18 março e 3 maio de 2020 (-64% face ao período pré-pandemia), e entre 15 de janeiro e 17 de março de 2021, onde a quebra na mobilidade em Portugal ficou pelos -45% – partindo de uma base de *index* 100, na qual 100 representa as despesas de mobilidade antes do início da pandemia.

Ainda sobre o mesmo indicador, tem-se observado, ao longo do último ano, uma **tendência de saída das metrópoles** - regiões de Lisboa e Porto -, sendo este movimento reforçado nos períodos de confinamento. A saída do concelho (índice medido pelas transações realizadas) verifica-se em 30% a 40% dos cartões - possivelmente relacionada com a atividade laboral - e a saída do distrito de origem em 6% a 14% dos cartões - potencialmente associada a segundas casas. Tomando os cartões com origem no concelho de Lisboa como exemplo, observou-se que 13% a 14% saíram do distrito durante os períodos de confinamento, quando essa taxa se situa normalmente nos 6% - valor que mais do que duplica nos períodos de maiores restrições.

Também no que se refere às **compras físicas** a quebra no consumo em loja foi menos acentuada no 2º confinamento, comparativamente com o 1º: a variação homóloga foi de -29% de meados de janeiro a meados de março de 2021, enquanto no período de março a maio de 2020, assistimos a uma variação de aproximadamente metade (-47%). Neste segmento, referir ainda que, durante os períodos de confinamento, os portugueses preferiram o dia de sábado, pelas 12 horas, para realizarem as suas compras.

As **compras internacionais** registaram igualmente quebras significativas ao longo de todo o período em análise, com base nos movimentos de cartões estrangeiros em Portugal. No 2º confinamento, registou-se uma redução de 73% das compras de visitantes face a 87% no 1º confinamento.

Os dados do SIBS Analytics indicam também que o **comércio de proximidade** - mercearias e mini-mercados e produtos alimentares, bebidas e tabaco - foi o setor que mais cresceu nas compras físicas, assumindo-se como exceção à regra de quebra do consumo. Este setor foi contra cíclico, por ter registado um número de transações superior ao homólogo durante este ano de pandemia. Em sentido contrário, **os setores mais vulneráveis** foram os de transporte de passageiros, moda & acessórios, restauração e alojamento, que sofreram quebras acima de 50% face ao mesmo período do ano anterior, também como resultado da redução do número de visitantes a chegar a Portugal.



Partner
in Payments

Nas **compras digitais**, os setores de comércio alimentar & retalho e material desportivo & recreativo apresentaram crescimentos mais acelerados face ao período homólogo, encontrando no comércio online uma alternativa para a quebra registada nas compras físicas. O comércio alimentar & retalho cresceu 109% neste canal no 1º confinamento e 97% no 2º, enquanto o setor material desportivo & recreativo aumentou ainda mais: 114% de consumo no 1º confinamento e 190% no 2º. Os transportes de passageiros foram o setor mais afetado negativamente nas compras online, registando quebras de 75% e 52% no 1º e 2º confinamento, respetivamente.