



2024

COMÉRCIO ELETRÓNICO EM PORTUGAL E NA UE

ANACOM ∴



Índice

Sumário executivo.....	4
1 Introdução.....	8
2 O comércio eletrónico na perspetiva do consumidor	8
2.1 Compras de produtos ou serviços <i>online</i>	8
2.2 Venda de produtos ou serviços <i>online</i>	17
3 O comércio eletrónico nas empresas	20
Anexo.....	25
Nota metodológica.....	28

Índice de figuras

Figura 1 – Proporção da população residente em Portugal que efetuou compras através da Internet	9
Figura 2 – Proporção de utilizadores de Internet e realização de compras <i>online</i> nos últimos 3 meses	10
Figura 3 – Proporção de utilizadores de Internet e de população que realizou compras <i>online</i> nos últimos 3 meses na UE27, 2024	10
Figura 4 – Tipo de produtos físicos comprados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras <i>online</i> , Portugal e UE27, 2024	12
Figura 5 – Tipo de produtos digitais comprados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras <i>online</i> , Portugal e UE27, 2024	13
Figura 6 – Tipo de serviços contratados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras <i>online</i> , Portugal e UE27, 2024	14
Figura 7 – Tipo de produtos financeiros comprados pela Internet nos últimos 3 meses pelos utilizadores de Internet, Portugal e UE27, 2024	14
Figura 8 – Proporção da população que realizou compras/encomendas efetuadas <i>online</i> nos últimos 3 meses, por zona de residência, Portugal e UE27, 2024	15
Figura 9 – Proporção da população residente que efetuou compras através da Internet nos últimos 3 meses por características sociodemográficas, Portugal e UE27, 2024	16
Figura 10 – Proporção da população que realizou compras/encomendas efetuadas <i>online</i> nos últimos 3 meses por quintis de rendimento, 2023 e 2024	16
Figura 11 – Proporção da população que efetuou vendas através da Internet	17
Figura 12 – Proporção da população que realizou vendas <i>online</i> nos últimos 3 meses, por zona de residência, Portugal e UE27, 2024	18
Figura 13 – Proporção da população residente que efetuou vendas através da Internet nos últimos 3 meses por características sociodemográficas, Portugal e UE27	19
Figura 14 – Proporção de empresas que recebeu encomendas por redes eletrónicas e peso no volume de negócios	21

Figura 15 – Proporção de empresas que recebeu encomendas por redes eletrónicas e tipo de receção e peso no volume de negócios	21
Figura 16 – Proporção de empresas que recebeu encomendas via <i>website/app</i> por segmento e peso no volume de negócios	22
Figura 17 – Proporção de empresas que recebeu encomendas via <i>website/app</i> por tipologia	22
Figura 18 – Proporção de empresas que recebeu encomendas por redes eletrónicas	23
Figura 19 – Proporção de empresas que recebeu encomendas por redes eletrónicas, por sector de atividade, Portugal e UE27	24

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, 2024	25
Tabela 2 – Tipo de produtos digitais comprados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras <i>online</i> , Portugal e UE27, 2024	26
Tabela 3 – Tipo de serviços comprados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras <i>online</i> , Portugal e UE27, 2024	27
Tabela 4 – Tipo de produtos financeiros comprados pela Internet nos últimos 3 meses pelos utilizadores de Internet, Portugal e UE27, 2024	27

Sumário executivo

49% da população com 16 a 74 anos efetuou compras pela Internet e 13% efetuou vendas pela Internet

Em 2024, 48,9% 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 5,0 pontos percentuais (p.p.) face ao ano anterior.

Caso se considere os doze meses anteriores à realização do inquérito, verificou-se que 59,3% da população efetuou pelo menos uma transação deste tipo nesse período, uma variação de +4,6 p.p face a 2023.

Cerca de 24,2% dos residentes em Portugal com 16 a 74 anos nunca efetuaram compras pela Internet. Por outro lado, cerca de 12,8% dos residentes efetuaram vendas *online*.

Portugal colocou-se na 23.^a posição do *ranking* da União Europeia (UE27) tanto na percentagem da população que realizou compras *online* nos últimos três meses como nas vendas *online*.

Vestuário e calçado e refeições entregues ao domicílio são os produtos físicos mais adquiridos

Entre os produtos físicos, o «vestuário/calçado» (73,1% da população que efetuou compras *online*) e as «refeições entregues ao domicílio» (39,6%) foram os bens mais encomendados pela Internet em 2024, seguindo-se os «produtos de cosmética, beleza e bem-estar» (31,4%) e os «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento informático complementar ou acessórios» (28,4%). Face ao ano anterior, registou-se um crescimento nas encomendas *online* relativas a «artigos para a casa ou jardim» (+5,8 p.p.) e «vestuário e calçado» (+5,6 p.p.).

Portugal encontrava-se na 4.^a posição do *ranking* da UE27 na compra *online* de «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento

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 16 de maio e 25 de agosto de 2024.

informático complementar ou acessórios» através da Internet, na 8.^a posição na compra de «equipamentos desportivos (excluindo roupas)» e na 9.^a posição na compra de «roupa, calçado ou acessórios de moda».

Filmes, séries e desporto são os produtos digitais mais adquiridos

Entre os produtos digitais, destacaram-se os «filmes, séries ou programas de desporto para *download* ou subscrição *online*» como os mais comprados pela Internet (34,7% da população que efetuou compras *online*).

Quanto aos serviços contratados pela Internet, o destaque foi para o serviço de transporte» (38,7%) e «bilhetes para eventos culturais ou outros, como cinema, concertos, feiras» (37,7%).

No que se refere à compra *online* de produtos financeiros pelos utilizadores de Internet, destaca-se a compra de «apólice de seguros» (13,1%).

Perfil do utilizador semelhante ao da UE27

Por zona de residência, foi entre a população residente nas zonas urbanas que se verificou a maior taxa de adesão a compras *online* efetuadas nos últimos 3 meses, quer em Portugal (53,1%) como na UE27 (63,3%).

A população com idade inferior a 54 anos, níveis de escolaridade mais elevados (ensinos secundário e superior), bem como os empregados e os estudantes apresentaram uma maior percentagem na realização de compras ou encomendas através da Internet. Este perfil é semelhante ao da média da UE27. Todos os grupos analisados aumentaram ou mantiveram a taxa de adesão face ao ano anterior.

21% das empresas receberam

Durante 2023, cerca de 20,5% das empresas portuguesas com 10 ou mais pessoas ao serviço receberam encomendas através de redes eletrónicas, mais 3,5 p.p. face ao ano anterior e aproximando-se dos

encomendas
 através de redes
 eletrónicas em
 2023

valores da média da UE27 (20,8%). Estas encomendas representaram 19,5% do volume de negócios (+0,5 p.p. que no ano anterior).

A maioria das empresas recebeu encomendas através do seu *website/app* (16,3%) enquanto cerca de 7,1% das empresas analisadas rececionaram encomendas através de portais de comércio eletrónico ou plataformas digitais (via *apps*) utilizadas por várias empresas.

Grandes
 empresas,
 alojamento/
 restauração,
 informação e
 comunicação
 com maior
 receção de
 encomendas
online

A receção de encomendas *online* através de redes eletrónicas varia com a dimensão empresarial. Cerca de 42,2% das grandes empresas em Portugal receberam encomendas *online* em 2023, por comparação com 26,7% no caso das médias empresas, 19,0% nas pequenas empresas e 9,2% nas microempresas.


Os subsetores «alojamento e restauração» (34,0%), «atividades de informação e de comunicação» (31,6%) e «comércio por grosso e a retalho» (31,3%) foram aqueles em que a penetração de encomendas através de redes eletrónicas foi mais elevada.

Comércio Eletrónico

Segmento residencial (2024)

Compras ou encomendas pela Internet nos últimos 3 meses

49% 23.ª posição no ranking da UE27
da população residente
+5,0 p.p. face ao ano anterior



Perfil de maior utilização

Menos 45 anos
Escolaridade mais elevada (superior)
Estudantes e Trabalhadores

Produtos adquiridos

Físicos (TOP10)

Produtos de limpeza ou de higiene pessoal
Livros, revistas ou jornais
Equipamentos desportivos (exclui roupa)
Cosmética, beleza e bem-estar
Roupa 73%
Refeições ao domicílio 40%
Equipamento informático
Artigos para a casa ou jardim
Medicamentos
Equipamento eletrónico

População que efetuou compras online

Digitais

 **45%** Pelo menos um tipo de produto

 **35%** Filmes, séries e desporto

 **22%** Música

 **19%** Software

Adquiridos online

 **39%** Transportes

 **38%** Eventos


Segmento empresarial (2023)

Empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço

Vendas por redes eletrónicas

21% 17.ª posição no ranking da UE27
das empresas
+3,5 p.p. face ao ano anterior

20% volume de negócios
+0,5 p.p. face ao ano anterior



 **7%** Intercâmbio Eletrónico de Dados

 **16%** Website/app

 **15%** B2C

 **9%** B2B / B2G

1 Introdução

Neste relatório apresenta-se a informação disponível sobre o comércio eletrónico (*e-commerce*) em Portugal e na União Europeia (UE) em 2024, 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, 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 16 de maio e 25 de agosto de 2024.

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 2024, 48,9% 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 5,0 p.p. do que no ano anterior.

49%

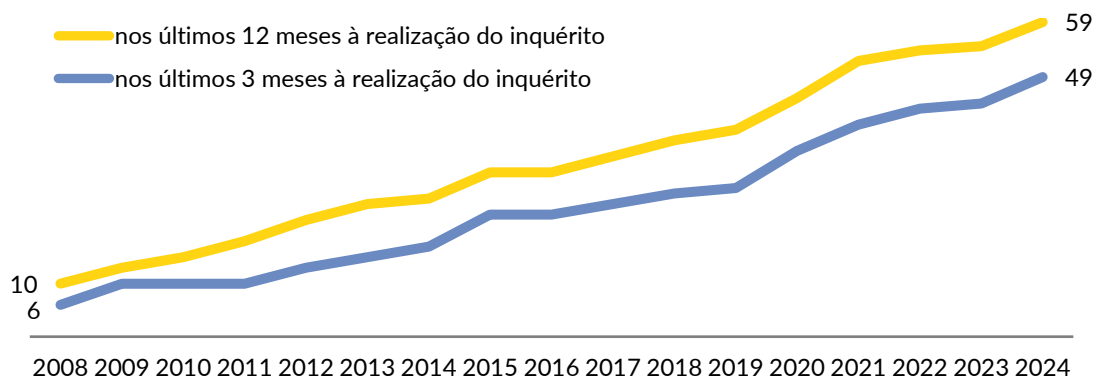
dos residentes efetuaram
**compras ou
encomendas pela
Internet**

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.

O maior crescimento anual registou-se em 2020 (+7,0 p.p.) e em 2021 (5,2 p.p.), anos marcados pela alteração de comportamentos dos consumidores resultante da pandemia COVID-19.

Caso se considerem os doze meses anteriores à realização do inquérito, verificou-se que 59,3% da população efetuou pelo menos uma transação deste tipo nesse período (+4,6 p.p. que no ano anterior).

Figura 1 – Proporção da 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 2024)

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

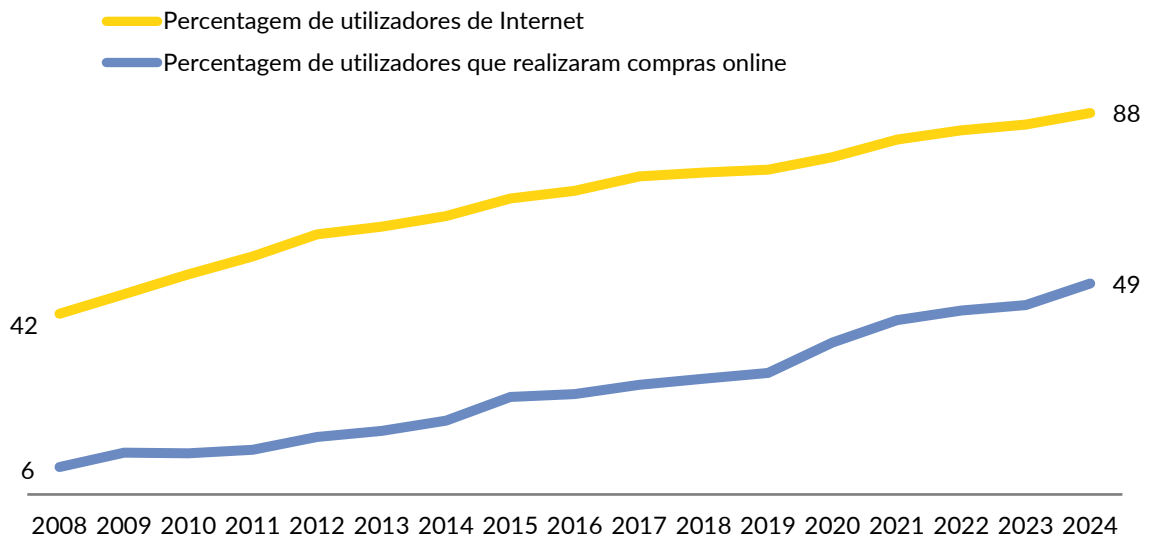
Cerca de 24,2% da população referiu nunca ter efetuado compras ou encomendas pela Internet, o 5.º valor mais elevado entre os países da UE27.

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 0,96³) – vd. [Figura 2](#).

24%
da população residente
NUNCA efetuou
compras ou
encomendas
pela Internet

³ Recorre-se ao coeficiente de correlação de Pearson.

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



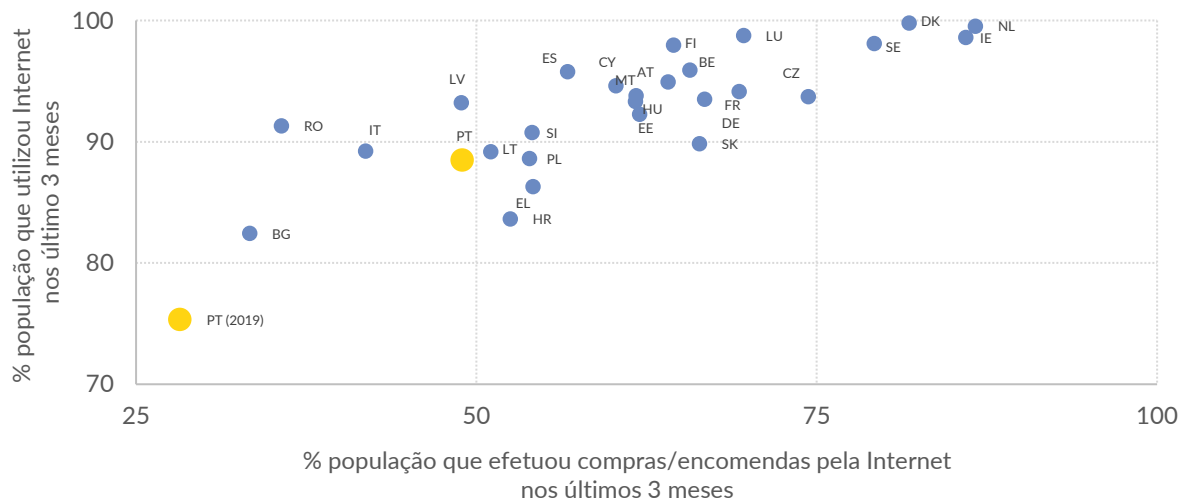
Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2008 a 2024)

Nota: População residente com idade entre 16 e 74 anos

No *ranking* da UE27 de 2024, Portugal foi o 24.º país quanto à percentagem de utilizadores de Internet e o 23.º em termos de percentagem da população que realizou compras *online* nos últimos 3 meses (Figura 3), tendo-se verificado uma significativa melhoria face aos valores registados em 2019.

Figura 3 – Proporção de utilizadores de Internet e de população que realizou compras *online* nos últimos 3 meses na UE27, 2024



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2024)

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

Tipologias de transação

Se considerada exclusivamente a **aquisição de produtos físicos**, em 2024 o «vestuário e calçado» (73,1% da população que efetuou compras *online*) e as «refeições entregues ao domicílio» (39,6%) 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» (31,4%) e os «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento informático complementar ou acessórios» (28,4%) – [Figura 4](#) (e [Tabela 1](#) do Anexo).

Vestuário/calçado e Refeições entregues ao domicílio

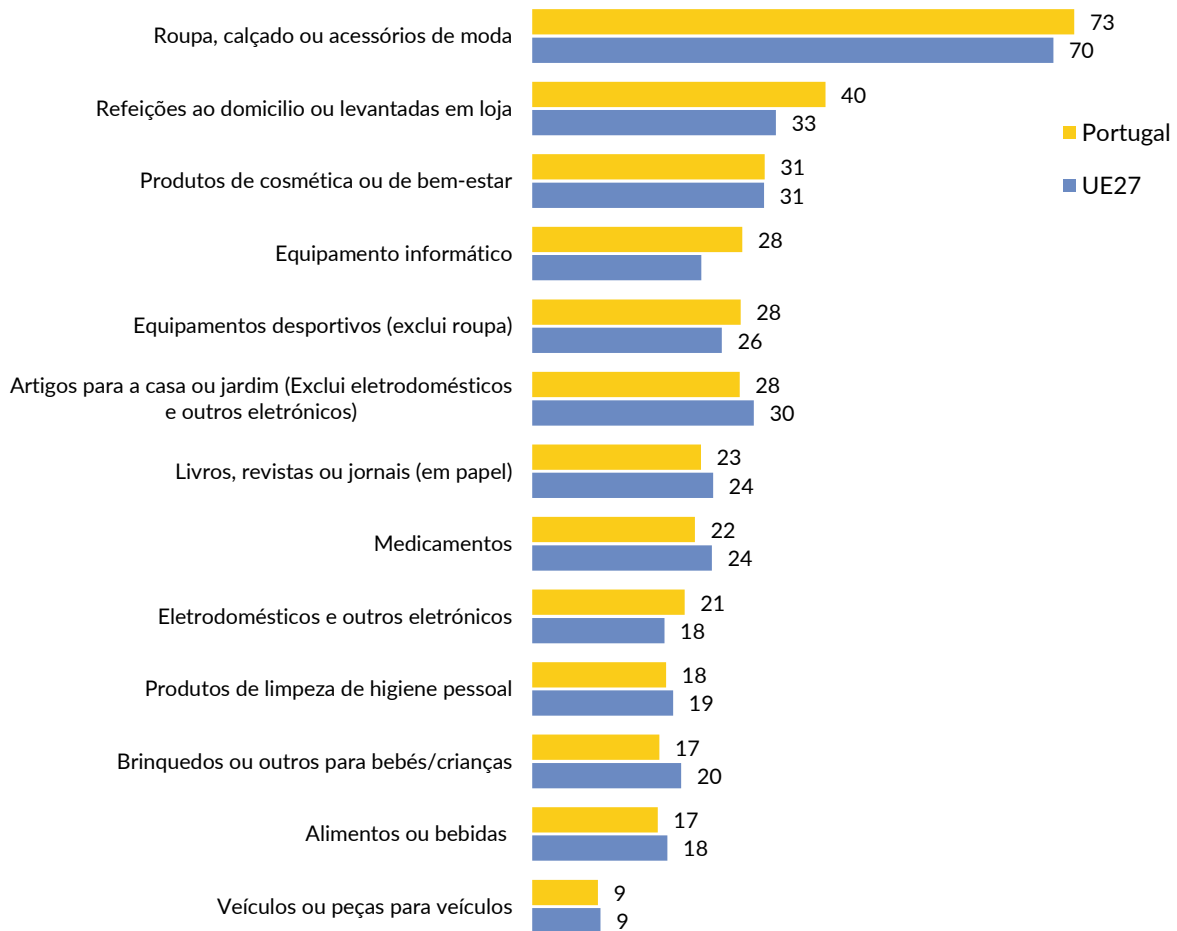
continuam a ser
os principais
produtos físicos
encomendados
na Internet

Os principais desvios positivos face ao ano anterior registaram-se na encomenda «artigos para a casa ou jardim» (+5,8 p.p.) e de «vestuário e calçado» (+5,6 p.p.), enquanto os únicos desvios negativos verificaram-se nas encomendas de «alimentos ou bebidas» (-0,4 p.p.) e «veículos ou peças para veículos» (-0,2 p.p.).

Em termos europeus, Portugal encontrava-se na 4.^a posição do *ranking* da UE27 na compra de «computadores, *tablets*, telemóveis, equipamento informático complementar ou acessórios» através da Internet, na 8.^a posição na compra de «equipamentos desportivos (excluindo roupas)» e na 9.^a posição na compra de «vestuário e calçado».

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

Figura 4 – Tipo de produtos físicos comprados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras *online*, Portugal e UE27, 2024



Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2024)

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

Entre os **produtos digitais**, destacaram-se os «filmes, séries ou programas de desporto para *download* ou subscrição *online*» como os mais comprados pela Internet (34,7% da população que efetuou compras *online*), ainda que se refiram aos produtos que colocaram Portugal mais abaixo face à média da UE27 (-11,1 p.p.) – vd. [Figura 5](#) (e [Tabela 2](#) do Anexo).

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

O segundo tipo de produtos digitais mais vendidos foi «música para *download* ou subscrição de um serviço de música *online*» (22,4%) seguido de «*software* ou atualizações» (19,2%). Estes últimos verificaram o maior aumento face ao ano anterior (+6,8 p.p.)

Portugal colocou-se acima da UE27 principalmente nas categorias «livros eletrónicos» (+3,6 p.p.) e «*software* ou atualizações» (+2,5 p.p.) e abaixo da média da UE27 sobretudo na aquisição de «filmes, séries, programas de desporto para download ou subscrição online» (-11,1 p.p.) e «música para download ou subscrição de um serviço de música online» (-9,9 p.p.).

Figura 5 – Tipo de produtos digitais comprados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras *online*, Portugal e UE27, 2024



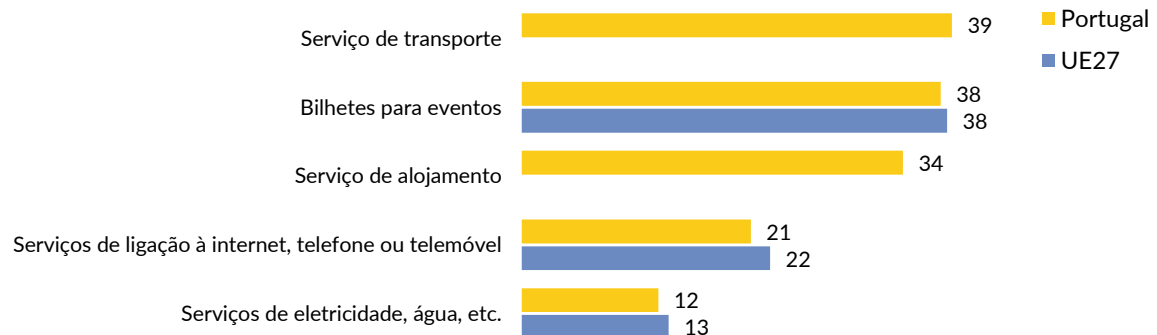
Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2024)

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

Quanto aos **serviços contratados pela Internet**, o «serviço de transporte» (38,7%), os «bilhetes para eventos» (37,7%) e o «serviço de alojamento» (34,3%) foram os mais populares (Figura 6 e Tabela 3 do Anexo). Nas diversas categorias analisadas com informação, Portugal registou uma taxa de adesão inferior à média da UE27.

Figura 6 – Tipo de serviços contratados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras *online*, Portugal e UE27, 2024



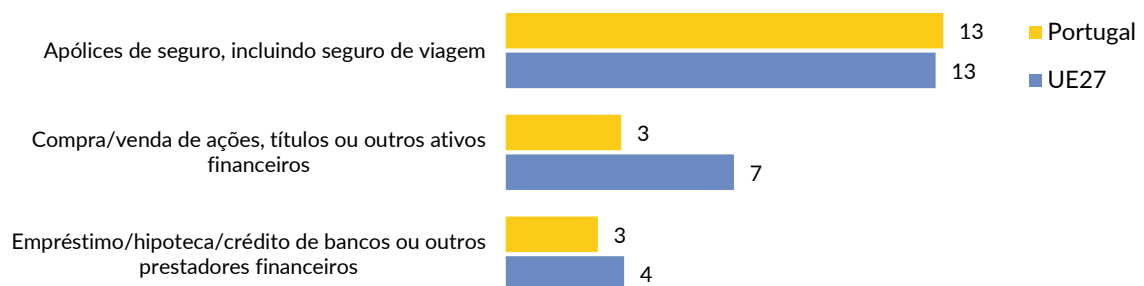
Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2024); INE, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias

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

Na tipologia de **produtos financeiros adquiridos *online*** pelos utilizadores de Internet, destacou-se a compra de «apólice de seguros» (13,1%), onde Portugal ficou 0,2 p.p. acima da média da UE27 (Figura 7 e Tabela 4 do Anexo).

Figura 7 – Tipo de produtos financeiros comprados pela Internet nos últimos 3 meses pelos utilizadores de Internet, Portugal e UE27, 2024



Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2024)

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

Perfil do utilizador

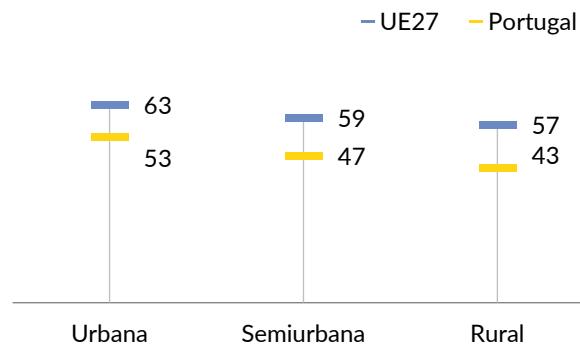
Por zona de residência, foi entre a população residente nas zonas urbanas que se verificou a maior taxa de adesão a compras *online* efetuadas nos últimos 3 meses, quer em Portugal (53,1%) como na UE27 (63,3%) – vd. [Figura 8](#).

Nas zonas semiurbanas e rurais a taxa de adesão foi inferior à verificada para o total de Portugal, verificando-se situação semelhante no caso da média da UE27.

Em termos sociodemográficos, a população com idade inferior a 54 anos, níveis de escolaridade mais elevados (ensinos secundário e superior), bem como os empregados e os estudantes apresentaram uma maior propensão para efetuar compras ou encomendas através da Internet ([Figura 9](#)), sendo semelhante ao verificado em 2023. 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 reformada (- 21,6 p.p.) e naqueles com idades entre 55 e 64 anos (-20,2 p.p.), seguido da população com 65 a 74 anos (-18,5 p.p.).

Figura 8 – Proporção da população que realizou compras/encomendas efetuadas *online* nos últimos 3 meses, por zona de residência, Portugal e UE27, 2024



Unidade: %

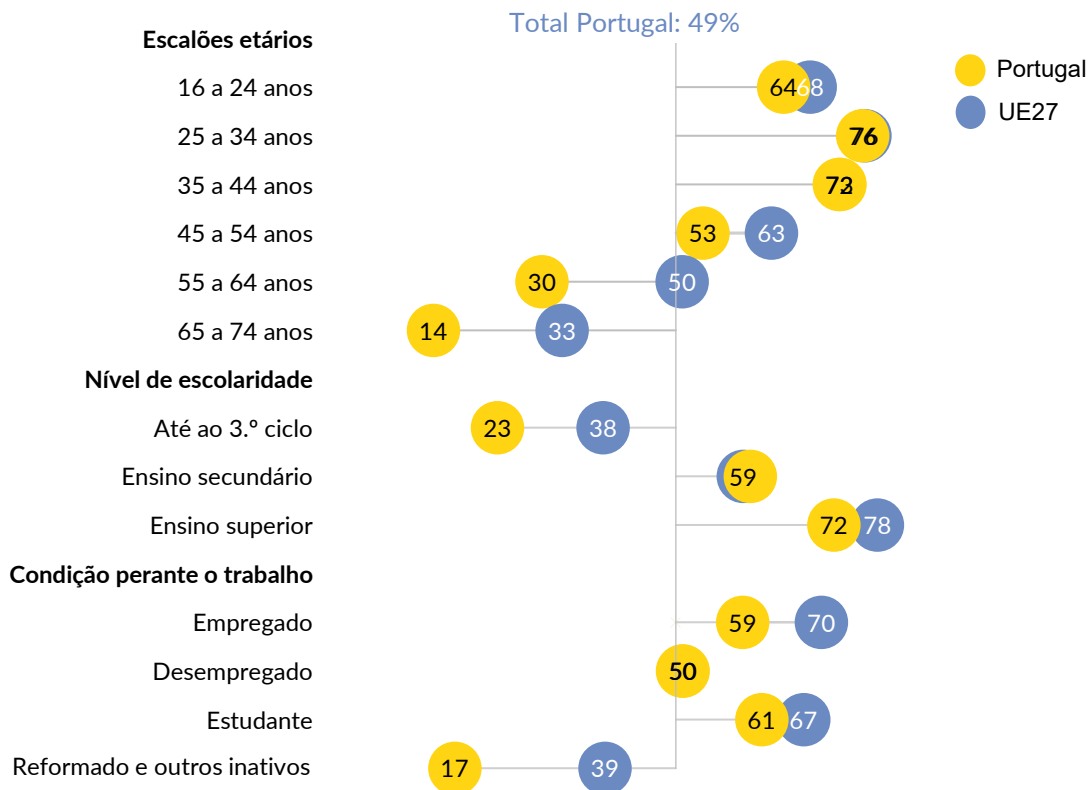
Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2024)

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

Compras/ encomendas pela Internet

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

Figura 9 – Proporção da população residente que efetuou compras através da Internet nos últimos 3 meses por características sociodemográficas, Portugal e UE27, 2024



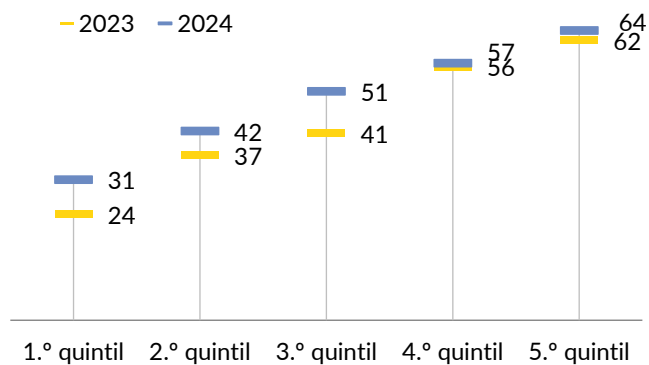
Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2024)

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.

Por quintis de rendimento, verifica-se que a população com maiores rendimentos tem vindo a registar maior adesão a compras *online*. Em 2024, cerca de 64,2% da população com os maiores rendimentos referiu ter efetuado compras *online* nos três meses anteriores à entrevista, em oposição a 31,1% da população com menores rendimentos (Figura 10).

Figura 10 – Proporção da população que realizou compras/encomendas efetuadas *online* nos últimos 3 meses por quintis de rendimento, 2023 e 2024



Unidade: %

Fonte: INE, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias, 2024

Nota: População residente entre os 16 e os 74 anos

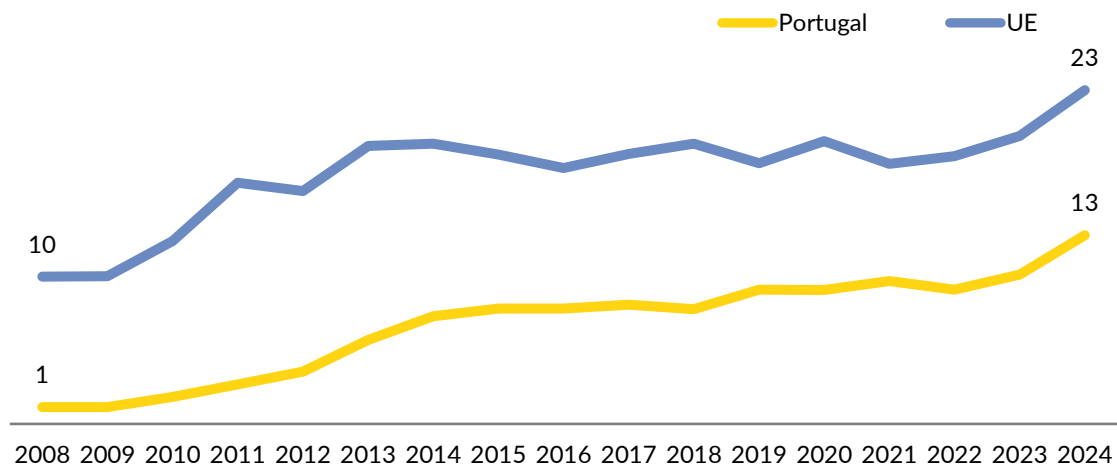
Em comparação com o ano anterior, todos os grupos analisados aumentaram ou mantiveram a percentagem de realização de compras ou encomendas através da Internet, com maior destaque para a população desempregada (+13,8 p.p.), para a população com idades entre 35 e 44 anos (+ 10,1 p.p.) e a população com rendimentos intermédio, pertencentes ao 3.º quintil de rendimento (+9,3 p.p.)

2.2 Venda de produtos ou serviços *online*

Em 2024, 12,8% da população residente em Portugal vendeu produtos ou serviços através da Internet nos três meses anteriores à data da realização do inquérito. A variação anual registada (+2,6 p.p) foi a maior desde que se recolhe este tipo de informação (2008). No entanto, Portugal continua a ocupar o 23.º lugar no *ranking* da UE27 nesta dimensão do comércio eletrónico (Figura 11).

13%
da população efetuou
**vendas de
produtos ou serviços
pela Internet**

Figura 11 – Proporção da população que efetuou vendas através da Internet



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2008 a 2024)

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

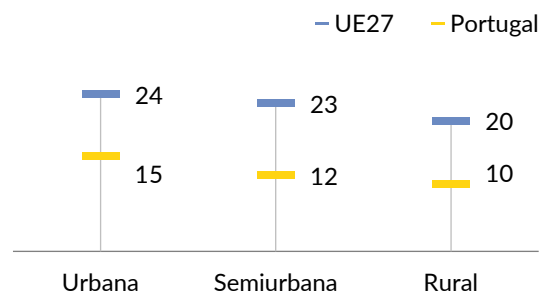
Perfil do utilizador

Por zona de residência, tal como se verificou no caso da compra de produtos online, é também entre os residentes das zonas urbanas que a adesão à venda de produtos ou serviços online é maior, quer em Portugal como na UE27. No entanto, a diferença verificada na adesão entre residentes de zonas urbanas e residentes de zonas rurais é menor no caso das vendas online. (Figura 12).

A população com idade entre 16 e 44 anos, níveis de escolaridade mais elevados (ensino secundário e superior), bem como os empregados e os estudantes tendem a apresentar uma maior propensão para

efetuar vendas através da Internet (Figura 13). Este perfil é semelhante ao da média da UE27.

Figura 12 – Proporção da população que realizou vendas *online* nos últimos 3 meses, por zona de residência, Portugal e UE27, 2024



Unidade: %

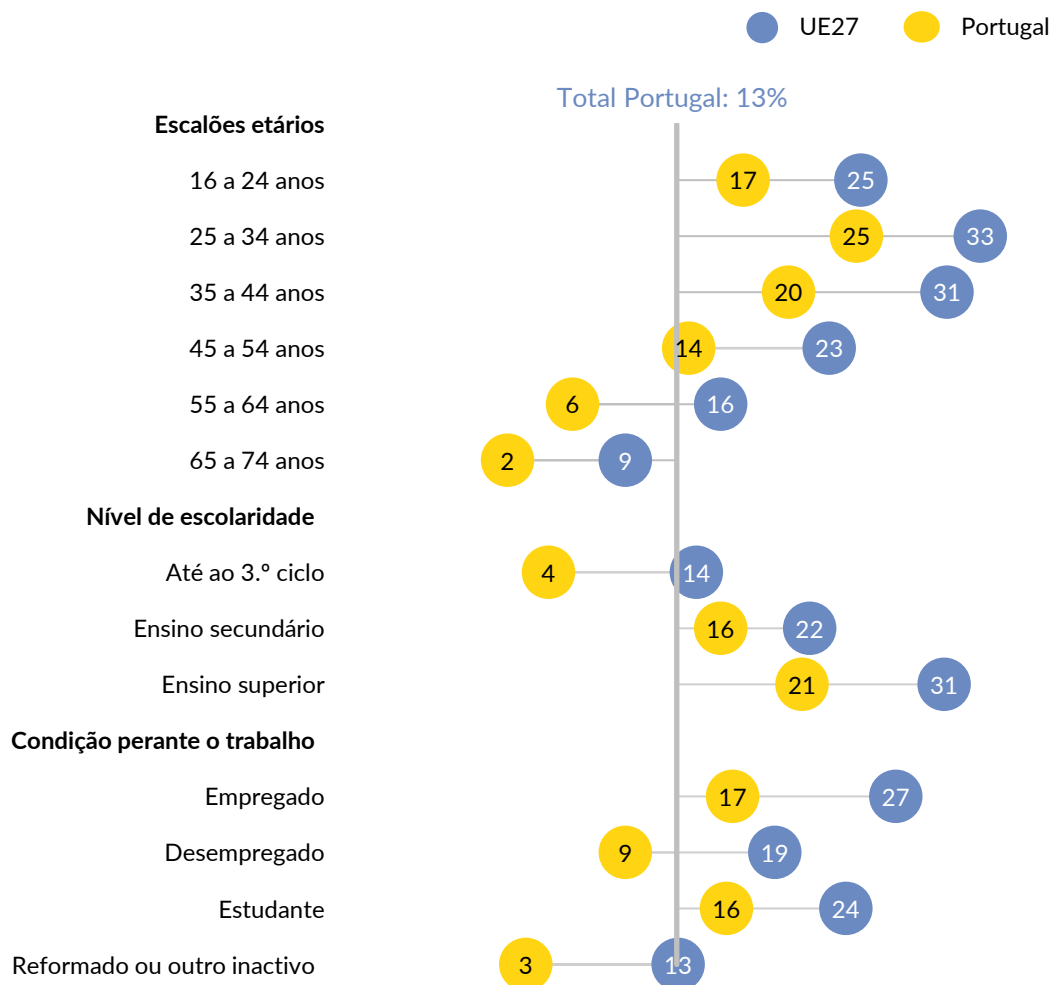
Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2024)

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

Vendas pela Internet

efetuadas sobretudo pela população com
16 a 44 anos,
escolaridade mais elevada,
empregados e estudantes

Figura 13 – Proporção da 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* (2024)

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

De referir que, em todos os perfis sociodemográficos, verificou-se um aumento ou manutenção da proporção da população que efetuou vendas *online* face ao ano anterior. Destaca-se o aumento verificado na população com idade entre os 25 a 34 anos (+6,7 p.p.), na população com o ensino superior (+5,0 p.p.) e nos estudantes (+4,2 p.p.).

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 2024⁴, cujos dados são relativos a 2023⁵.

Cerca de 20,5% das empresas portuguesas com 10 ou mais pessoas ao serviço receberam encomendas e venderam bens e serviços através de redes eletrónicas⁶ a particulares (B2C), outras empresas (B2B) ou do Estado (B2G) durante o ano de 2023, mais 3,5 p.p. face ao ano anterior, tendo-se aproximando dos valores da média da UE27 (20,8%). Portugal situou-se na 17^a posição no *ranking* da UE27.

21%

das empresas receberam
**encomendas por
redes eletrónicas**

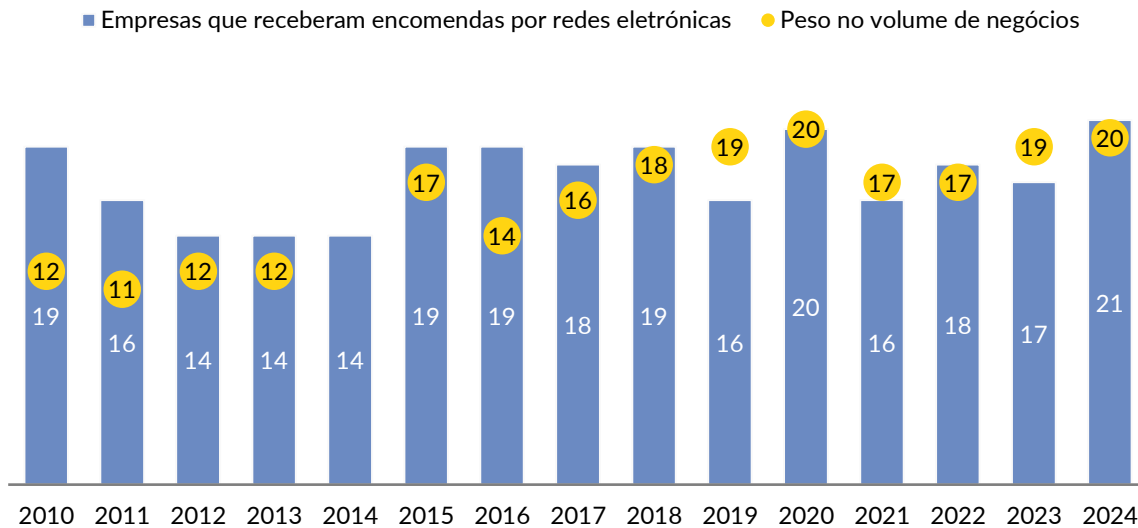
As encomendas através de redes eletrónicas representaram 19,5% do volume de negócios das empresas (+0,5 p.p. que no ano anterior) – vd. [Figura 14](#).

⁴ Os dados relativos ao comércio eletrónico pelas empresas respeitam ao ano anterior ao do inquérito. Por exemplo, no caso do inquérito de 2024, a informação refere-se ao ano de 2023.

⁵ Considera-se somente as encomendas que representam pelo menos 1% do total do volume de negócios.

⁶ 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.

Figura 14 – Proporção de empresas que recebeu encomendas por redes eletrónicas e peso no volume de negócios



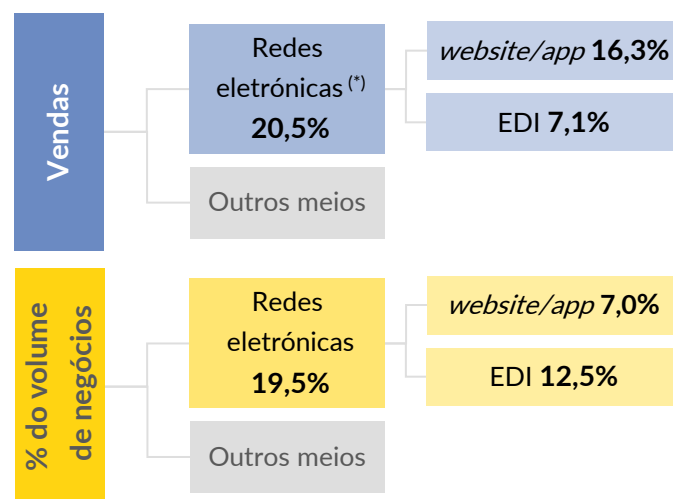
Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* (2010-2024)

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 2023, cerca de 16,3% das empresas receberam encomendas através de *website/app*, representando 7,0% do seu volume de negócios (Figura 15). Embora as encomendas recebidas por intercâmbio eletrónico de dados (EDI) ⁷ estejam menos presentes nas empresas analisadas (7,1%), tendem a representar uma maior percentagem do seu volume de negócios (12,5%).

Figura 15 – Proporção de empresas que recebeu encomendas por redes eletrónicas e tipo de receção e peso no volume de negócios



Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* (2024)

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.

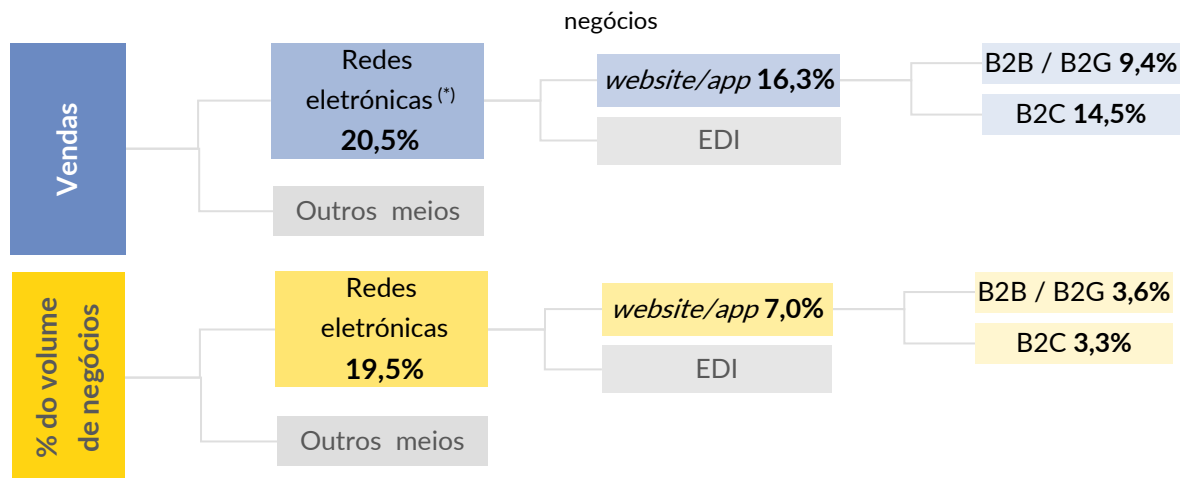
⁷ O EDI é um conjunto de protocolos surgidos nos anos 70 que permite o intercâmbio de documentos (anteriormente existentes apenas em papel) entre empresas (peer-to-peer), recorrendo a serviços de transmissão de dados. Trata-se de meios utilizados sobretudo para B2B.

Perfil da utilização

Durante 2023, cerca de 14,5% das empresas receberam encomendas de particulares (B2C) e 9,4% realizaram negócios com outras empresas (B2B) ou com o Estado (B2G) – vd. [Figura 16](#).

O peso das encomendas recebidas por *website* no volume de negócios no segmento B2C foi de 3,3% e no segmento B2B/G foi de 3,6%.

Figura 16 – Proporção de empresas que recebeu encomendas via *website/app* por segmento e peso no volume de negócios



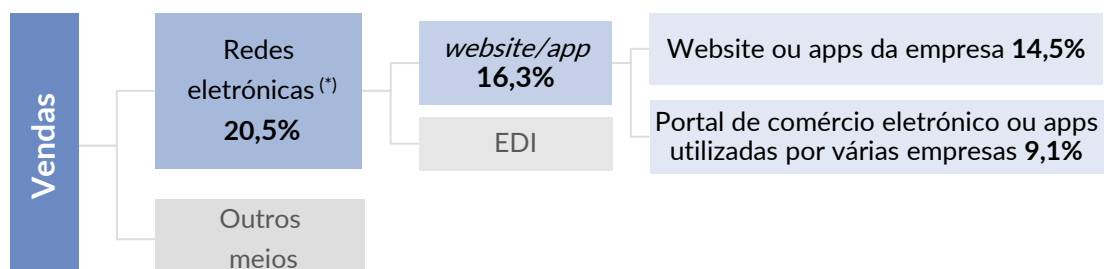
Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* (2024)

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* (14,5%), cerca de 9,1% das empresas analisadas rececionaram encomendas através de portais de comércio eletrónico ou plataformas digitais (via *apps*) utilizadas por várias empresas ([Figura 17](#)).

Figura 17 – Proporção de empresas que recebeu encomendas via *website/app* por tipologia



Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* (2024)

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

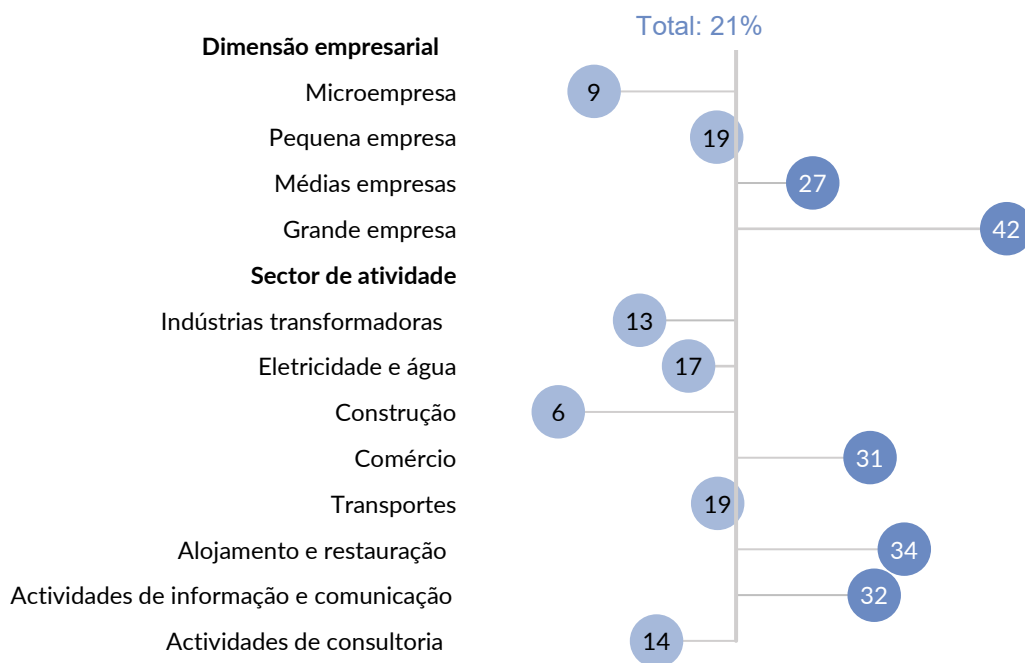
Perfil do utilizador empresarial

A receção de encomendas pelas empresas varia com a dimensão empresarial.

Cerca de 42,2% das grandes empresas em Portugal receberam encomendas *online* em 2023, por comparação com 26,7% no caso das médias empresas, 19,0% nas pequenas empresas e 9,2% nas microempresas. Portugal registou valores muito semelhantes aos da média da UE27 (Figura 18).

Grandes empresas e Subsetores Alojamento e Restauração, Informação e Comunicação e Comércio
com a maior penetração de encomendas

Figura 18 – Proporção de empresas que recebeu encomendas por redes eletrónicas



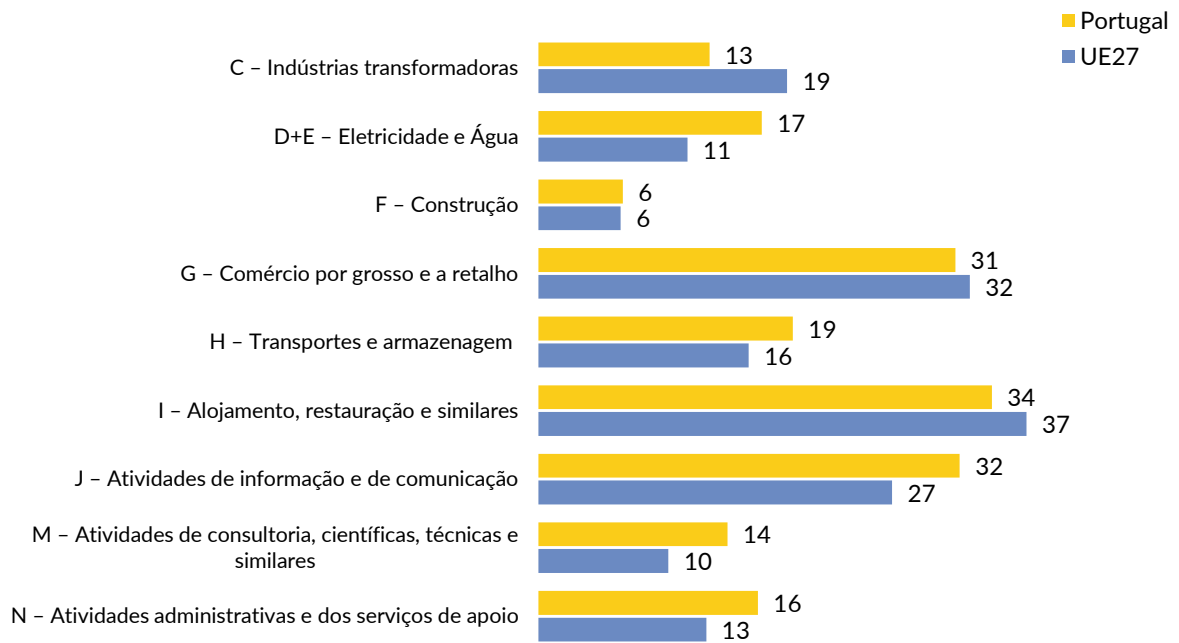
Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* (2024)

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

Entre os sectores de atividade com informação disponível, os subsectores «alojamento e restauração» (34,0%), «atividades de informação e de comunicação» (31,6%) e «comércio por grosso e a retalho» (31,3%) foram aqueles em que a penetração de encomendas através de redes eletrónicas foi mais elevada. Portugal situou-se abaixo da média da UE27 nestes subsectores, com exceção das «atividades de informação e de comunicação» (Figura 19).

Figura 19 – Proporção de empresas que recebeu encomendas por redes eletrónicas, por sector de atividade, Portugal e UE27



Unidade: %

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Enterprises* (2024)

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

Anexo

Tabela 1 – Tipo de produtos físicos comprados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras *online*, Portugal e UE27, 2024

	UE27 (%)	Portugal (%)	Ranking	Desvio (p.p.) face à UE27	Var. (p.p.) 2023/2024
Roupa, calçado ou acessórios de moda	70,3	73,1	9.º	+2,8	+5,6
Refeições entregues ao domicílio (ou levantadas em loja)	32,9	39,6	10.º	+6,7	+0,7
Produtos de cosmética, de beleza ou de bem-estar	31,3	31,4	14.º	+0,1	+1,6
Computadores, tablets, telemóveis, smartphones, equipamento informático complementar ou acessórios	22,8	28,4	4.º	+5,5	+2,2
Equipamentos desportivos (exclui roupa desportiva)	25,6	28,1	8.º	+2,5	+4,0
Artigos para a casa ou jardim (exclui eletrodomésticos e equipamentos eletrónicos)	29,9	28,0	10.º	-1,9	+5,8
Livros, revistas ou jornais (em papel)	24,4	22,8	10.º	-1,6	+0,4
Medicamentos	24,3	22,0	17.º	-2,3	+3,0
Eletrodomésticos, televisões, câmaras fotográficas ou outro equipamento eletrónico	17,9	20,6	10.º	+2,7	+2,9
Produtos de limpeza ou produtos de higiene pessoal	19,0	18,1	15.º	-0,9	+1,3
Brinquedos ou artigos para cuidado de bebés ou crianças	20,1	17,2	16.º	-3,0	+0,8
Alimentos ou bebidas	18,3	17,0	16.º	-1,3	-0,4
Veículos ou peças para veículos	9,2	8,9	16.º	-0,4	-0,2
Outros produtos ou serviços	20,6	6,5	22.º	-14,1	-0,1

Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2024); INE, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias (2024)

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.

Tabela 2 – Tipo de produtos digitais comprados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras *online*, Portugal e UE27, 2024

	UE27 (%)	Portugal (%)	Ranking	Desvio (p.p.) face à UE27	Var. (p.p.) 2023/2024
Filmes, séries ou programas de desporto para <i>download</i> ou subscrição de um serviço <i>online</i>	45,7	34,7	19.º	-11,1	-2,9
Música para <i>download</i> ou subscrição de um serviço de música <i>online</i>	32,3	22,4	19.º	-9,9	+0,6
Software ou atualizações de software para <i>download</i>	16,7	19,2	10.º	+2,5	+6,8
Jogos para jogar <i>online</i> ou para <i>download</i>	15,6	15,8	13.º	+0,1	+1,3
Livros eletrónicos (e-books e audio books)	11,3	14,9	7.º	+3,6	+9,0
Aplicações de Internet (exceto sobre saúde)	8,9	9,4	12.º	+0,5	+1,1
Aplicações de Internet relacionadas com a saúde ou com exercício físico	7,2	7,0	14.º	-0,3	+1,2
Livros eletrónicos, revistas eletrónicas ou jornais eletrónicos	10,3	6,3	18.º	-4,0	+0,3
Pelo menos um tipo de produto digital	55,6	45,0	20.º	-10,6	-3,5

Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2024)

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.

Tabela 3 – Tipo de serviços comprados pela Internet nos últimos 3 meses pela população que efetuou compras *online*, Portugal e UE27, 2024

	UE27 (%)	Portugal (%)	Ranking	Desvio (p.p.) face à UE27	Var. (p.p.) 2023/2024
Bilhetes para eventos culturais ou outros, como cinema, concertos, feiras	38,3	37,7	18.º	-0,6	-0,2
Adesão ou renovação de serviços de ligação à Internet, telefone ou telemóvel	22,4	20,6	14.º	-1,7	-1,6
Adesão ou renovação de serviços de eletricidade, água ou serviços similares	13,2	12,3	13.º	-0,9	-0,4

Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2024); INE, Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias (2024)

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.

Tabela 4 – Tipo de produtos financeiros comprados pela Internet nos últimos 3 meses pelos utilizadores de Internet, Portugal e UE27, 2024

	UE27 (%)	Portugal (%)	Ranking	Desvio (p.p.) face à UE27	Var. (p.p.) 2023/2024
Apólices de seguro, seguro de viagem	12,9	13,1	16.º	+0,2	+3,1
Compra ou venda de ações, títulos ou outros ativos financeiros	6,8	3,5	18.º	-3,4	+0,6
Empréstimo, hipoteca ou crédito de bancos ou outros prestadores financeiros	3,6	2,8	19.º	-0,8	+0,4
Algun dos anteriores	19,0	16,6	19.º	-2,4	+3,4

Unidade: %, p.p.

Fonte: Comissão Europeia, *Information and Communication Technologies Usage in Households and by Individuals* (2024)

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.

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 2024 foi de 8547 agregados domésticos com pelo menos uma pessoa com idade dos 16 aos 74 anos. O período de referência da informação referente a pessoas são os últimos três meses anteriores à entrevista. A recolha da informação em 2024 foi efetuada entre 16 de maio e 25 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, realizado pelos institutos nacionais de estatística da UE e harmonizado e compilado pelo Eurostat. O IUTIC empresas é um inquérito anual promovido pelo INE. A dimensão da amostra foi 5.076 empresas com 10 ou mais pessoas ao serviço em 2024 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 à data da inquirição para as questões sobre comércio eletrónico. O período para resposta ao inquérito ocorreu entre fevereiro e junho de 2024.



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
---	-------------	------	--------------------



COMÉRCIO ELETRÓNICO EM PORTUGAL E NA UE



Lisboa (Sede)

R. Ramalho Ortigão, 51
1099 - 099 Lisboa
Portugal
Tel: (+351) 217211000
Fax: (+351) 217211001

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

Porto

Rua Direita do Viso, 59
4250 - 198 Porto
Portugal
Tel: (+351) 226198000



Atendimento ao Público

800206665
info@anacom.pt



www.anacom.pt



Fevereiro 2025

