



Novo estudo da DPD revela comportamentos mais comuns do e-shopper português

Mais de 70% dos compradores online em Portugal usam o smartphone para fazer as suas encomendas, valores acima da média do resto da Europa. A Moda continua a ser a categoria de compras preferida e apenas 6% diz já ter feito uma devolução.

[Ler Mais +](#)

acepi

quem somos

associados

acreditação

informação

documentação

comissões

directório

tópicos

▶ notícias 16.03.2020

[Novo estudo da DPD revela comportamentos mais comuns do e-shopper português +](#)

▶ notícias 11.03.2020

[Lojas de Viana do Castelo seguem para a internet com o apoio da ACEPI +](#)

▶ notícias 27.02.2020

[Mastercard prepara lançamento de centro de cibersegurança na Europa +](#)

▶ eventos 20.05.2020 a 20.05.2020

[Sessão de informação Comércio Digital-Póvoa de Varzim +](#)

▶ eventos 23.04.2020 a 23.04.2020

[Sessão de informação Comércio Digital-Ponte de Sor +](#)

▶ notícias 12.03.2020

[COVID-19: Roadshow do programa Comércio Digital com sessões canceladas +](#)

▶ notícias 05.03.2020

[Novo associado ACEPI: IdealSolda +](#)

▶ notícias 21.02.2020

[Administração Pública continua a receber faturas em papel +](#)

▶ eventos 11.05.2020 a 11.05.2020

[Sessão de informação Comércio Digital-Torres Vedras +](#)

notícias

16.03.2020

Novo estudo da DPD revela comportamentos mais comuns do e-shopper português



Mais de 70% dos compradores online em Portugal usam o smartphone para fazer as suas encomendas, valores acima da média do resto da Europa. A Moda continua a ser a categoria de compras preferida e apenas 6% diz já ter feito uma devolução.

Em Portugal, os compradores online regulares geram 81% do volume das compras feitas através da internet no país, [revela um estudo do DPDgroup](#), realizado pela GFK. Poupar tempo (86%), gastar menos dinheiro (72%) e reduzir o stress de ir às lojas (67%) são as três principais razões apresentadas pelos e-shoppers portugueses para comprarem online.

Baseado em 25 mil entrevistas em 21 países europeus, Rússia e Brasil, com amostras de 800-1000 por país, o estudo e-shopper 2019, permite concluir que, em Portugal os cibercompradores regulares têm menos experiência que os seus pares europeus, sendo que 47% começou a comprar online há mais de cinco anos (62% na Europa).

Portugal está acima da média europeia nas compras online com recurso ao smartphone, uma utilização comum entre 72% dos inquiridos no país, face aos 64% no resto da Europa. Mais de 83% consideram que as marcas e empresas têm de ser ambientalmente responsáveis, mas apenas 53% se asseguram que compram, produtos amigos do ambiente sempre que possível e 49% estão dispostos a pagar mais por produtos ou serviços que respeitem o ambiente.

A Moda é a categoria que regista maior procura e 11% dos e-shoppers portugueses subscrevem programas de fidelização de retalhistas online. Apenas 6% já devolveram uma encomenda, número abaixo da média europeia (9%). Três quartos (75%) partilharam nas redes sociais o feedback, positivo ou negativo, das suas compras.

Os dados do estudo revelam ainda um alto índice de compras online realizadas no estrangeiro, com 82% dos e-shoppers em Portugal a referirem comprar noutros países da Europa e 70% a mencionarem já ter feito compras em sites chineses.

A importância das entregas

Relativamente às entregas, 76% dos e-shoppers recebem em casa, 30% no trabalho e 17% em Parcel Shops. Mais de 80% dos inquiridos em Portugal consideram que a entrega da sua última compra online foi fácil, o que os motiva a continuar a comprar em lojas digitais. As informações em tempo real sobre o percurso da encomenda e o momento exato da sua entrega são das maiores preferências.

A entrega no dia seguinte já não é tão importante, mas gostam de conhecer a janela horária das entregas. Informação em tempo real sobre a entrega; várias opções de entrega; selecionar dia e janela de uma hora de entrega antecipadamente; possibilidade de alterar a entrega; notificações avançadas (numa janela de 1h); e saber a janela exata de uma hora de entrega formam o top de interesse para as preferências de entrega dos portugueses.

“Em Portugal, o e-commerce é percebido como uma forma de poupar dinheiro e tempo. A conveniência é essencial e por isso os e-shoppers portugueses procuram locais alternativos para receber encomendas e querem poder saber o estado da sua encomenda em tempo real, ter flexibilidade de alterar a entrega e conhecer o horário em que vão receber a encomenda”, refere Olivier Establet, CEO da DPD Portugal.

A empresa revela também que, ao longo de 2019, foram entregues 83.000 encomendas por dia, num total de 20,7 milhões no ano. Ao todo, a DPD Portugal tem 1.400 colaboradores e 600 circuitos de distribuição. As receitas foram de 72,3 milhões de euros, o que corresponde a um crescimento de 2,5%.

Perfis diferentes à procura de vantagens diferentes

O estudo do DPD Group divide os e-shoppers em três perfis. Os e-shoppers "aficionados" representam 12% e são sobretudo as mulheres, que correspondem a 55% em Portugal, face aos 65% da média europeia, com idades em redor dos 41 anos. Este perfil adquiriu no último mês 6,7 encomendas em Portugal, sobretudo pela conveniência, destacando-se a Moda (76%), o Calçado (70%) e Beleza/saúde (58%).

“Para os e-shoppers aficionados, as compras online são um modo de vida. São eles a base do comércio eletrónico e estão sempre conectados. Desejam uma experiência de compra simples e escolhem websites em que confiam. Aliás, a confiança é a palavra de ordem, especialmente no que se refere à recomendação nas redes sociais, o principal motor de compra”, sublinha Américo Mendes, Managing Director for Business.

Olhando para o futuro, considera-se que é possível que este grupo cresça automaticamente à medida que os e-shoppers adquirem experiência e confiança nas compras através da internet. O cenário mais provável é que alguns e-shoppers regulares adotem a experiência de comprar online como um modo de vida, tornando-se parte integrante da sua rotina diária.

O estilo de vida conectado e o poder de influência deste grupo significam que provavelmente permanecerá um passo à frente de outros e-shoppers e continuará a definir o ritmo das tendências digitais, inspirando serviços de entrega flexíveis que podem responder à sua grande frequência e volume de compras.

O segundo perfil, os "epicuristas", representa 13%, com e-shoppers que receberam 3,1 encomendas no último mês. O número de mulheres aumenta para 65% com média de idades de 40 anos e não se preocupam em pagar mais, se tornar a sua vida mais fácil.

“Para os compradores epicuristas, conveniência é o resultado final. Motivados pelo prazer de compra, este grupo procura produtos que tornem a vida mais fácil e lhe permita desfrutar. Consideram importante conhecer quem faz a entrega pois preferem umas operadoras em relação a outras e querem ser tranquilizados”, aponta Carla Pereira, Marketing & Communication Director.

O crescimento do número de compradores epicuristas depende da experiência, quer seja sua, das pessoas próximas ou do que leem nas redes sociais, defende-se. Independentemente de sua necessidade de afirmação, o e-shopping é claramente uma atividade que os membros deste grupo apreciam e pretendem fazer mais.

De facto, os epicuristas consideram as compras online tão eficazes para poupar tempo e dinheiro que compram mais variedade de produtos online do que os e-shoppers médios e sentem que podem comprar online quase todos os produtos e serviços de que precisam.

Com 73% a considerar que a sua mais recente experiência online foi positiva, o futuro deste grupo parece brilhante, desde que a sua experiência de compra permaneça agradável e tenham um serviço de entregas e devoluções que não os decepcione. O terceiro perfil, os eco-selectivos são aqueles que compram produtos que respeitem o ambiente, mas também são aqueles que procuram os melhores negócios. A China, Espanha e Reino Unido são os locais onde mais compram online.

“Os e-shoppers eco-selectivos são indicativos de uma onda de mudanças que está a ocorrer na sociedade, à medida que o ambiente se torna uma preocupação crescente para todas as gerações. Estes consumidores estão a tornar-se mais conscientes do impacto que as suas ações têm no ecossistema e prestam mais atenção às suas escolhas”, refere Dominique Mamcarz, CSR Director. “O surgimento deste perfil de comprador

anuncia a chegada generalizada de hábitos de compra ecologicamente conscientes, o que é mais uma evidência de que a indústria tem tudo a ganhar ao se tornar um lugar mais verde”.

Vida online para além das compras

O e-shopping é apenas uma faceta das diversas atividades online que os e-shoppers regulares de hoje desfrutam. Os ciberconsumidores com experiência em tecnologia e conectados, como um todo, são utilizadores frequentes de dispositivos móveis, de redes sociais como o Facebook, YouTube e Instagram e os aficionados do e-shopping, em particular, são exímios em utilizar várias redes sociais para seguir as suas marcas preferidas e gerir a sua visibilidade pessoal online.

As plataformas de redes sociais estão entre os principais meios pelos quais os e-shoppers regulares obtêm informações antes da compra, com a maioria a escolher sites com base em análises e recomendações.

12.03.2020

COVID-19: Roadshow do programa Comércio Digital com sessões canceladas



Tendo em conta os planos de contingência já adotados em vários municípios portugueses, para a prevenção e contenção do novo Coronavírus, algumas sessões do Roadshow estão a ser canceladas.

Penela, Aguiar da Beira, Figueira de Castelo Rodrigo, Viana do Castelo e Alfândega do Porto são as sessões suspensas até à agora. Assim que seja possível, haverá remarcações para novas datas.

Pode seguir a atualização do calendário de sessões programadas acedendo ao [website do Comércio Digital](#).

11.03.2020

Lojas de Viana do Castelo seguem para a internet com o apoio da ACEPI



As lojas tradicionais de Viana do Castelo vão alargar os seus negócios ao mundo digital, beneficiando da criação de um marketplace exclusivamente dedicado aos comerciantes da cidade.

A iniciativa está a cargo do projeto Comércio Digital de Viana do Castelo, que conta com o apoio da ACEPI – Associação Economia Digital e resulta de um esforço conjunto da Câmara Municipal de Viana e da AEVC - Associação Empresarial de Viana do Castelo, ambos parceiros oficiais do programa [Comércio Digital](#).

O consórcio que nos próximos meses vai desenvolver o marketplace do comércio vianense é constituído pelas empresas Blisq, Atlanse e NQDA, todas do concelho e especializadas nas áreas de programação, software, webdesign e marketing digital, de acordo [com a Câmara Municipal de Viana do Castelo](#).

Numa primeira fase, a iniciativa tem como objetivo garantir que todas as lojas do centro histórico de Viana do Castelo garantam presença na internet. A página web que vai suportar o funcionamento deste marketplace está em fase de desenvolvimento e estará disponível a partir de junho de 2021.

Espera-se que, inicialmente, a nova plataforma eletrónica agregue cerca de um milhar de estabelecimentos comerciais, localizados no coração de Viana, permitindo que ganhem escala, aproveitando o digital para captar mais clientes, obter mais vendas e chegar a novos mercados. Numa fase posterior, poderão vir a integrar o projeto outros comerciantes.

05.03.2020

Novo associado ACEPI: IdealSolda



A IdealSolda é uma empresa jovem, mas que traz do passado uma vasta experiência na área da Soldadura. Aproveitando o know-how acumulado, surge como distribuidora de equipamentos, consumíveis e equipamentos de proteção individual.

A [IdealSolda](#) representa marcas para o mercado profissional, mas também para pequenos negócios ou bricolage. Conta com oficinas próprias onde os produtos podem ser testados e demonstrados ao cliente, e ser ministrada alguma formação pela equipa de especialistas da empresa.

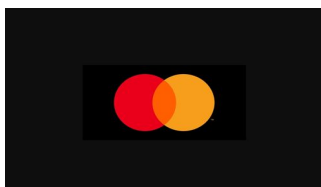
Desde que iniciou atividade que o online tem sido uma prioridade, como forma de se diferenciar da concorrência e ambicionar chegar a todo o território nacional. Neste momento as vendas online representam apenas cerca de 10 a 15% da faturação, mas a médio longo prazo as previsões são de um aumento significativo. “O nosso público alvo no presente é ainda um pouco envelhecido e avesso à compra online, mas com a entrada de novos soldadores jovens no mercado, a tendência de crescimento nas vendas online será certa”.

A adesão à ACEPI prende-se principalmente “com o facto de representar um veículo importante de fonte de informação atualizada sobre várias problemáticas do comércio online, como sejam, legislação, questões fiscais, logística, meios eletrónicos de pagamento, etc”.

Por outro lado, a Idealsolda pretende lançar uma nova plataforma totalmente online direcionada para o mercado europeu "e a adesão à ACEPI é uma garantia que nos mantemos atualizados através de seminários e congressos, favorecendo a partilha de conhecimento tão necessária, num sector que diariamente apresenta novidades tanto ao nível operacional como de legislação".

27.02.2020

Mastercard prepara lançamento de centro de cibersegurança na Europa



A Mastercard está em processo de criação do seu primeiro Centro Europeu de Ciber-resiliência, um centro de cibersegurança "state-of-the-art", destinado a promover a colaboração entre os sectores público e privado, assim como com organismos de regulação.

Localizado na Bélgica, em Waterloo, o novo centro da [Mastercard](#) irá reunir parceiros e organismos do sector dos pagamentos, tendo como missão promover as melhores práticas de prevenção e mitigação do cibercrime internacional e outras ameaças de segurança mais abrangentes.

A empresa explica que a estrutura funcionará como um hub único de cibersegurança para a região ao reunir um conjunto diverso de talentos da comunidade global da Mastercard e diferentes centros de ciberinteligência nacionais, grupos industriais, agências de segurança e bancos centrais em toda a Europa - ECRB, ECCFI, Europol, FS-ISAC, INTERPOL, NBB, e as NCA e NCSC, no Reino Unido, agregando peritos em segurança física e cibersegurança.

O principal objetivo é ajudar a promover as melhores práticas de prevenção e mitigação do cibercrime internacional e outras ameaças de segurança mais abrangentes.

"Os serviços financeiros estão na lista de alvos de ataques devido à vasta quantidade de dados e credenciais de clientes que estão sob a nossa responsabilidade", explica Javier Perez, presidente da Mastercard Europa. "Este novo centro europeu de Ciber-resiliência vem promover a colaboração entre organizações chave, contribuindo para garantir segurança a negócios e clientes privados quando partilham informação online".

O centro provisório irá ser lançado já esta primavera, estando a estrutura oficial prevista para entrar em funcionamento em 2021.

21.02.2020

Administração Pública continua a receber faturas em papel



O ano de 2020 será decisivo para a implementação da fatura eletrônica em Portugal mas apenas 151 entidades públicas portuguesas ativaram um sistema de receção e processamento de faturas eletrónicas.

A transposição da Diretiva 55/2014/UE relativa à utilização da fatura eletrónica na Europa deverá acontecer este ano. A partir do próximo dia 18 de abril, tanto os organismos da Administração Pública, como as empresas com mais de 250 empregados serão obrigadas a adotar faturas em suporte eletrónico, com as primeiras a receber e as segundas a emitir estes documentos.

A SERES, empresa especialista em serviços de intercâmbio electrónico de documentos, indica que, tal como ocorreu em alguns outros países, nos últimos anos a adoção da fatura eletrónica em Portugal passou por várias fases, bem como por várias prorrogações normativas. Finalmente, a 28 de dezembro de 2018, o Governo publicou o Decreto-Lei nº 123/2018, onde se estabeleceu a obrigatoriedade da utilização da fatura eletrónica no âmbito B2G a nível nacional.

De acordo com a Diretiva Europeia, desde 18 de abril de 2019 que o Governo central e os Institutos Públicos estão obrigados a receber faturas eletrónicas. Contudo, e até agora, em Portugal apenas 151 entidades públicas ativaram um sistema de receção de faturas eletrónicas, em conformidade com os requisitos estabelecidos na norma EN 16931 e com o formato determinado pela Comissão Europeia como obrigatório para a faturação eletrónica na Europa, refere esta entidade.

Este número mostra que ainda há muitas organizações que não se adaptaram à normativa nem se integraram no novo sistema de faturação. Consequentemente, a Administração Central em Portugal continua a receber a maioria das faturas em papel.

Portugal foi um dos muitos países da União Europeia que solicitou a prorrogação da obrigatoriedade de utilização das faturas eletrónicas no âmbito dos contratos públicos até 2020. Desta forma, espera-se que todas as organizações da Administração Pública (incluindo as das Regiões Autónomas), as administrações locais e o Banco de Portugal passem a receber obrigatoriamente faturas eletrónicas a partir de 18 de abril de 2020.

A SERES afirma que estas organizações estão com dificuldade em adaptar-se à nova forma de faturação nos contratos públicos e que, por isso, o Governo estabeleceu um calendário tardio para a implementação obrigatória da utilização da fatura eletrónica por parte dos fornecedores da Administração Pública. O dia 18 de abril de 2020 foi fixado como data limite para que as grandes empresas (com mais de 250 empregados) passem a emitir faturas eletrónicas para estas entidades e para que, desta forma, Portugal comece a cumprir a normativa europeia relativa à faturação eletrónica.

Outra data relevante, no calendário da adoção e utilização obrigatória da fatura eletrónica, é o dia 1 de janeiro de 2021, momento em que os restantes fornecedores da Administração Pública portuguesa passarão também a estar obrigados a emitir faturas eletrónicas no âmbito do B2G.

eventos

20.05.2020 a 20.05.2020

Sessão de informação Comércio Digital-Póvoa de Varzim

O Comércio Digital desloca-se à Póvoa de Varzim para uma sessão de informação. O Comércio Digital irá percorrer Portugal, de Norte a Sul, com sessões de informação, workshops e conferências que o ajudarão a colocar o seu negócio na Internet.

▶ 11.05.2020 a 11.05.2020

[Sessão de informação Comércio Digital-Torres Vedras +](#)

▶ 23.04.2020 a 23.04.2020

[Sessão de informação Comércio Digital-Ponte de Sor +](#)

// [Parceiro Institucional](#)

// [Patrocinadores Master](#)

// [Patrocinadores](#)



// [Membro de](#)

[ifthenpay](#) > [Patrocinador Referências Multibanco ACEPI](#)

// [Parceiros e Apoios](#)



siga-nos:



comissões

PUB eAdvertising

eBusiness

€ eFinance

eMobile

eProcess

eRetail

<http://www.acepi.pt> © 2012 ACEPI todos os direitos reservados