



Infografia

RETRATO DO CONSUMO EM PORTUGAL EM PERÍODO DE BLACK FRIDAY

03 DE DEZEMBRO

No sentido de contribuir para a identificação de alterações nos hábitos de consumo dos portugueses, em períodos específicos como a Black Friday, a SIBS divulga um conjunto de indicadores e dados agregados em formato de infografia, de forma clara e factual, e com comparativos com o ano anterior.

Como se pode verificar na infografia em anexo, e com base nos dados do SIBS Analytics, as compras online estão a ganhar cada vez mais relevo no total de compras - uma tendência que já se vinha a verificar, sobretudo no contexto atual de pandemia -, sendo que no dia de Black Friday, 27 de novembro, o e-commerce registou um aumento de 10% no valor total, em euros, em comparação com 2019. Outro indicador que confirma este crescimento é o peso que as compras neste canal (em €) ganharam no total das compras, que subiu de 13% na Black Friday de 2019 para 16% em 2020. Os portugueses também compram cada vez mais com o telemóvel, tanto no online como em loja, sendo o MB WAY o método preferencial, com a sua utilização a aumentar 3x nas compras online e quase 6x nas compras físicas.

Numa perspetiva global, e comparativamente com o ano anterior, registou-se uma redução de -11% no valor total de compras, uma quebra que ficou a dever-se a uma diminuição no valor das transações em loja, com -14% face a 2019. Numa perspetiva semanal, de 23 a 30 de novembro, registou-se uma diminuição de -11% no valor total de compras, comparativamente à semana de Black Friday de 2019: -16% no valor total das compras em loja e +27% nas compras online, que registaram ao longo de toda a semana uma variação positiva.

Por outro lado, o aumento dos pagamentos com telemóvel é outro indicador de que os portugueses estão a mudar o seu comportamento de consumo. E a maior evidência dessa alteração está na crescente e significativa utilização do MB WAY como método de pagamento na Black Friday 2020 face a 2019: aumentou 5,7x nas compras físicas e 3x nas compras online.

No atual contexto de pandemia e de restrições na circulação, o dia de Black Friday representou um importante momento na dinamização do consumo, pico de compras em loja nesse dia ocorreu cerca das 18H00 quando se registaram 119 compras / segundo.

A Black Friday revelou-se também, e mais uma vez, um impulsionador de alterações de consumo, por setor. De facto, no dia 27 de novembro, os setores do TOP 3 no valor total (em €) foram 'Jogos, Brinquedos e Puericultura', que cresceu 3,3x face à média do mês, 'Perfumaria e Cosmética' e 'Moda e Acessórios', que cresceram 3x. Por outro lado, nas compras em loja, os



setores de ‘Supers, Hipermercados, Pequena distribuição alimentar’ e ‘Bebida e Tabaco’ perderam preponderância nesse dia face à média do mês, passando de 48% do total de compras em novembro à data, para 44% na Black Friday. Esta tendência verificou-se também no e-commerce, sendo que os setores com maior peso ‘Entretenimento, cultura e subscrições’, ‘Comércio Alimentar e Retalho’ e ‘Restauração, Food delivery e Takeaway’ representaram nessa sexta-feira apenas 34% do total de compras, quando a média do mês estava no 41%.

No total, foram realizadas no dia de Black Friday deste ano 4.8 milhões de compras em loja, com um valor médio de 43 euros, e 815 mil compras em e-commerce, com um valor médio de 50 euros.

Podem ser analisados outros indicadores considerados pertinentes no anexo. Para mais informações, pode consultar a equipa de Marca e Comunicação pelo endereço comunicacao@sibs.com e consultar regularmente o site www.sibsanalytics.com.