



Partner  
in Payments

# 100 DIAS DE PANDEMIA

Retrato das alterações nos hábitos de consumo dos Portugueses

29/06/2020

# ENQUADRAMENTO E OBJETIVOS DO RELATÓRIO

---

A SIBS é a empresa responsável pela gestão da Rede MULTIBANCO nos seus múltiplos canais - Caixas Automáticos, Terminais de Pagamento Automático, meios online ou smartphones - assegurando o processamento e funcionamento completo das transações entre emissores e *acquirers*, em múltiplos equipamentos, com múltiplos protocolos e em múltiplos sistemas (i.e. AmericanExpress, MasterCard, MB, VISA, UnionPay, entre outros).

O SIBS Analytics, criado e gerido pela SIBS, é um Portal de Indicadores de Consumo que mostra, de forma agregada e organizada, os dados de consumo em Portugal, através das atividades nos múltiplos canais geridos pela empresa. Este serviço permite aos clientes finais e empresas o acesso a dados mais detalhados ou aprofundados (por exemplo, por setores de atividade e geografia), pretendendo assim disponibilizar uma melhor compreensão da atividade económica em Portugal, e, principalmente, auxiliar e suportar a tomada de decisões.

Este relatório disponibiliza diferentes perspetivas sobre a evolução do consumo em Portugal no período de 100 dias decorrido após a declaração do estado de emergência (18 de março). O comportamento dos indicadores de consumo é o reflexo das restrições de mobilidade e confinamento experienciadas no âmbito da crise sanitária provocada pela COVID-19 nas semanas iniciais assim como da reabertura gradual da economia que se verificou nas últimas semanas.

No âmbito da parceria formalizada entre a SIBS e o ISEG - Instituto Superior de Economia e Gestão, que visa estudar, entre outros, o impacto socioeconómico da pandemia COVID-19 em Portugal, foram incluídos ao longo do relatório INSIGHTS ISEG, que acrescentam uma perspetiva mais aprofundada sobre as dimensões analisadas.

# AGENDA

## 1. 100 DIAS DE PANDEMIA: AS DIFERENTES FASES E O SEU IMPACTO NO CONSUMO GLOBAL

## 2. O CONSUMIDOR EM PORTUGAL: RETRATO DAS PRINCIPAIS ALTERAÇÕES

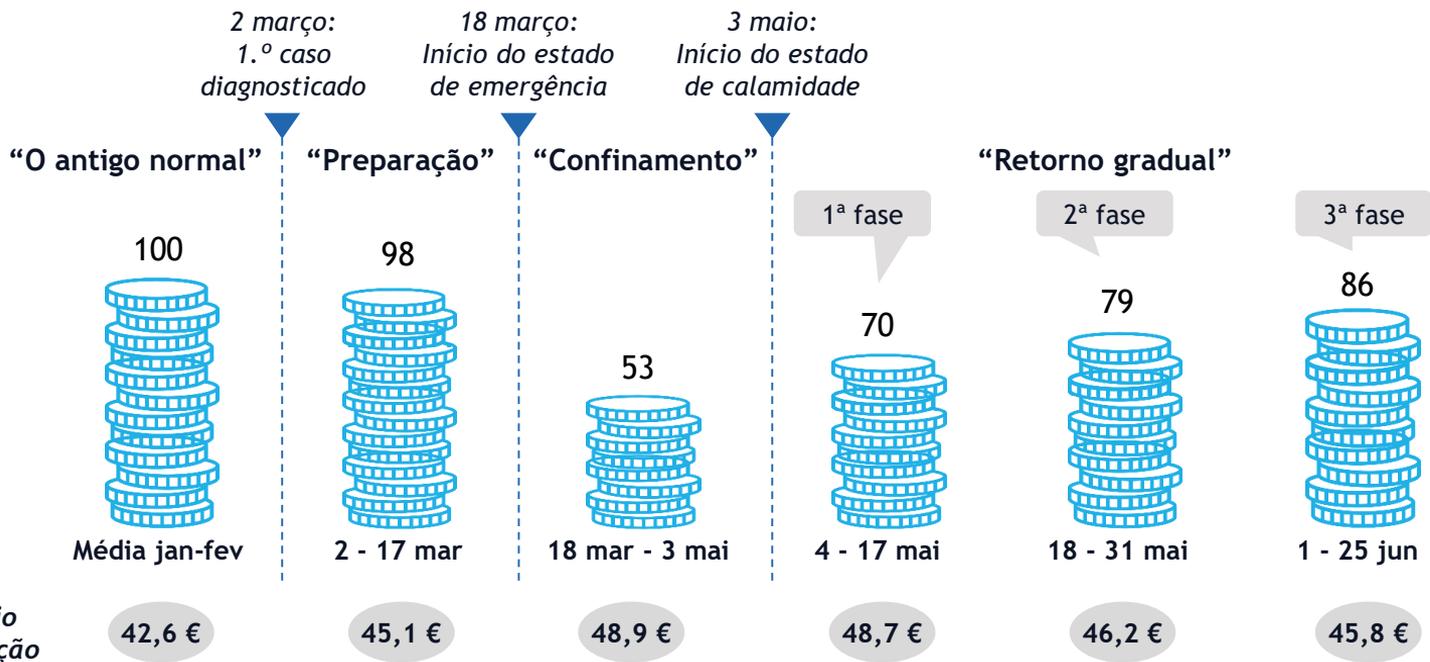
- NA FORMA DE COMPRAR: REDUÇÃO DO CONTACTO FÍSICO
- NOS SETORES: FOCO NO CONSUMO “ESSENCIAL”
- NAS DIFERENTES REGIÕES: ASSIMETRIA DOS EFEITOS

# 1. 100 DIAS DE PANDEMIA: As diferentes fases e o seu impacto no consumo global



# 3 FASES DISTINTAS DE CONSUMO: RESILIÊNCIA, REDUÇÃO E RECUPERAÇÃO GRADUAL

Volvidos 100 dias desde a declaração de estado de emergência e do início reconhecido da crise sanitária em Portugal, observamos 3 grandes fases no comportamento de consumo dos Portugueses: “Preparação” (antes do início das restrições à mobilidade), “Confinamento” (redução abrupta e significativa do consumo) e “Retorno gradual” (progressiva recuperação dos níveis de transações).  
Número de operações em canais SIBS (compras físicas + compras online + levantamentos) em índice = 100 para volumes jan-fev 2020

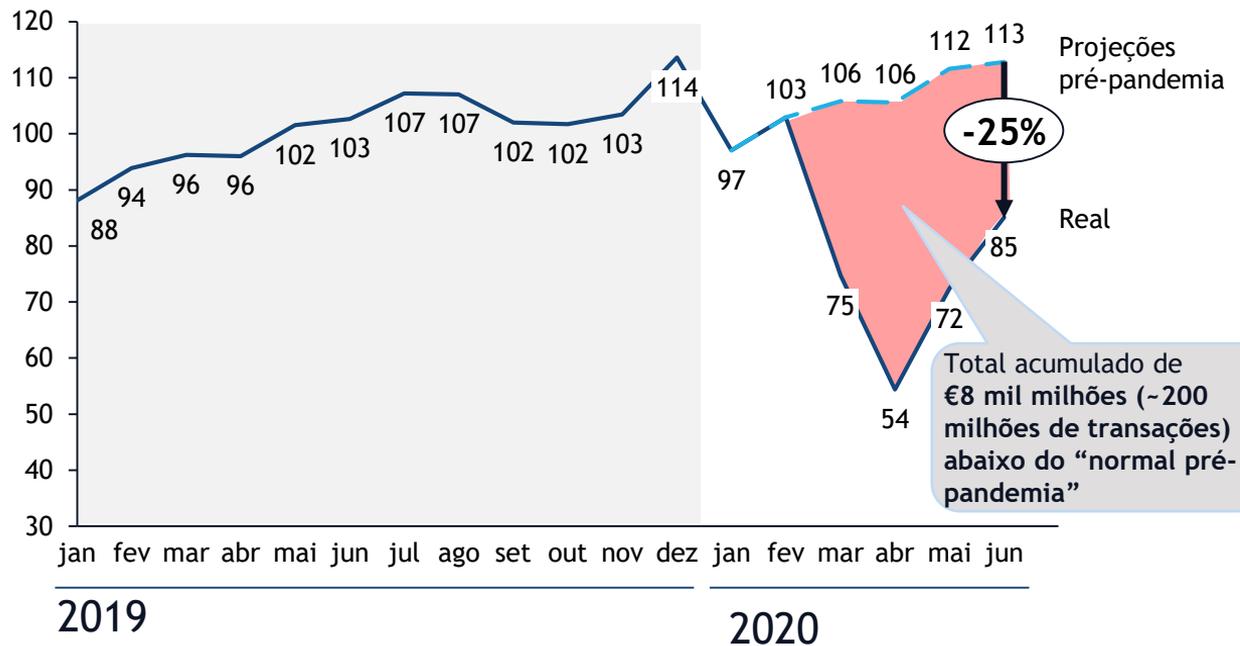


Valor médio por transação

# €8 MIL MILHÕES DE QUEBRA ACUMULADA DE TRANSAÇÕES

Apesar da recuperação global, o consumo está ainda 25% abaixo para o expectável nesta altura do ano, e o acumulado de transações perdidas no período de pandemia (março a junho) soma cerca de €8 mil milhões, equivalente a 200 milhões de transações

Número de operações em canais SIBS (compras físicas + compras online + levantamentos) em índice = 100 para volumes jan-fev 2020



- No total do período de pandemia (março a junho) estima-se que se realizaram **menos 200 milhões de transações, equivalentes a €8 mil milhões**, face à estimativa pré-pandemia.
- Apesar de em junho se observar transacionalidade próxima dos valores pré-pandemia, uma vez que a sazonalidade do consumo e movimentos migratórios se refletem tipicamente em volumes superiores no 2.º trimestre face aos de início de ano, estima-se que o **consumo global está ainda 25% abaixo do esperado em junho de 2020**

## 2.1. O CONSUMIDOR EM PORTUGAL

Na forma de comprar: redução do contacto físico



# 60% DOS CONSUMIDORES COM REDUÇÃO SIGNIFICATIVA DO SEU CONSUMO

Comparando comportamentos pré e atual crise sanitária, observa-se que 60% dos consumidores reduziram significativamente as transações feitas com o seu cartão face ao observado anteriormente, e apenas 10% se incluem num grupo que não demonstra sinais de ter “confinado”

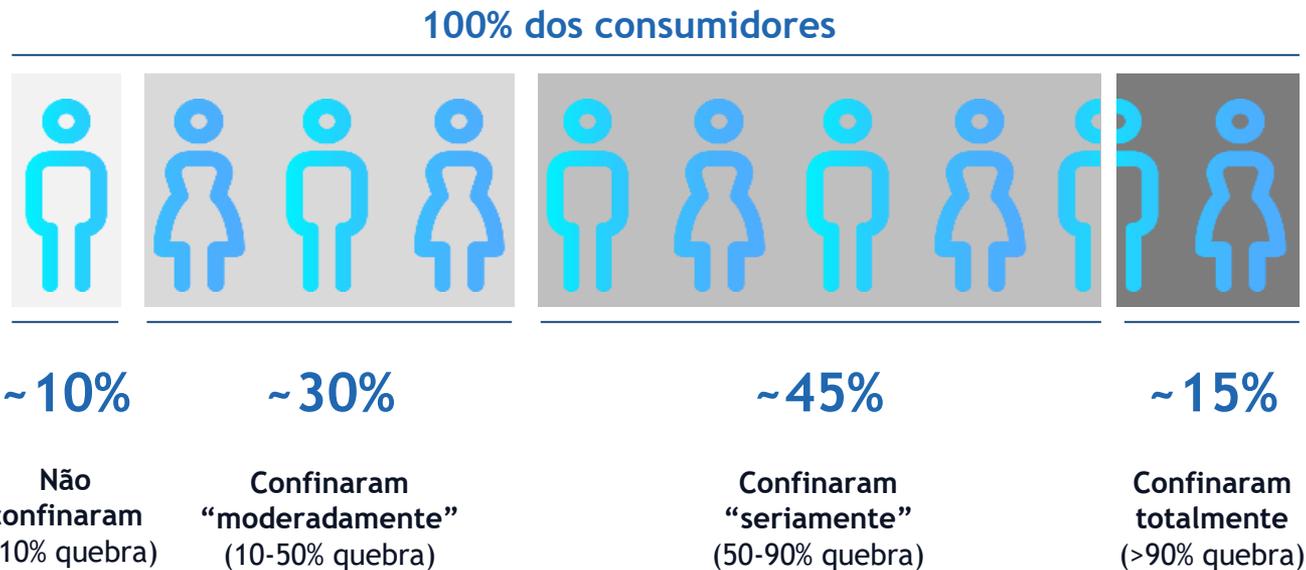
Percentagem dos cartões com utilização na rede SIBS (compras físicas + levantamentos) no período jan-fev 2020



Âmbito da análise

Cartões com transações regulares (2 ou mais transações por semana no período de jan-fev 2020)

Classificação dos cartões de acordo com evolução do n.º de transações entre fase de confinamento (18/3 - 3/5) e período anterior (1/1 - 17/3)

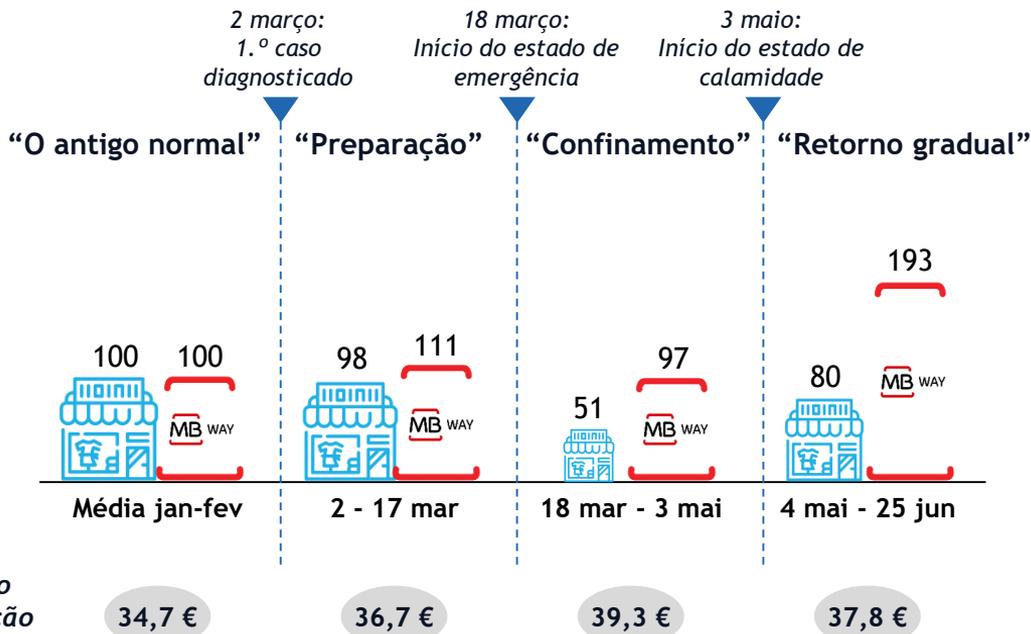


# COMÉRCIO FÍSICO: CONSUMIDOR COM PREFERÊNCIA POR SOLUÇÕES SEM CONTACTO

O número de transações MB WAY em loja mostra resiliência ao longo do período de confinamento, face a uma quebra de 50% no volume total de compras físicas, refletindo a procura por métodos de pagamento seguros que minimizem contacto (por telemóvel)  
Número de compras físicas em canais SIBS em índice = 100 para volumes jan-fev 2020

 Compras físicas (incl. MB WAY)

 MB WAY



Valor médio por transação global

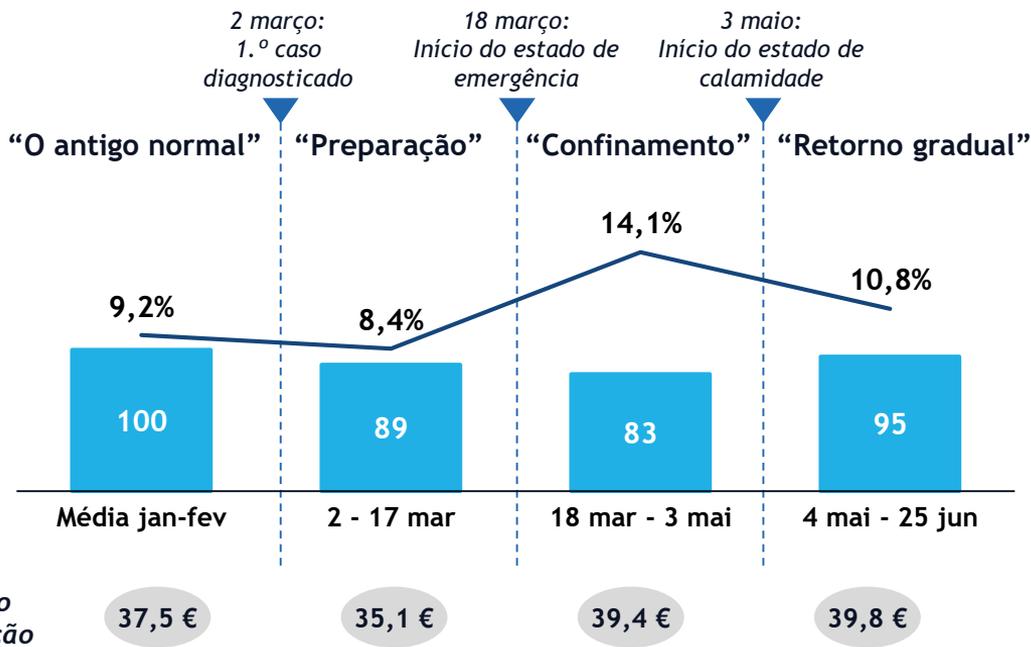
- O MB WAY demonstra um crescimento assinalável no período de desconfinamento - um incremento de 93% face ao início de ano.
- No contexto de pandemia, os consumidores procuram métodos de pagamento convenientes e que minimizam o contacto, com o MB WAY a corresponder à necessidade através de uma solução de pagamento através do telemóvel.

# COMÉRCIO DIGITAL: AUMENTO DA RELEVÂNCIA APESAR DA QUEBRA LIGEIRA DE VOLUMES

O aumento do peso do canal digital poderá evidenciar tanto a necessidade - fruto do confinamento - como a preferência - por segurança - da utilização do canal digital, embora não seja suficiente para compensar a queda do consumo global

Número de compras online (cartão e MB WAY) nos canais SIBS em índice = 100 para volumes jan-fev 2020

— Peso do e-commerce no total das compras



- O peso do e-commerce no total de compras subiu de 9% no período antes do primeiro caso para 14% no período de confinamento, apesar de volumes totais em quebra (-5% na fase de “retorno gradual”).
- Esta alteração nos hábitos do consumidor evidencia dois comportamentos: (a) necessidade devido ao confinamento e (b) alternativa por canais mais seguros.

Valor médio por transação

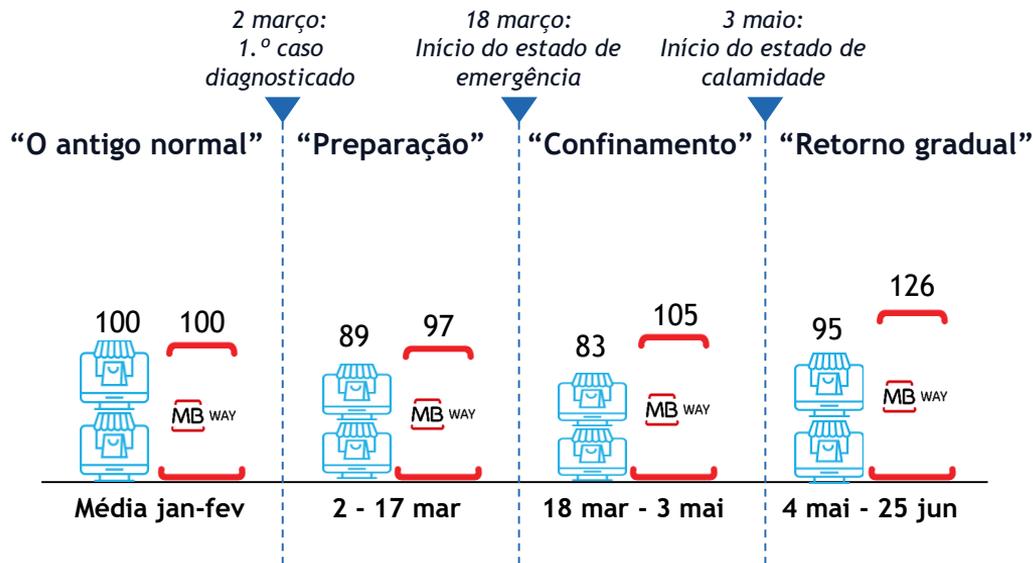
# COMÉRCIO DIGITAL: MB WAY EM CRESCIMENTO COMO MÉTODO DE PAGAMENTO

O pagamento por MB WAY em compras online, ao contrário do verificado para o global das compras online, registou um incremento significativo face ao início de ano, afirmando-se como um canal de pagamento online seguro e conveniente

Número de compras online (cartão e MB WAY) em índice = 100 para volumes jan-fev 2020



Compras online (incl. MB WAY)



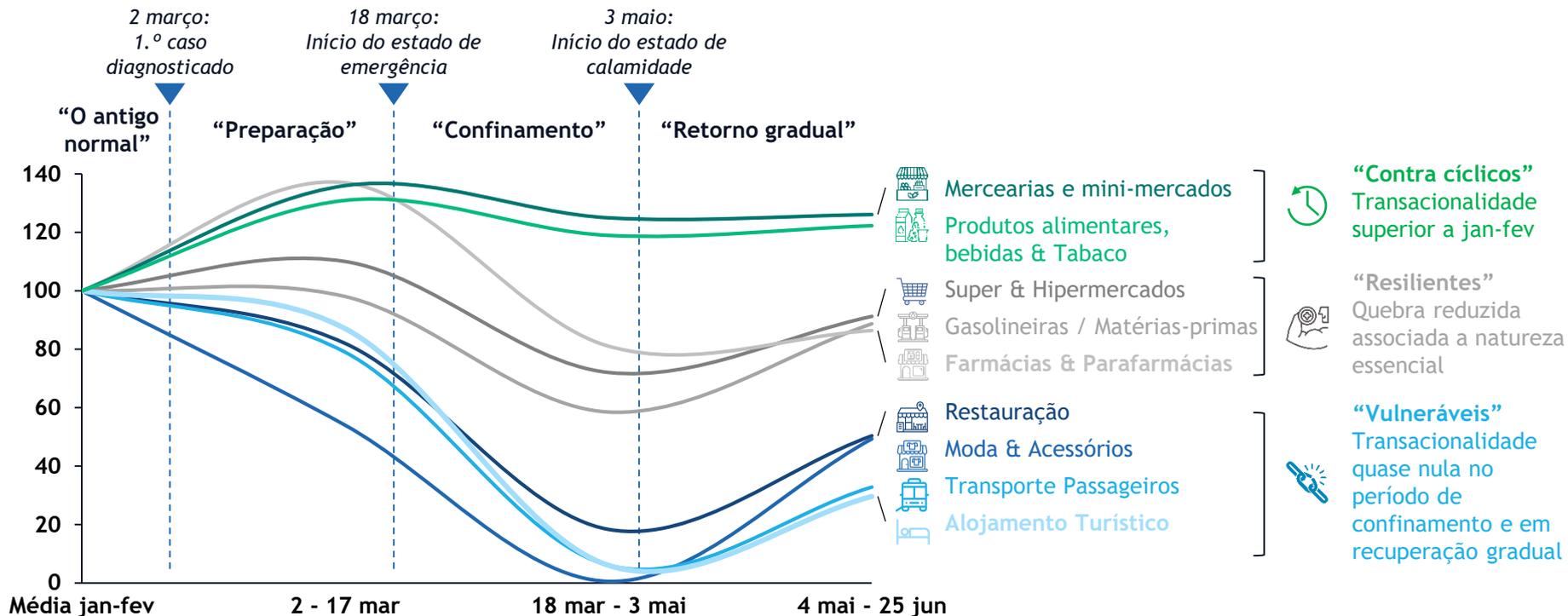
- Compras online MB WAY com comportamento resiliente durante o confinamento: 5% acima do início de ano, face a uma quebra superior a 15% do comércio online total.
- Progressiva adoção desta forma de pagamento online conduziu a crescimentos superiores a 20% face ao início de ano, num contexto de quebra geral de transacionalidade.
- Este canal apresenta-se como um método de pagamento mais seguro online (sem necessidade de inserir dados do cartão).



# COMÉRCIO FÍSICO: SETORES DE PROXIMIDADE PREFERIDOS DURANTE A CRISE

O comércio de proximidade física - mercearias e mini-mercados e produtos alimentares, bebidas e tabaco - apresentam-se como setores contra cíclicos, verificando um número de transações no período de confinamento superior ao do início de ano

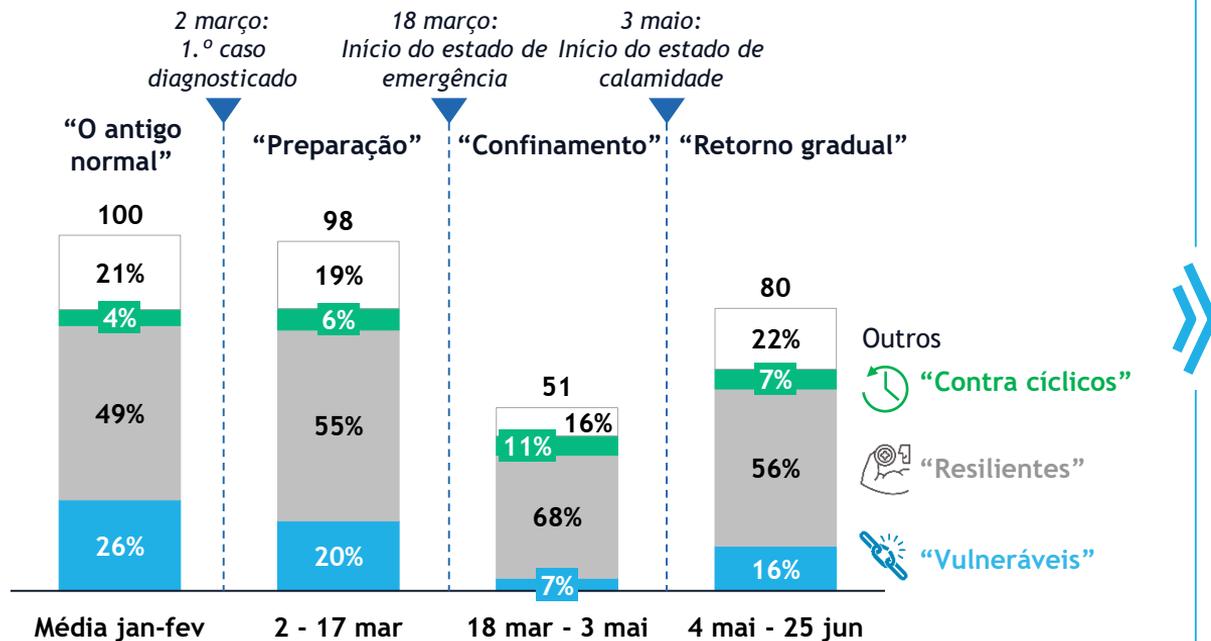
Número de compras físicas em canais SIBS em índice = 100 para volumes jan-fev 2020



# COMÉRCIO FÍSICO: MAIOR CONCENTRAÇÃO NOS BENS ESSENCIAIS

Os padrões de consumo foram evoluindo ao longo das diferentes fases de pandemia, e no período de confinamento mais de 2 em cada 3 compras eram em setores de bens essenciais, aqui agrupados como “resilientes”

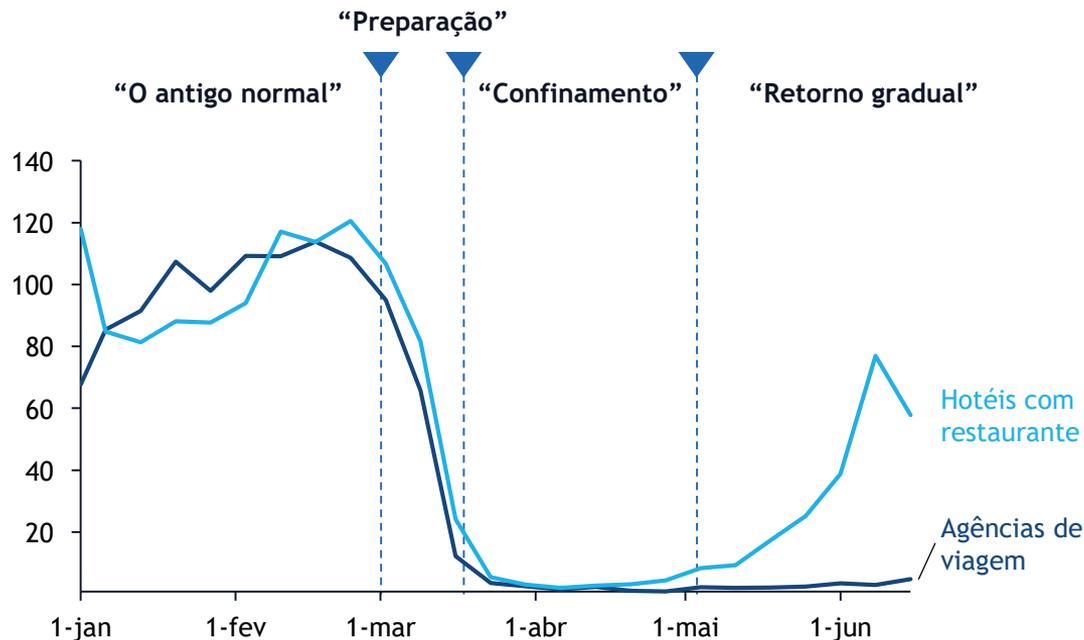
Número de compras físicas em canais SIBS em índice = 100 para volumes jan-fev 2020



- Os setores “resilientes”, associados a bens essenciais assumiram um papel de relevo durante a pandemia, embora não o suficiente para compensar a perda da transacionalidade global.
- Os setores adjetivados como “contra cíclicos” (mercearias e mini-mercados e produtos alimentares, bebidas e tabaco) reforçaram o seu peso, ainda que relativamente limitado face ao total do consumo.
- Outros inclui setores como agricultura, financeiros e imobiliários.

# COMÉRCIO FÍSICO: REGRESSO GRADUAL AO TURISMO INTERNO

**INSIGHT ISEG:** Verifica-se um regresso gradual ao turismo interno, com os hotéis com restaurante a 60% dos volumes de início de ano, embora as agências de viagem mantenham atividade praticamente nula, evidenciando pouca procura por turismo externo  
Variação semanal no número de operações físicas em canais SIBS (compras e pagamento de serviços) em índice = 100 para volumes jan-fev 2020

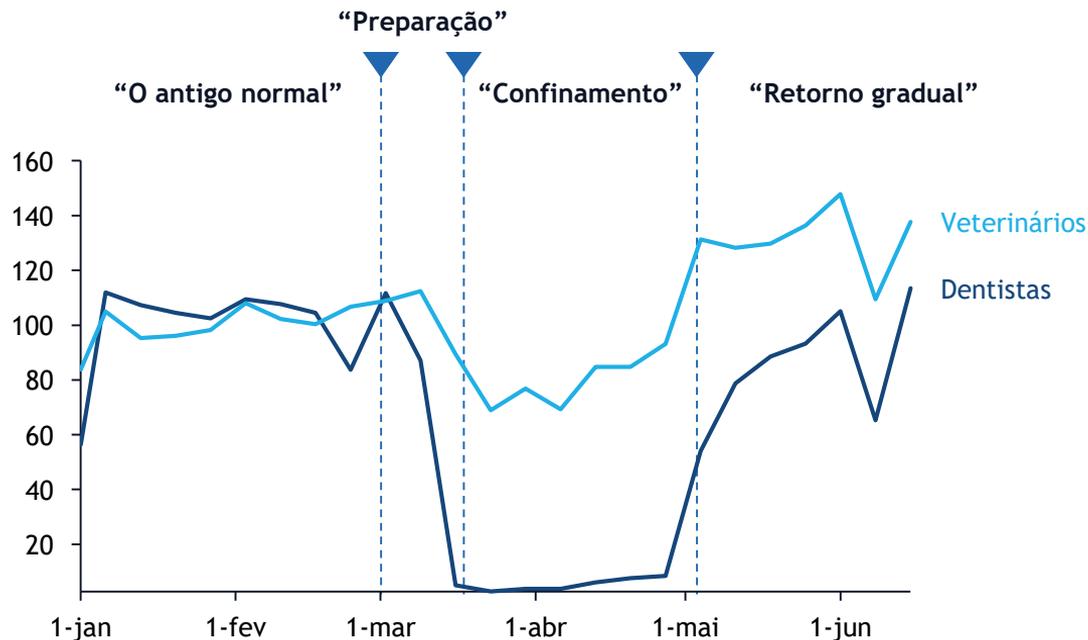


- Hotéis com restaurante, em parte representativos de turismo interno, mostram sinais de recuperação gradual no período de desconfinamento, com volumes de 40-60% do início de ano, após atividade nula no confinamento.
- Por outro lado, as agências de viagem mantêm atividade quase nula, o que poderá evidenciar que o consumidor português não procura ainda fazer viagens ao estrangeiro.

# COMÉRCIO FÍSICO: DENTISTAS COM QUEBRA MAS VETERINÁRIOS RESILIENTES

**INSIGHT ISEG:** Evidência de quebras pouco significativas na atividade veterinária, na ordem dos 30%, com medicina dentária a quebrar atividade quase por completo durante o período de confinamento

Variação semanal no número de operações físicas em canais SIBS (compras e pagamento de serviços) em índice = 100 para volumes jan-fev 2020

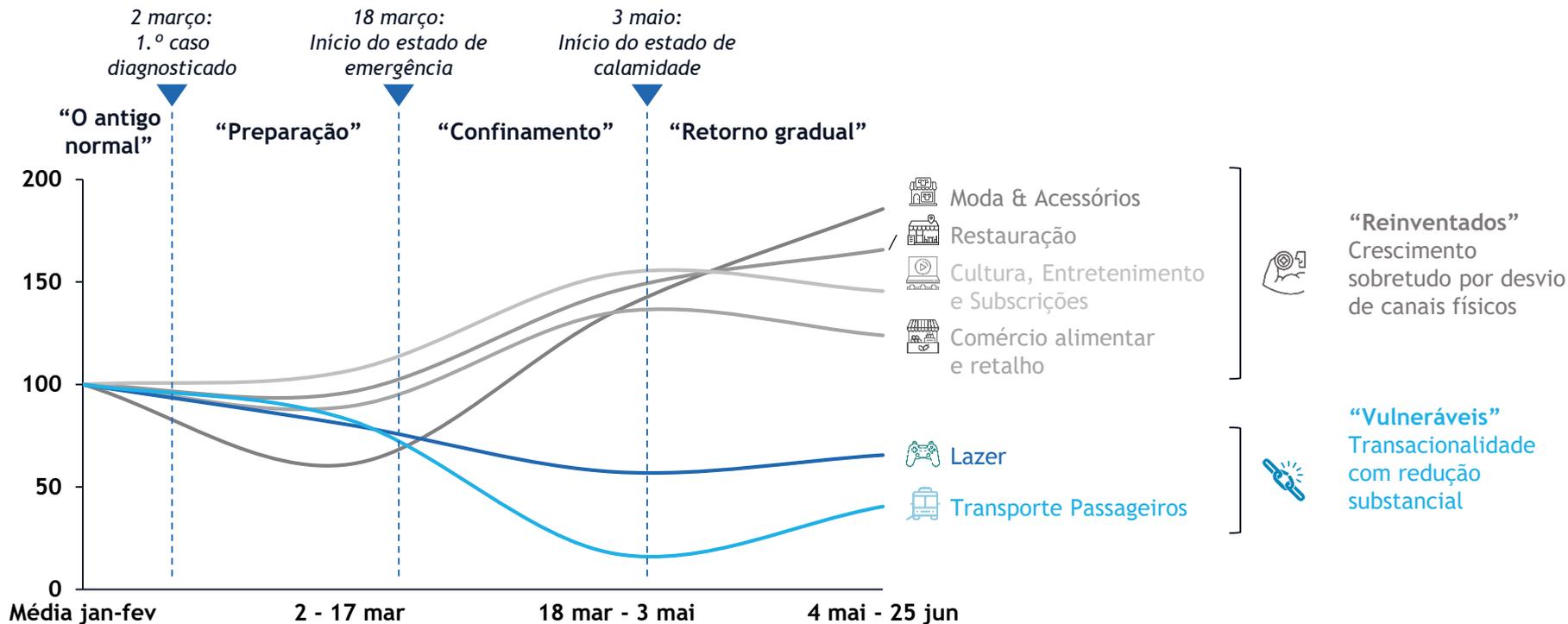


- A atividade veterinária manteve-se resiliente ao longo do período de pandemia, verificando quebras na ordem dos 30% no período de confinamento, e mostrando já valores superiores ao início de ano com o retorno gradual da economia.
- Por outro lado, os dentistas, embora já apresentem valores superiores ao início de ano, viram reduções na sua atividade de 90-100% durante o período de confinamento.

# COMÉRCIO DIGITAL: O REFÚGIO DOS SETORES DE MODA, RESTAURAÇÃO E CULTURA

Os setores da restauração e da moda apresentaram forte crescimento no e-commerce; por contraste, quebra expressiva nos transportes (p.ex., aviação e TVDE) e lazer, dois setores tradicionalmente muito relevantes no online

Número de compras online (cartão e MB WAY) em índice = 100 para volumes jan-fev 2020



## 2.3. O CONSUMIDOR EM PORTUGAL

Nas diferentes regiões: assimetria dos efeitos

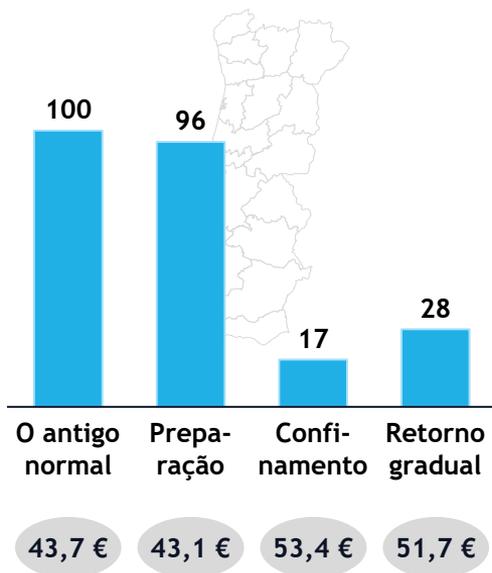


# COMPRAS INTERNACIONAIS COM QUEBRAS DE 65% A 80%

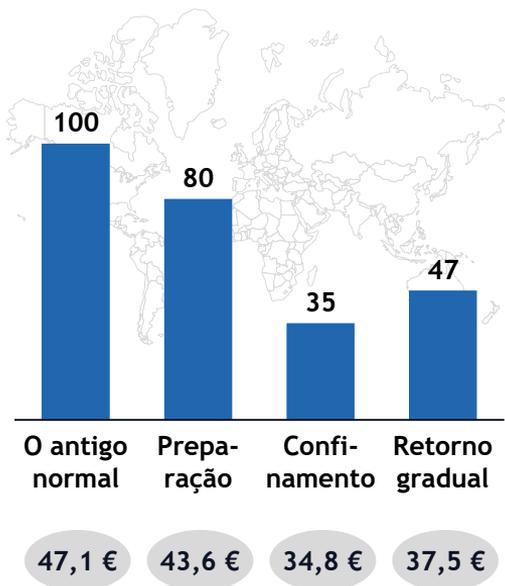
Número de compras internacionais no contexto da pandemia com quebras de 65% a 80% em relação ao período pré-COVID, com base nos movimentos de cartões Portugueses no estrangeiro e cartões estrangeiros em Portugal

Número de compras físicas de cartões estrangeiros em canais SIBS (estrangeiros em Portugal) e com cartões portugueses no estrangeiro (Portugueses no estrangeiro) em índice = 100 para volumes jan-fev 2020

### Estrangeiros em Portugal



### Portugueses no estrangeiro



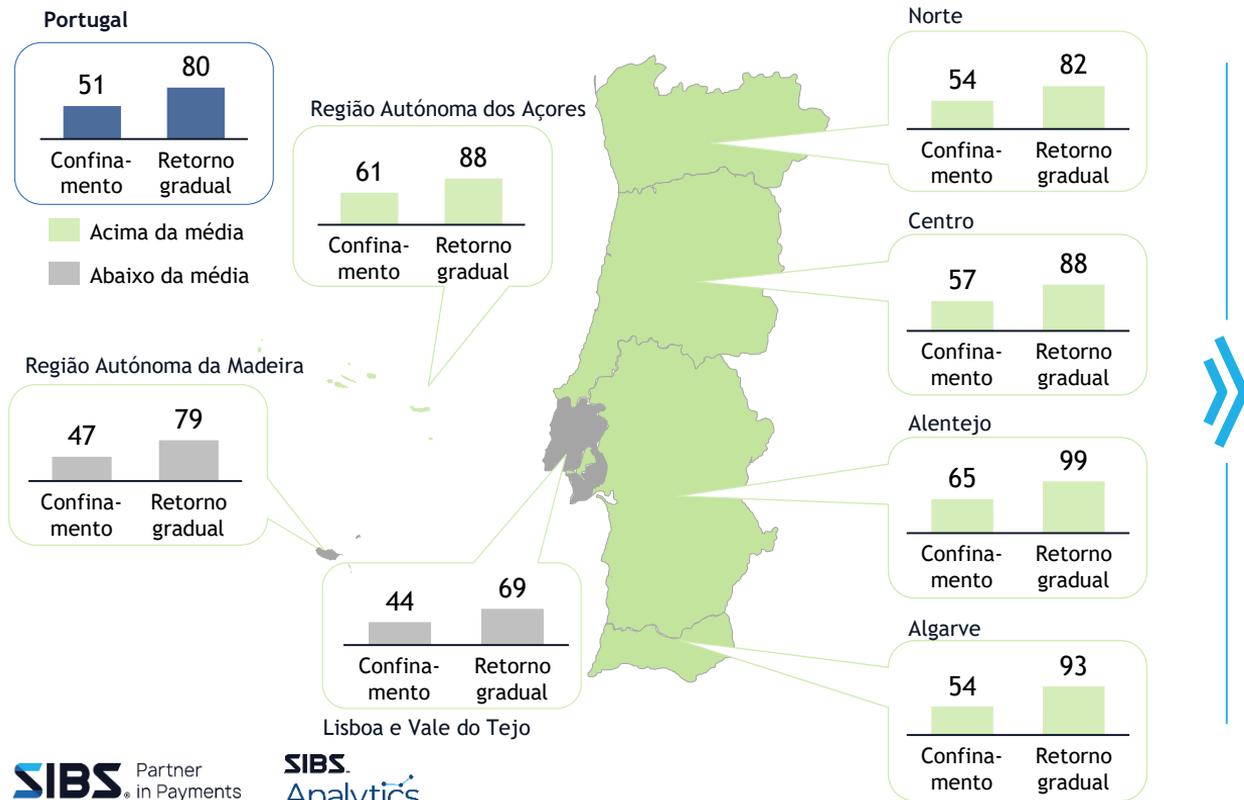
- Quebras de 65% a 80% nas compras internacionais no confinamento (tanto de Portugueses fora, como de estrangeiros em Portugal), mantendo-se a menos de 50% mesmo após a reabertura gradual da economia.
- Estas tendências indiciam: (i) uma quebra no turismo com o encerramento de fronteiras; e (ii) o regresso de emigrantes aos seus países.
- Ligeira diferença da evolução dos dois grupos pode indiciar um perfil mais ligado à emigração dos Portugueses no estrangeiro, permanecendo nos locais de destino.

Valor médio Por transação

# CORRESPONDÊNCIA ENTRE MAIOR GRAU DE CONFINAMENTO E REABERTURA MAIS LENTA

As regiões de Lisboa e Vale do Tejo e Madeira foram as que evidenciaram um maior grau de confinamento, sendo também as regiões que demonstram a recuperação mais lenta da economia, ainda nos 70% a 80% dos valores do início de ano

Número de compras físicas em canais SIBS em índice = 100 para volumes jan-fev 2020

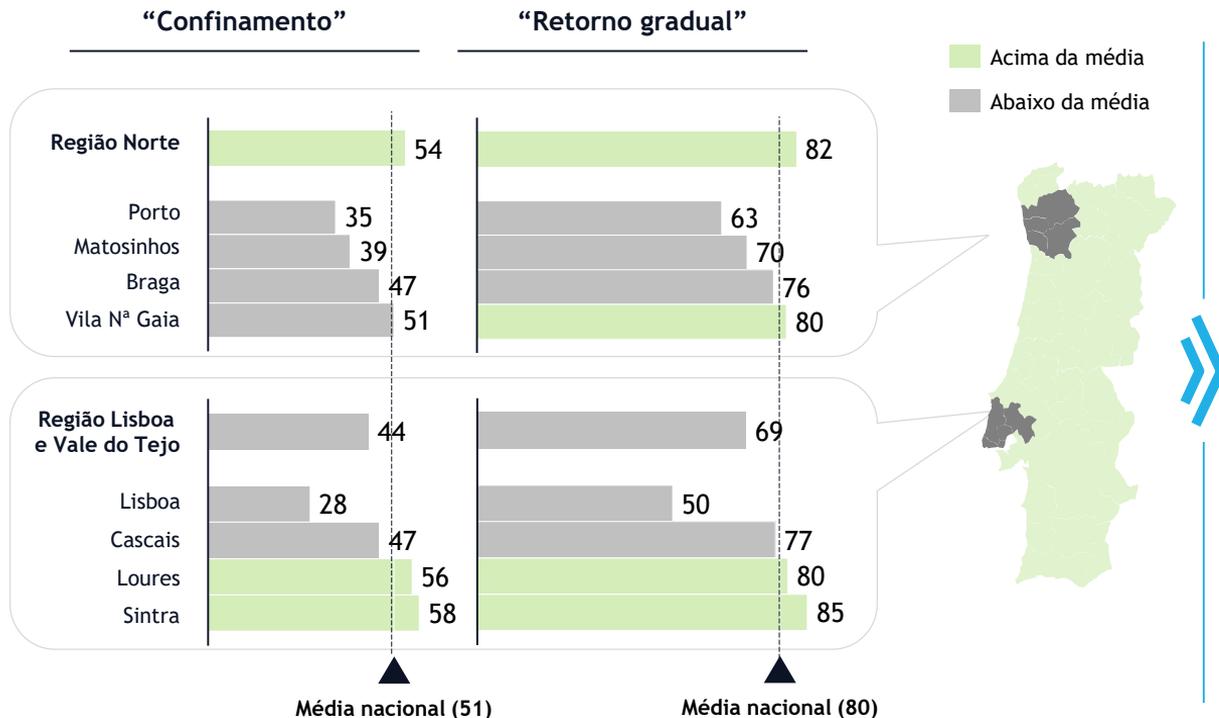


- As regiões de Lisboa e Vale do Tejo e Madeira com quebras na ordem dos 50% no período de confinamento.
- Simultaneamente, são as regiões mais distantes dos valores pré-crise (69% a 79%).
- As região do Alentejo, Algarve e Açores mostram um menor grau de confinamento, com o Alentejo a aproximar-se já dos valores pré-pandemia.

# GRANDES CENTROS URBANOS MAIS IMPACTADOS PELA CRISE SANITÁRIA

As cidades de Lisboa e Porto evidenciam uma redução de 65% a 70% no consumo global no período de confinamento quando comparado com os volumes registados no início de ano, com Lisboa atualmente ainda a 50% dos valores pré-pandemia

Número de compras físicas em canais SIBS em índice = 100 para volumes jan-fev 2020

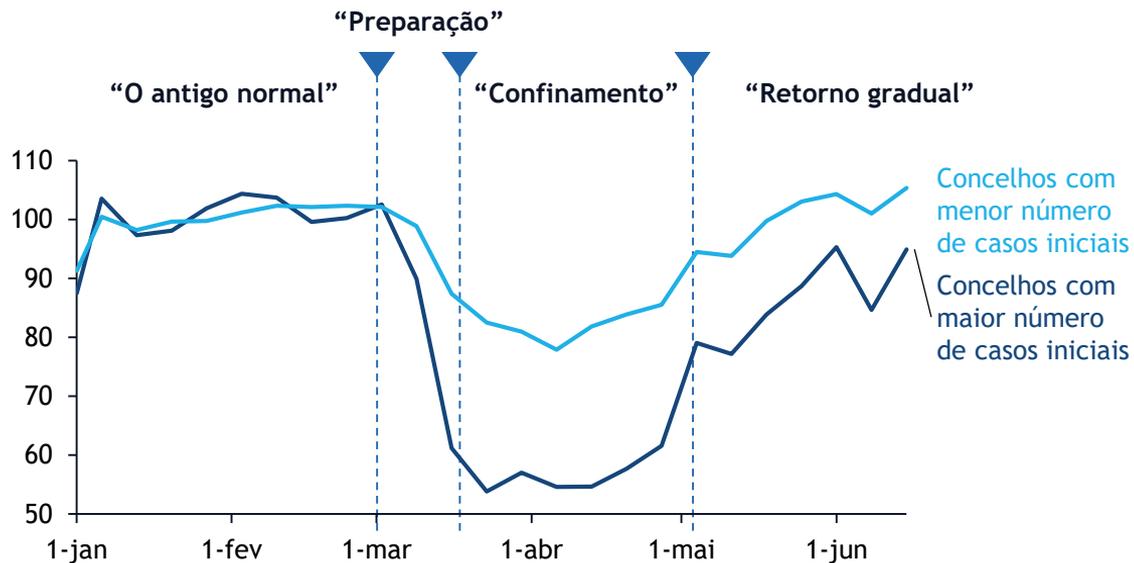


- Ligação das quebras de transacionalidade com a dimensão do centro urbano e pendularidade dos consumidores: quebras significativas nos concelhos de Lisboa e Porto (65% a 70% no período de confinamento).
- Cidades com elevadas populações residentes evidenciam quebras de volumes em linha com média nacional.
- O concelho de Lisboa mantém-se como um dos mais impactados, com quebras de 50% mesmo no período de “retorno gradual”.

# ELEVADO NÚMERO INICIAL DE CASOS IMPLICA MAIOR REDUÇÃO DO CONSUMO

**INSIGHT ISEG:** Concelhos cujo número de infetados numa fase inicial - a 24 de março - é mais elevado, apresentam reduções mais abruptas no número de transações, com os indivíduos a adotarem mais severamente comportamentos de isolamento

Variação semanal no número de operações físicas em canais SIBS (levantamentos, compras, pagamento de serviços e consultas) em índice = 100 para volumes jan-fev 2020



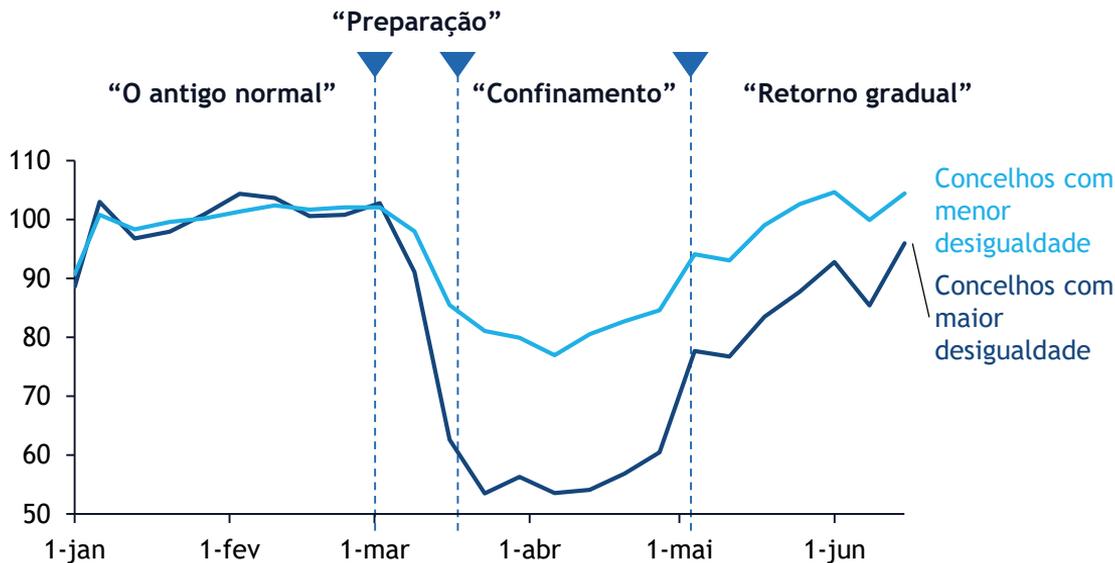
*Nota: O índice apresentado é calculado com base 100 = média de volumes de jan-fev 2020 para concelhos com maior número de infetados (mais de 8 casos - 10% dos concelhos) e menor número de infetados (restantes 90%), segundo informação da DGS a 24 de março de 2020 (primeira data com segmentação municipal).*

- Concelhos que verificam um maior número de casos inicial - mais de 8 no dia 24 de março - verificam maiores quebras no consumo.
- Os concelhos com maior número de casos iniciais, que representam 10% do total, verificam quebras na ordem dos 40-50% nas semanas de confinamento.
- Os concelhos com menor número de casos iniciais verificaram, para o mesmo período, quebras na ordem dos 15-25%.

# QUEBRA MAIS ACENTUADA NO CONSUMO EM CONCELHOS MAIS DESIGUAIS

**INSIGHT ISEG:** Concelhos com maior desigualdade verificam quebras mais acentuadas no consumo quando comparados com os restantes concelhos do país, evidenciando situações mais acentuadas de crise

Variação semanal no número de operações físicas em canais SIBS (levantamentos, compras, pagamento de serviços e consultas) em índice = 100 para volumes jan-fev 2020



*Nota:* O índice apresentado é calculado com base 100 = média de volumes de jan-fev 2020 para concelhos com maior e menor desigualdade, medido através do coeficiente de Gini do rendimento bruto declarado por sujeito passivo de 2017 (INE), em que os concelhos com maior desigualdade têm índice de Gini superior a 30% (10% dos concelhos) e os restantes concelhos (90%) com menor desigualdade.

- 10% dos concelhos em Portugal demonstram índice de Gini superior a 30% (com base no rendimento bruto per capita).
- Estes concelhos, considerados concelhos com maior desigualdade, verificam quebras entre 30% e 50% no período de confinamento.
- Em contraste, os restantes concelhos do país demonstram quebras na ordem dos 15%-25%, no mesmo período.

# FICHA TÉCNICA (1/2)

## Períodos

**Média jan-fev**

Média diária do período entre 1 de janeiro e 1 de março, tendo o primeiro caso de Covid-19 em Portugal sido diagnosticado a 2 de março.

**Preparação**

Média diária do período entre 2 de março (1.º caso de Covid-19 em Portugal) e 17 de março (dia anterior ao início do estado de emergência).

**Confinamento**

Média diária do período entre 18 de março (início do estado de emergência) e 3 de maio (entrada em vigor das primeiras medidas de reabertura gradual da economia).

**Retorno gradual**

Média diária do período entre 4 de maio e 25 de junho (período de reabertura gradual da economia, com 25 de junho, inclusive, a marcar os 100 dias do início do estado de emergência em Portugal).

## Conceitos

**Rede MULTIBANCO**

Corresponde aos Caixas Automáticos da marca MULTIBANCO e aos terminais de pagamento disponíveis em pontos físicos que se encontram registados na SIBS.

**Região / Concelho**

Concelho (e respetiva região) do estabelecimento registado na SIBS onde o terminal se encontra atribuído.

**Sectores de Atividade**

Classificação setorial baseada no CAE (Classificação de Atividade Económica) do comerciante registado na SIBS.

# FICHA TÉCNICA (2/2)

## Indicadores

**Compras físicas na rede MULTIBANCO**

Considera as compras físicas dos cartões portugueses e estrangeiros em TPA da Rede MULTIBANCO em Portugal.

**Levantamentos na Rede MULTIBANCO**

Considera os levantamentos nos Caixas Automáticos da Rede MULTIBANCO.

**Compras físicas de estrangeiros em Portugal**

Considera as compras físicas de cartões estrangeiros em Portugal.

**Compras físicas de Portugueses no estrangeiro**

Considera as compras físicas de cartões portugueses no estrangeiro.

**Compras online**

Considera compras com cartão e MB WAY de cartões portugueses em gateways nacionais e internacionais.



Partner  
in Payments

[www.sibs.com](http://www.sibs.com)