

Comunicado de imprensa
3 de novembro 2020

45% dos portugueses alteraram os seus hábitos de consumo durante a pandemia

- 31% afirmam que estes hábitos vieram para ficar
- 57% dos inquiridos revelam ter feito mais compras online
- Apesar da tendência de crescimento do comércio online, a maioria dos inquiridos continua a preferir a compra em loja

De acordo com os dados do **Observatório de Tendências**, um *survey* desenvolvido pelo Grupo Ageas Portugal e a Eurogroup Consulting Portugal, e que teve como propósito identificar as tendências emergentes do contexto de pandemia da COVID-19, 45% dos inquiridos admitem que os seus hábitos de consumo sofreram alterações. 31% afirma tratarem-se de mudanças duradouras, com especial incidência nas mulheres e nos mais jovens. Por outro lado, quanto mais elevado o nível de rendimento, menos se prevê a alteração dos hábitos de consumo. Apesar disto, verifica-se ainda um elevado nível de indecisão e incerteza (38%).

“O consumidor olhou para as mudanças destes tempos de incerteza e teve que tomar uma decisão: vivê-las de forma desafiante ou achar que nada mais valeria a pena fazer. Os desafios foram grandes, mas o objetivo é que os consumidores aproveitem esta oportunidade para interiorizar estes novos comportamentos mais conscientes, ponderados e refletidos, e que passem a incluí-los no seu dia a dia. Tal como demonstram os resultados deste estudo, estamos num bom caminho: 31% dos inquiridos prevê que estas alterações de comportamento venham a tornar-se estruturais. Garantir que estas mudanças não são apenas momentâneas é uma questão de responsabilidade, que tem que ser dividida entre os decisores políticos, o mercado como um todo, as marcas e as suas ofertas, e os consumidores”, refere **Rita Rodrigues, Head of Public Affairs & Media Relations da DECO Proteste**, no evento de lançamento do Observatório de tendências.

Os resultados do estudo revelam ainda que categorias como a Alimentação e Saúde lideram os aumentos de consumo por parte dos portugueses, evidenciando uma maior preocupação com o bem-estar pessoal. Não surpreendentemente, no que diz respeito ao lazer, os inquiridos

privilegiam categorias como o Lar, Desporto e Tecnologia, ao passo que o consumo no que toca a Viagens, Roupas, Cultura e Carro decresceu.

O boom do comércio online

Com o encerramento dos espaços de comércio físicos durante o confinamento, o comércio eletrónico passou a ser a solução mais viável para muitos consumidores. Mais de metade dos inquiridos (cerca de 57%) admite ter realizado mais compras online nos últimos seis meses, aumento que vai ao encontro dos dados do *e-commerce* em Portugal, que apontam para um crescimento estimado entre 150-170% desde março, face ao período homólogo.

Esta tendência é mais notória na população mais jovem, entre os 18 e os 24 anos, 70% dos quais admitem ter feito mais compras online, em oposição aos 47% da faixa etária de mais de 55 anos que aumentou o seu consumo através dos canais digitais. Os inquiridos do sexo feminino, bem como aqueles que apresentam um maior nível de rendimento são também aqueles entre os quais houve um maior aumento das compras online.

Embora se antecipe a manutenção da tendência de crescimento do comércio online, 66% dos inquiridos consideram realizar compras de forma mista no futuro, alternando entre os canais digitais e os espaços físicos. Apenas 16% consideram voltar às lojas físicas como fonte principal das suas compras. Os mais jovens estão mais propensos a privilegiar a compra online (2.5 vezes mais do que os seniores), uma tendência que diminui diretamente com a idade.

À exceção das viagens, a preferência dos inquiridos recai sobre a compra em loja para todas as categorias. Ainda assim, para categorias como Cultura, Seguros e Produtos Financeiros, Educação/Formação e Produtos Tecnológicos, mais do que 1/3 dos inquiridos admite preferir comprar online.

Neste âmbito, e especificamente no que toca à compra dos seguros e produtos financeiros via online, o Grupo Ageas reafirma a preparação atempada da digitalização. “Para garantir o contacto e proximidade permanentes com os nossos clientes, as marcas do Grupo Ageas também reforçaram a diversidade de canais e serviços digitais, bem como as equipas de atendimento por telefone. E fazer um seguro pela internet é mais simples e seguro do que se pensa. Não há trânsito, nem filas de espera e, com apenas um clique, qualquer pessoa pode contratar o seguro com efeitos imediatos e ter o mesmo acompanhamento personalizado das

nossas equipas, pelo que é esperado que esta tendência se mantenha e até seja reforçada”, refere **Pedro António, Chief Future Officer do Grupo Ageas Portugal.**

Apesar de todos os esforços no desenvolvimento de soluções de entrega ao domicílio ou *click & collect*, a Alimentação é a categoria onde mais de 90% dos inquiridos prefere comprar em loja. Da mesma forma, a Saúde, Carro e Roupa/Calçado, são categorias em que o contacto direto com o produto/serviço tem um papel chave, registando valores inferiores de digitalização, em contraste com outras categorias, como é o caso dos Seguros e Produtos Financeiros, que se apresentam mais desmaterializados.

A Eurogroup Consulting confirma esta tendência e destaca a proatividade das empresas portuguesas na resposta aos desafios colocados pela pandemia. A entrada em novos mercados, a criação de novos canais de venda e a reformulação da sua estratégia de *pricing* para melhor responder aos novos modelos comerciais foram as três prioridades de atuação seguidas desde o primeiro momento. O desafio da transformação digital foi com esta pandemia testado e suplantado, trazendo novas possibilidades para as organizações estarem mais presentes junto do consumidor final.

Sobre o Estudo

O Observatório de Tendências, desenvolvido pelo Grupo Ageas Portugal e a Eurogroup Consulting Portugal, tem como propósito identificar as tendências emergentes do contexto de pandemia da COVID-19, com ênfase nas transformações positivas que podem ocorrer na sociedade. Tendo como ponto de partida a resposta à pergunta “Como é que a crise sanitária e económica que enfrentamos influenciará o consumo, hábitos de vida e de trabalho de cada um de nós?”, o Observatório auscultou as mudanças nos valores, comportamentos e consciência social e ambiental da sociedade e em cada indivíduo nas dimensões Cidadão, Colaborador, Consumidor.

O inquérito do Observatório de Tendências 2020 foi realizado entre 9 e 23 de setembro de 2020, junto de uma amostra representativa de 1744 pessoas, maior do que 18 anos, residente em Portugal, de Norte a Sul do País. O questionário foi desenvolvido em formato online e conta com um intervalo de confiança de 95% e margem de erro de 2,35%. O mesmo estudo foi replicado em mais países da América Latina (Argentina, Chile, Uruguai) e na Europa do Norte (Alemanha, Luxemburgo).

SOBRE O GRUPO AGEAS PORTUGAL

Fundada em 1824, a Ageas é um grupo segurador internacional com sede em Bruxelas e presente em 14 países da Europa e da Ásia. A operar em Portugal, desde 2005, a Ageas aposta no país como um dos principais mercados, onde se pretende desenvolver, através de parcerias fortes e contribuindo para o desenvolvimento do país e da sociedade através da Fundação Ageas e ajudando os Clientes a gerir, antecipar e proteger-se contra riscos e imprevistos, para que possam viver o presente e o futuro com a máxima segurança e serenidade. A missão do Grupo Ageas Portugal é proporcionar uma experiência emocional e relevante na vida das pessoas, sendo um parceiro de referência nos seguros e o melhor local de trabalho para pessoas empreendedoras. Para isso, contamos com 1.281 Colaboradores e 2.722 Mediadores para prestar um serviço de excelência aos cerca de 1.7 milhões de Clientes das várias marcas comerciais: Ageas Seguros, Ageas Pensões, Médis, Ocidental e Seguro Directo. Com o objetivo de diversificar o negócio e estar próximo dos seus Clientes, o Grupo Ageas Portugal vai para além dos seguros, disponibilizando uma oferta alargada de serviços através da Clínica Médis, Kleya, Go Far, Ageas Repara e Mundo Ageas. Para mais informações pode visitar o website, <https://www.grupoageas.pt/>, ou seguir a página de LinkedIn,



<https://www.linkedin.com/company/grupo-ageas-portugal/>
<https://www.instagram.com/ageasgrupo/>

ou

Instagram,

SOBRE A EUROGROUP CONSULTING PORTUGAL

A Eurogroup Consulting Portugal é uma organização independente de consultoria de gestão, presente em Portugal há 25 anos, que tem como mote distintivo “A Arte da Mobilização”. Através da combinação de uma sólida base técnica e metodológica com a arte e experiência de fazer acontecer as mudanças nas organizações, a Eurogroup Consulting Portugal alinha Estratégia, Organização, Pessoas e Tecnologia, tornando cada pessoa autor e ator do processo de transformação da sua empresa e da sua própria evolução. A Eurogroup Consulting Portugal é ainda membro fundador da rede internacional de consultoria Nextcontinent, que conta, nos seus 66 escritórios, com mais de 7.000 profissionais que atuam em 38 países. Para mais informações visite o website da marca em <https://www.eurogroupconsulting.pt/> e o seu perfil LinkedIn <https://www.linkedin.com/company/eurogroup-consulting-portugal/>.

Para mais informações por favor consulte:

Sofia Velasco

Tlm: +351 932 101 396

E-mail: sofia.velasco@edc.pt

Inês Albino

Tlm: +351 963461291

E-mail: ialbino@atrevia.com