



Coronavírus já mudou os hábitos de consumo dos portugueses

Gasta-se mais dinheiro em produtos de supermercado e farmácias e compras online também aumentaram. Usa-se o MB Way para evitar o ATM

João Queiroz
sociedade@jn.pt

QUOTIDIANO O impacto do novo coronavírus já se faz sentir nos nossos hábitos de consumo, que mudaram drasticamente e estão a mudar sem prazo de validade. Gastamos mais dinheiro em supermercados e farmácias, setores que na semana passada passaram a representar uma em cada duas compras dos portugueses. Estamos também a comprar mais online e a recorrer mais vezes ao MB Way. E os dados da SIBS (Sociedade Interbancária de Serviços) indicam ainda que, depois de um aumento, o número de levantamentos e de compras no Multibanco caiu logo que foi conhecido o primeiro caso no país, mas em contrapartida cresceram os valores transacionados.

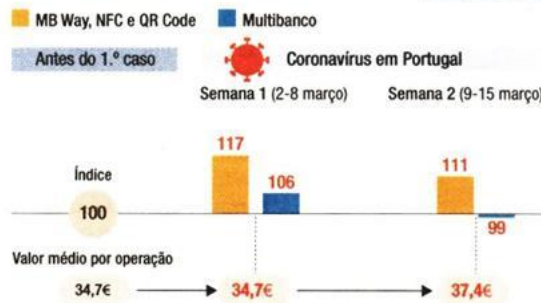
Se entre janeiro e fevereiro, as compras em supermercados e farmácias representavam 39,4% das transações na rede multibanco, no fim da primeira quinzena deste mês, com o aumento do surto em Portugal, elas já valiam 49%. “Passaram a representar uma em cada duas compras em Portugal na última semana, isto é, um incremento de cerca de 8% na semana de 2-8 de março e de 23% na seguinte comparando com média diária do início do ano”, explica Gonçalo Amaro, diretor de digital e e-commerce da entidade que gere a rede Multibanco em Portugal.

POUCO ESTRUTURADO

Logo que foram conhecidos os primeiros casos de Covid-19, “surgiu um comportamento pouco estruturado,

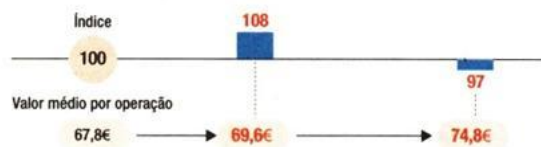
Compras na rede multibanco

Variação da média diária do número de compras físicas antes do 1.º caso registado em Portugal (index 100) versus período após o 1.º caso, por semana



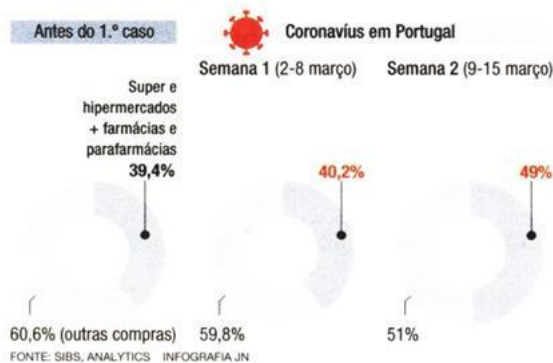
Levantamentos na rede multibanco

Variação da média diária do número de levantamentos antes do 1.º caso registado em Portugal (index 100) versus período após o 1.º caso, por semana



Compras físicas em super e hipermercados, farmácias e parafarmácias

Evolução do peso de compras no n.º total de compras físicas, antes do 1.º caso registado em Portugal (index 100) versus período após o 1.º caso, por semana



objetivo e racional”, nota Mafalda Ferreira, docente no Instituto Português de Administração de Marketing do Porto (IPAM) e doutorada em Psicologia Social: “Primeiro, aconteceu com as compras no supermerca-

do, de uma forma incoerente com as necessidades dos agregados familiares, num cenário de quase radicalização, e depois, nas farmácias, onde muito do consumo, pelos dados de que dispo-

para fazer stock dos medicamentos que as pessoas usam numa base regular nos momentos crónicos ou outros”.

Segundo Pedro Pimentel, da Centromarca – Associação Portuguesa das Empresas de Produtos de Marca, houve uma mudança dos padrões de consumo “expectável e atípica”: “As pessoas estão a fazer uma opção pelos produtos que consomem em casa. Durante este período, vamos ver no cabaz de compras poucos produtos que associamos à vida exterior, à autoestima e ao comportamento quando estamos em sociedade.”

MULTIBANCO

Os efeitos da pandemia também se refletem no número de levantamentos e de compras no Multibanco, que começaram por apresentar um aumento na primeira semana de março, mas diminuíram na segunda. E se passamos a comprar com menos frequência porque andamos menos na rua, a verdade é que gastamos mais: o valor médio dos levantamentos subiu de 67,8 para 74,8 euros e o das compras de 34,7 para 37,4 euros.

Em compensação, durante a primeira quinzena verificou-se um recurso crescente ao MB Way, solução que permite o pagamento sem contacto com o terminal: “Tem a ver com os fatores de proteção, já que o contágio pode acontecer no terminal ou no ATM, e com a informação veiculada de que o dinheiro poderia ser um transmissor ativo de vírus os lojistas passaram a incentivar essa prática”, explica Mafalda Ferreira.