



# **BARÓMETRO TRIMESTRAL DO COMÉRCIO ELECTRÓNICO EM PORTUGAL**

**2º TRIMESTE 2006 | SÍNTESE DE RESULTADOS**

# Síntese

---

## de Resultados

### 1. Sobre a ACEP

A ACEP - Associação de Comércio Electrónico em Portugal é uma organização independente sem fins lucrativos, de pessoas individuais e colectivas, visando o estudo e a implementação das diversas formas de Comércio Electrónico, constituindo um fórum independente e aberto para o debate, potenciação, promoção, generalização e dignificação do Comércio Electrónico em Portugal.

A ACEP congrega hoje algumas das mais relevantes entidades ligadas ao comércio electrónico em Portugal, incluindo lojas on-line, bancos e outras empresas financeiras, marketplaces, Internet service providers, imprensa on-line, operadores de telecomunicações, empresas de venda à distância e muitas outras empresas de outros sectores de actividade;

Mais informações em [www.comercioelectronico.pt](http://www.comercioelectronico.pt)

### 2. Sobre a Netsonda

A Netsonda, em actividade desde Julho de 2000, é líder e pioneira em Portugal na recolha e análise de informação através de plataformas tecnológicas desenvolvidas à medida das necessidades dos projectos, oferecendo rapidez, segurança e rentabilidade.

Os estudos da Netsonda são ferramentas de trabalho precisas, dotando os seus clientes da informação necessária aos processos de decisão, de investimento e de aperfeiçoamento de produtos e serviços. A equipa de *research* da Netsonda é constituída por profissionais com a formação adequada aos objectivos da empresa, designadamente na área das ciências sociais, da estatística e das novas tecnologias da informação.

A Netsonda pertence à ESOMAR - World Association of Research Professionals, através da sua Direcção de Estudos, subscrevendo e realizando as suas propostas e estudos de acordo com o código ICC/ESOMAR. A base de dados de utilizadores registados encontra-se registada na Comissão Nacional para Protecção de Dados.

Mais informações em [www.netsonda.pt](http://www.netsonda.pt)

# Síntese

---

## de Resultados

### 3. Introdução

A ACEP definiu como uma das suas principais prioridades estratégicas a produção e disponibilização de informação sobre o mercado do comércio electrónico em Portugal, seja na perspectiva da oferta como da procura.

O Barómetro Trimestral do Comércio Electrónico em Portugal constitui um dos instrumentos que a ACEP coloca à disposição de todas as entidades - Estado, empresas, profissionais, docentes, estudantes, formadores, consultores, investigadores - envolvidas na cadeia de valor do comércio, com o objectivo de conhecer a evolução do negócio e as principais tendências do comércio electrónico em Portugal, na perspectiva da oferta. A amostra escolhida algumas das mais representativas empresas do sector (do ponto de vista do volume de negócios), contempla os mais variados modelos de negócio (B2B, B2C, Homebanking, C2C) e reflecte uma grande variedade de sectores económicos (banca, comércio, turismo, construção, imprensa, desporto, entre muitos outros).

### 4. Ficha técnica

#### 4.1. Objectivo

O estudo cuja síntese de resultados se apresenta neste documento foi realizado pela Netsonda e pela ACEP, e tem por objectivo fundamental avaliar a evolução e desenvolvimento do Comércio Electrónico em Portugal na perspectiva da oferta, assim como a confiança e expectativas dos seus protagonistas. O alvo definido para o estudo realizado foram algumas das mais representativas empresas associadas da ACEP (Associação do Comércio Electrónico em Portugal). Importa destacar a enorme variedade de sectores representados pelas empresas participantes neste barómetro assim como o facto das mesmas representarem, juntas, uma considerável fatia da totalidade do volume de negócios do comércio electrónico realizado em Portugal.

#### 4.2. Técnica de recolha de informação

A técnica de recolha de informação utilizada foi o inquérito *online* aos associados da ACEP. O contacto com os associados foi realizado através de mensagem de *e-mail*, fornecendo um convite à participação no estudo de âmbito geral, estando o questionário alojado na plataforma tecnológica da Netsonda.

### 4.3. Recolha de informação

A recolha de informação decorreu entre 8 de Agosto e 12 de Setembro de 2006, tendo sido recolhidas 34 respostas válidas.

## 5. Principais Conclusões

- Cerca de 75% dos membros da ACEP inquiridos indicam a existência de um aumento do volume de vendas a partir da Internet, no último trimestre, em comparação com o período homólogo. Para 18% dos inquiridos, este crescimento é igual ou superior a 50%;
- Verifica-se um aumento do número de Clientes que fez compras através dos sítios na Internet dos associados da ACEP: 59% dos inquiridos registam um aumento de Clientes entre 1% e 50%, e 11% dos inquiridos indicam um aumento superior a 50%;
- Cerca de 70% dos membros da ACEP manteve o investimento realizado no seu sítio e 30% aumentou-o, face ao período homólogo;
- As principais categorias de produtos e serviços transaccionadas nos diferentes sítios dos inquiridos foram produtos de electrónica (incluindo telemóveis), produtos de informática e ainda vídeos e DVDs;
- Os inquiridos mantêm, nesta vaga, uma expectativa positiva para a evolução, no curto prazo, do comércio electrónico e, mesmo, do seu sítio: mais de metade (51.6%) concorda com a afirmação segundo a qual “O meu site vai acelerar o ritmo do crescimento das vendas” e 42% (valor semelhante ao da vaga anterior) concorda com a ideia de que “O comércio electrónico em geral vai aumentar o ritmo de crescimento”.

Lisboa, 17 de Setembro de 2006

Direcção de Estudos da Netsonda

### SITES INQUIRIDOS

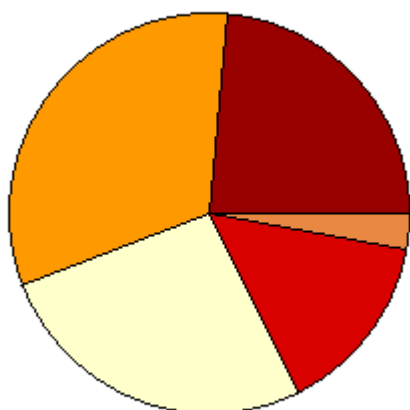
#### BARÓMETRO DO COMÉRCIO ELECTRÓNICO EM PORTUGAL

#### 2º Trimestre de 2006

- Assinejá.pt - Subscrição Online e venda de produtos da editora Edimpresa
- Banco BPI - Homebanking
- Bizdirect - Portal de Negócios para empresas
- Caixa Geral de Depósitos - Homebanking
- CHIP7 - Loja de Produtos de Informática e Electrónica
- Continente.pt - Supermercado Online
- CTT Correios - Loja de Produtos dos Correios
- Econstroi.com - Portal de Negócios para Empresas
- El Corte Inglés - Supermercado Online
- Ergometrica - Loja de produtos para cidadãos com necessidades especiais
- Exit.pt - Agência de Viagens
- Jornal Expresso - Subscrição Online e venda de produtos do Expresso
- Flytap - Bilheteira de viagens aéreas
- FNAC - Loja de produtos culturais, entretenimento, electrónica, informática
- IOL - Portal e Subscrição de serviços de de acesso à internet
- La Redoute - Loja de Moda (Mulher, Homem, Crianças e Casa)
- LardoceLar - Portal Imobiliário
- Miau.pt - Site de Leilões
- Oficina da Terra - Loja de artigos de artesanato
- Pavilhão Atlântico - Bilheteira de espectáculos
- Pmlink.pt - Portal de Negócios para empresas
- Jornal Público - Subscrição Online e vendas de produtos do Público
- Sapo.pt - Shopping Online e vendas de serviços de acesso à Internet
- FCPorto - Loja Oficial do Futebol Clube do Porto - Bilheteira e Merchandising
- SportingCP - Loja Oficial do Sporting Clube de Portugal - Bilheteira e Merchandising
- SLBenfica - Loja Oficial do Sport Lisboa e Benfica - Bilheteira e Merchandising
- Staples.pt - Loja de Materiais de Escritório
- TMN - Loja de produtos e serviços telecomunicações móveis
- TV Cabo - Subscrição de serviços de acesso à internet e Televisão
- Uzo.pt - Subscrição de Serviços de Telefonia Móvel
- Vertbaudet - Loja de Moda (Crianças)
- Vobis.pt - Loja de Informática e Electrónica
- Vortextel - Loja de produtos e serviços de informática e telecomunicações
- Worten.pt - Loja de Electrodomésticos, Informática, Electrónica e Entretenimento

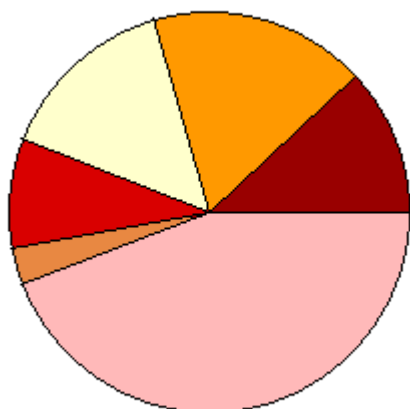
### RESULTADOS GLOBAIS DAS QUESTÕES ABORDADAS NESTA SÍNTESE:

Neste Trimestre, e em comparação com o período hómologo, o volume de vendas do seu site (no caso da Banca, o indicador é o nº de transacções nos serviços de homebanking)...



	Casos	Percent.
■ Diminuiu	8	23.5%
■ Aumentou entre 1% e 25%	11	32.4%
■ Aumentou entre 25% e 50%	9	26.5%
■ Aumentou entre 50% e 100%	5	14.7%
■ Aumentou acima de 100%	1	2.9%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

Indique volume de vendas no período em análise.

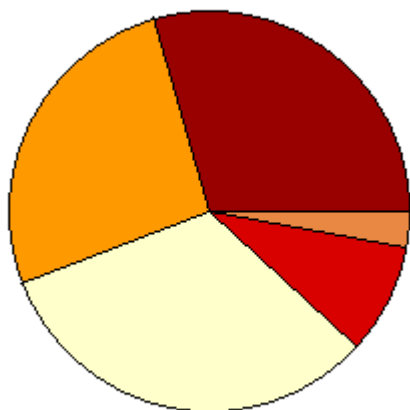


	Casos	Percent.
■ Menos de €50.000	4	11.8%
■ Entre €50.000 e €100.000	6	17.6%
■ Entre €100.000 e €150.000	5	14.7%
■ Entre €150.000 e €200.000	3	8.8%
■ Entre €200.000 e €250.000	1	2.9%
■ Mais de €250.000	15	44.1%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

# Síntese

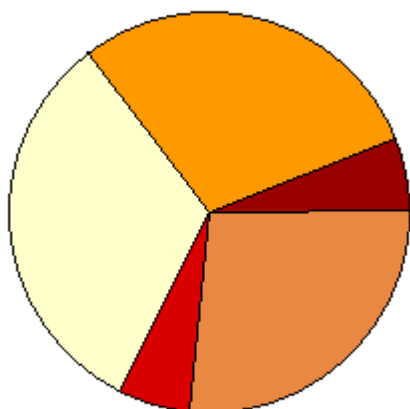
## de Resultados

Neste Trimestre, e em comparação com o período hómologo, o nº de clientes que fez compras no seu site (no caso da Banca, o indicador é o nº de utilizadores dos serviços de homebanking)...



	Casos	Percent.
■ Diminuiu	10	29.4%
■ Aumentou entre 1% e 25%	9	26.5%
■ Aumentou entre 25% e 50%	11	32.4%
■ Aumentou entre 50% e 100%	3	8.8%
■ Aumentou acima de 100%	1	2.9%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

Indique o número de clientes referentes ao período em análise.

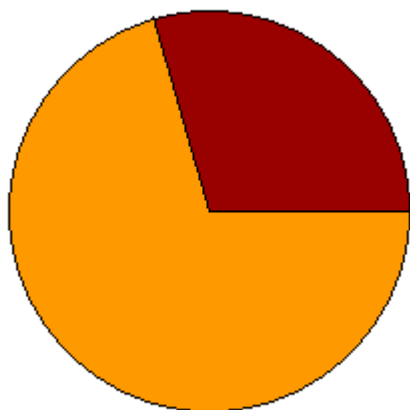


	Casos	Percent.
■ Até 100 clientes	2	5.9%
■ De 100 a 1.000	10	29.4%
■ De 1.000 a 5.000	11	32.4%
■ De 5.000 a 10.000	2	5.9%
■ Mais de 10.000	9	26.5%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

# Síntese

## de Resultados

Neste Trimestre, e em comparação com o período hómologo, o investimento que realizou no seu site (upgrades, promoção, etc.)...



	Casos	Percent.
 Aumentou	10	29.4%
 Manteve-se	24	70.6%
 Diminuiu	0	0.0%
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

# Síntese

## de Resultados

Indique todas as categorias de Produtos/Serviços que vendeu no seu site neste Trimestre.

	Casos	Percent.	
Alimentação/Bebidas/Tabacaria/Charutos	5	14.7%	
Animais/Jardim/Bricolagem	2	5.9%	
Bébes e Brinquedos	4	11.8%	
Bilhetes de Música, Desporto e Outros	7	20.6%	
Casa/Arte/Decoração	7	20.6%	
CD/Música	7	20.6%	
Cosmética/Perfumes	1	2.9%	
Crédito Online/Produtos e Serviços Financeiros	4	11.8%	
Desporto e Lazer	6	17.6%	
DVD/Vídeos	10	29.4%	
Electrónica/Telemóveis	14	41.2%	
Escritório/Economato	6	17.6%	
Esoterismo/Astros	0	0.0%	
Flores/Presentes	3	8.8%	
Foto e Serviços	6	17.6%	
Informática	11	32.4%	
Jogos/Consolas	8	23.5%	
Livros/Revistas	7	20.6%	
Moda/Jóias/Lingerie	4	11.8%	
Relógios/Óptica	2	5.9%	
Saúde/Fitness	4	11.8%	
Viagens/Turismo	5	14.7%	
Outro	5	14.7%	
<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>	

Nota: a soma é superior a 100% porque alguns dos inquiridos vendem mais do que uma categoria de produtos

# Síntese

## de Resultados

Indique a principal categoria de Produtos/Serviços que mais vendeu no seu site neste Trimestre (Assinale um máximo de 3 categorias numeradas por ordem de importância, i.e. 1 = Mais Importante).

	Média	1	3
Alimentação/Bebidas/Tabacaria/Charutos	1.00		
Animais/Jardim/Bricolagem	3.00		
Bébes e Brinquedos	2.50		
Bilhetes de Música, Desporto e Outros	1.60		
Casa/Arte/Decoração	1.67		
CD/Música	2.00		
Cosmética/Perfumes	-		
Crédito Online/Produtos e Serviços Financeiros	1.00		
Desporto e Lazer	1.75		
DVD/Vídeos	2.00		
Electrónica/Telemóveis	1.73		
Escritório/Economato	2.00		
Esoterismo/Astros	-		
Flores/Presentes	3.00		
Foto e Serviços	2.50		
Informática	1.55		
Jogos/Consolas	2.25		
Livros/Revistas	1.25		
Moda/Jóias/Lingerie	1.00		
Relógios/Óptica	-		
Saúde/Fitness	1.00		
Viagens/Turismo	1.67		
Outro	1.60		

**9. Indique as frases que acha que melhor descrevem as suas expectativas para o próximo Trimestre. (Responda apenas se operar na área B2C)**

	Casos	Percent.	
O meu site vai acelerar o ritmo do crescimento das vendas	16	51.6%	
O meu site vai manter o ritmo de crescimento de vendas	12	38.7%	
O meu site vai registar um aumento de vendas mais modesto do que o deste Trimestre	0	0.0%	
O meu site vai registar um decréscimo de vendas	1	3.2%	
O comércio electrónico em geral vai aumentar o ritmo de crescimento	13	41.9%	
O comércio electrónico vai manter o crescimento do ritmo de vendas	6	19.4%	
O comércio electrónico em geral vai reduzir o ritmo de crescimento	0	0.0%	
O comércio electrónico em geral vai registar um decréscimo de vendas	0	0.0%	
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>	

**10. Indique as frases que acha que melhor descrevem as suas expectativas para o próximo Trimestre. (Responda apenas se operar na área B2B)**

	Casos	Percent.	
O meu site vai acelerar o ritmo do crescimento das vendas	3	42.9%	
O meu site vai manter o ritmo de crescimento de vendas	2	28.6%	
O meu site vai registar um aumento de vendas mais modesto do que o deste Trimestre	0	0.0%	
O meu site vai registar um decréscimo de vendas	1	14.3%	
O comércio electrónico em geral vai aumentar o ritmo de crescimento	2	28.6%	
O comércio electrónico vai manter o crescimento do ritmo de vendas	2	28.6%	
O comércio electrónico em geral vai reduzir o ritmo de crescimento	0	0.0%	
O comércio electrónico em geral vai registar um decréscimo de vendas	0	0.0%	
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	

# Síntese

## de Resultados

11. Indique as frases que acha que melhor descrevem as suas expectativas para o próximo Trimestre.  
(Responda apenas se operar na área do Homabanking)

	Casos	Percent.	
O meu site vai acelerar o ritmo do crescimento das vendas	1	50.0%	
O meu site vai manter o ritmo de crescimento de vendas	1	50.0%	
O meu site vai registar um aumento de vendas mais modesto do que o deste Trimestre	0	0.0%	
O meu site vai registar um decréscimo de vendas	0	0.0%	
O comércio electrónico em geral vai aumentar o ritmo de crescimento	0	0.0%	
O comércio electrónico vai manter o crescimento do ritmo de vendas	0	0.0%	
O comércio electrónico em geral vai reduzir o ritmo de crescimento	0	0.0%	
O comércio electrónico em geral vai registar um decréscimo de vendas	0	0.0%	
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>	