



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

**2º TRIMESTRE 2008 | 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, emarketplaces, 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 APODEMO – Associação Portuguesa de Empresas de Estudo de Mercado e de Opinião, à ESOMAR – World Association of Research Professionals, subscrevendo e realizando as suas propostas e estudos de acordo com os códigos CODEMO e ICC/ESOMAR e está registada na ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social. O Painel da Netsonda encontra-se registado na Comissão Nacional para Protecção de Dados (CNPD).

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 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 os dias 17 de Julho e 17 de Setembro de 2008, tendo sido recolhidas 39 respostas válidas.

# Síntese

---

## de Resultados

### 5. Principais Conclusões

- Cerca de 85% dos membros da ACEP inquiridos indicam a existência de um aumento do volume de vendas a partir da Internet, no segundo trimestre de 2008, em comparação com o período homólogo de 2007 - este valor é inferior em 3 pp ao obtido no trimestre anterior. Para 38,5% dos inquiridos, este crescimento é igual ou inferior a 20%;
- Verifica-se um aumento do número de Clientes que fez compras através dos sítios na Internet dos associados da ACEP: 65,8% dos inquiridos registam um aumento de Clientes entre 1% e 50% (este valor decresceu face ao trimestre anterior) mas é parcialmente compensado por 15,8% dos inquiridos indicarem um aumento superior a 50% (este valor tem vindo a crescer nas últimas vagas - era de apenas 3,4% no terceiro trimestre, 14,3% no quarto de 2007 e subiu para 21,1% no 1º trimestre deste ano); para 18,4%, o número de clientes diminuiu (este valor desceu 7,9pp em relação ao trimestre anterior);
- 42,1% dos membros da ACEP aumentou o investimento realizado no seu sítio face ao período homólogo - este valor era de 50% no trimestre anterior;
- As principais categorias de produtos e serviços transaccionadas nos diferentes sítios dos inquiridos foram produtos de electrónica (incluindo telemóveis), produtos de informática, DVD/Vídeos e livros/revistas;
- Os inquiridos têm, nesta vaga, uma expectativa ainda menos positiva para a evolução, no curto prazo, do comércio electrónico e mesmo do seu sítio: 41,7% concorda com a afirmação segundo a qual "O meu site vai acelerar o ritmo do crescimento das vendas" - este indicador apresenta uma descida considerável face ao primeiro trimestre de 11,2pp, voltando assim aos valores obtidos no último trimestre de 2007.

Lisboa, 18 de Setembro de 2008

Direcção de Estudos da Netsonda

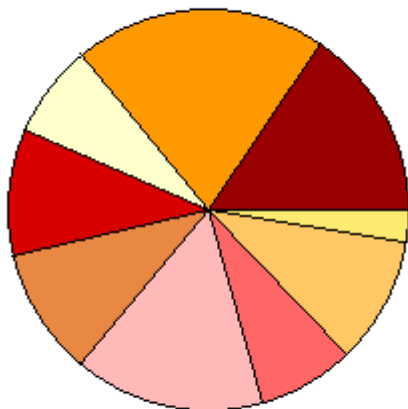
### SITES INQUIRIDOS NO BARÓMETRO DO COMÉRCIO ELECTRÓNICO EM PORTUGAL

#### 2º Trimestre de 2008

- @Jumbo – Supermercado Online
- Assinejá.pt – Subscrição Online e venda de produtos da editora Edimpresa
- Bizdirect.pt – Portal de Negócios para empresas
- Caixa Geral de Depósitos – Homebanking
- Cetelem.pt – Crédito on-line do Banco CETELEM
- Clubebpi.pt – Loja do Clube BPI
- Continente.pt – Supermercado Online
- CTT Correios – Loja de Produtos dos Correios
- El Corte Inglés – Supermercado Online
- Ergometrica – Loja de produtos para cidadãos com necessidades especiais
- Europ Assistance – site aquisição de Seguros de Viagem.
- FCPorto.pt | SLBenfica.pt | SportingCP.pt – Lojas Online dos respectivos clubes
- Flytap – Bilheteira de viagens aéreas
- FNAC – Loja de produtos culturais, entretenimento, electrónica, informática
- Freya Sex Shop - Loja Online da Freya Sex Shop
- LardoceLar – Portal Imobiliário
- Laredoute.pt – site de Moda (Mulher, Criança, Homem, Desporto, Têxtil-Lar e equipamento para a casa.
- Leilões.net - Site de Leilões.
- Loja online EBS – comércio de equipamentos, soluções e serviços de informática e gestão.
- Lojadocabelo.pt – site comercialização e distribuição de produtos e acessórios capilares
- LojaViva.com.pt – Loja de comércio electrónico B2C.
- Miau.pt – Site de Leilões
- Moviflor.pt - site de venda de produtos para o lar.
- Mynokshop.com – site de venda de telefones e acessórios da marca Nokia
- Oficina da Terra – Loja de artigos de artesanato
- Portal MegaRede - marca comercial do projecto de Webização da comunidade empresarial
- Pavilhão Atlântico – Bilheteira de espectáculos
- Pmelink.pt – Portal de Negócios para empresas
- PTCommerce.net – Soluções de comércio electrónico e alojamento com registo de domínios, Lojas virtuais em osCommerce Português
- Publico.pt – Site do jornal diário “Público”
- Puros.pt – Selecção das melhores marcas de charutos, cigarrilhas e artigos para fumadores
- Standvirtual.pt – site especializado em classificados automóveis de veículos usados.
- Staples.pt – loja online da Staples Office Centre.
- TMN.pt – Loja virtual de telecomunicações
- Vertbaudet.pt – Loja de Moda (Crianças)
- Vobis.pt – Loja de Informática e Electrónica
- Webboom.pt – Loja virtual da Porto Editora
- Worten.pt – Loja de Electrodomésticos, Informática, Electrónica e Entretenimento
- Zon.pt – site da empresa Zon Multimédia.

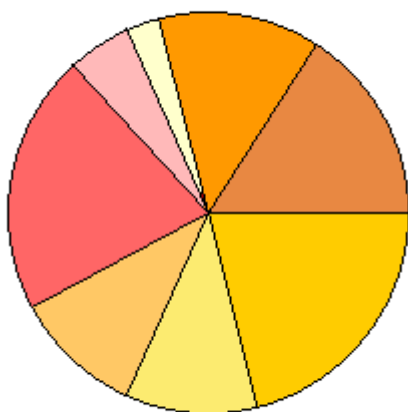
### RESULTADOS GLOBAIS DAS QUESTÕES ABORDADAS NESTA SÍNTESE:

2. 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	6	15.4%
Cresceu de 0 a 5%	8	20.5%
Cresceu de 5% a 10%	3	7.7%
Cresceu de 10% a 20%	4	10.3%
Cresceu de 20% a 30%	4	10.3%
Cresceu de 30% a 50%	6	15.4%
Cresceu de 50% a 100%	3	7.7%
Cresceu mais de 100%	4	10.3%
Tenho actividade há menos de um trimestre (Passe à pergunta 9)	1	2.6%
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

3. Indique volume de vendas no período em análise.

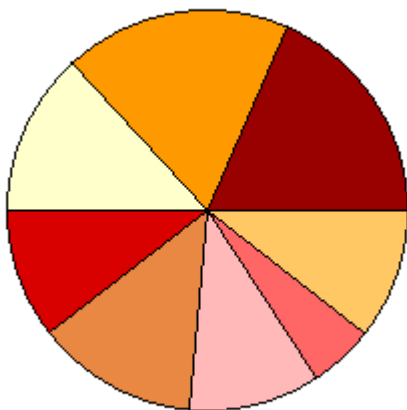


	Casos	Percent.
Menos de €10.000	6	15.8%
De €10.000 a €20.000	5	13.2%
De €20.000 a €30.000	1	2.6%
De €30.000 a €40.000	0	0.0%
De €40.000 a €50.000	0	0.0%
De €50.000 a €100.000	2	5.3%
De €100.000 a €250.000	8	21.1%
De €250.000 a €500.000	4	10.5%
De €500.000 a €1.000.000	4	10.5%
Mais de €1.000.000	8	21.1%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

# Síntese

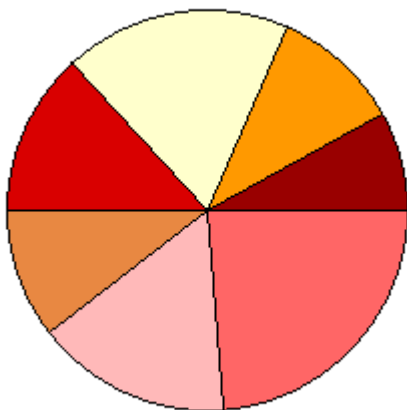
## de Resultados

4. 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	7	18.4%
■ Cresceu de 0 a 5%	7	18.4%
■ Cresceu de 5% a 10%	5	13.2%
■ Cresceu de 10% a 20%	4	10.5%
■ Cresceu de 20% a 30%	5	13.2%
■ Cresceu de 30% a 50%	4	10.5%
■ Cresceu de 50% a 100%	2	5.3%
■ Cresceu mais de 100%	4	10.5%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

5. Indique o número de clientes referentes ao período em análise.

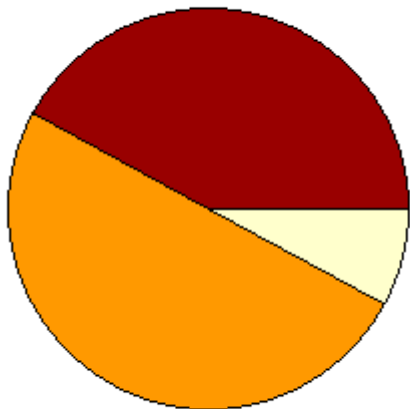


	Casos	Percent.
■ Até 25 clientes	3	7.9%
■ De 25 a 100	4	10.5%
■ De 100 a 1.000	7	18.4%
■ De 1.000 a 5.000	5	13.2%
■ De 5.000 a 10.000	4	10.5%
■ De 10.000 a 50.000	6	15.8%
■ Mais de 50.000 clientes	9	23.7%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

# Síntese

## de Resultados

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



	<b>Casos</b>	<b>Percent.</b>
 Aumentou	16	42.1%
 Manteve-se	19	50.0%
 Diminuiu	3	7.9%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

# Síntese

## de Resultados

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

	Casos	Percent.	
Alimentação/Bebidas/Tabacaria/Charutos	7	18.4%	
Animais/Jardim/Bricolagem	4	10.5%	
Bébes e Brinquedos	8	21.1%	
Bilhetes de Música, Desporto e Outros	3	7.9%	
Casa/Arte/Decoração	8	21.1%	
CD/Música	8	21.1%	
Cosmética/Perfumes	4	10.5%	
Crédito Online/Produtos e Serviços Financeiros	4	10.5%	
Desporto e Lazer	4	10.5%	
DVD/Vídeos	10	26.3%	
Electrónica/Telemóveis	15	39.5%	
Escritório/Economato	8	21.1%	
Esoterismo/Astros	0	0.0%	
Flores/Presentes	3	7.9%	
Foto e Serviços	5	13.2%	
Informática	11	28.9%	
Jogos/Consolas	8	21.1%	
Livros/Revistas	10	26.3%	
Moda/Jóias/Lingerie	3	7.9%	
Relógios/Óptica	2	5.3%	
Saúde/Fitness	2	5.3%	
Viagens/Turismo	3	7.9%	
Outro. Qual?	11	28.9%	
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>	

# Síntese

## de Resultados

8. 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	2.67		
Bilhetes de Música, Desporto e Outros	1.00		
Casa/Arte/Decoração	1.60		
CD/Música	3.00		
Cosmética/Perfumes	2.00		
Crédito Online/Produtos e Serviços Financeiros	1.50		
Desporto e Lazer	2.00		
DVD/Vídeos	2.75		
Electrónica/Telemóveis	2.00		
Escritório/Economato	2.60		
Esoterismo/Astros	-		
Flores/Presentes	2.50		
Foto e Serviços	3.00		
Informática	1.13		
Jogos/Consolas	2.20		
Livros/Revistas	2.00		
Moda/Jóias/Lingerie	1.00		
Relógios/Óptica	-		
Saúde/Fitness	1.00		
Viagens/Turismo	2.33		
Outro	1.82		

**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	15	41.7%	
O meu site vai manter o ritmo de crescimento de vendas	14	38.9%	
O meu site vai registar um aumento de vendas mais modesto do que o deste Trimestre	2	5.6%	
O meu site vai registar um decréscimo de vendas	3	8.3%	
O comércio electrónico em geral vai aumentar o ritmo de crescimento	13	36.1%	
O comércio electrónico vai manter o crescimento do ritmo de vendas	8	22.2%	
O comércio electrónico em geral vai reduzir o ritmo de crescimento	1	2.8%	
O comércio electrónico em geral vai registar um decréscimo de vendas	0	0.0%	
<b>Total</b>	<b>36</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	1	16.7%	
O meu site vai manter o ritmo de crescimento de vendas	3	50.0%	
O meu site vai registar um aumento de vendas mais modesto do que o deste Trimestre	1	16.7%	
O meu site vai registar um decréscimo de vendas	0	0.0%	
O comércio electrónico em geral vai aumentar o ritmo de crescimento	3	50.0%	
O comércio electrónico vai manter o crescimento do ritmo de vendas	1	16.7%	
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>6</b>	<b>100%</b>	

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

	Casos	Percent.	
O meu site vai acelerar o ritmo do crescimento das vendas	0	0.0%	
O meu site vai manter o ritmo de crescimento de vendas	2	66.7%	
O meu site vai registar um aumento de vendas mais modesto do que o deste Trimestre	1	33.3%	
O meu site vai registar um decréscimo de vendas	0	0.0%	
O comércio electrónico em geral vai aumentar o ritmo de crescimento	1	33.3%	
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>3</b>	<b>100%</b>	