



BARÓMETRO TRIMESTRAL DO COMÉRCIO ELECTRÓNICO EM PORTUGAL

4º 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

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

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 14 de Janeiro a 30 de Março de 2009, tendo sido recolhidas 28 respostas válidas.

Síntese

de Resultados

5. Principais Conclusões

- 82% dos membros da ACEP inquiridos indicam a existência de um aumento do volume de vendas a partir da Internet, no quarto trimestre de 2008, em comparação com o período homólogo de 2007 - este valor subiu 2 pp ao obtido no trimestre anterior. Para 50% dos inquiridos, este crescimento é igual ou inferior a 20% (eram 33,3% no 3º trimestre);
- Verifica-se um aumento do número de Clientes que fez compras através dos sítios na Internet dos associados da ACEP: 55,5% dos inquiridos registam um aumento de Clientes entre 1% e 50% (este valor decresceu 3,2 pp face ao trimestre anterior) mas é parcialmente compensado por 25,9% dos inquiridos indicarem um aumento superior a 50% (24,1% no terceiro trimestre); para 18,5%, o número de clientes diminuiu;
- 40,7% dos membros da ACEP aumentou o investimento realizado no seu sítio face ao período homólogo - este valor era de 44,8% 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, Jogos/Consolas, Livros/Revistas, Alimentação/Tabaco/bebidas e, pela primeira vez, Bebés e Brinquedos;
- Os inquiridos têm, nesta vaga, uma expectativa mais positiva para a evolução, no curto prazo, do comércio electrónico e mesmo do seu sítio: 43,5% concorda com a afirmação segundo a qual "O meu site vai acelerar o ritmo do crescimento das vendas" - este indicador apresenta uma subida face ao terceiro trimestre de 8,9 pp.

Lisboa, 11 de Abril de 2009

Direcção de Estudos da Netsonda

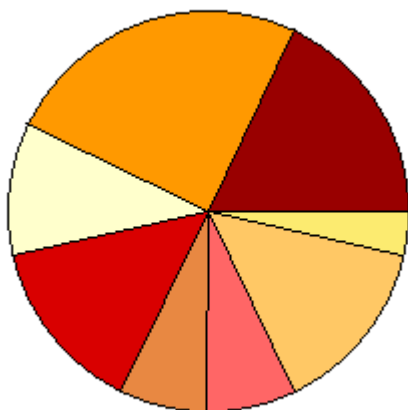
SITES INQUIRIDOS NO BARÓMETRO DO COMÉRCIO ELECTRÓNICO EM PORTUGAL

4º Trimestre de 2008

- **Assinejá.pt** – Subscrição Online e venda de produtos da editora Edimpresa
- **Bizdirect.pt** – Portal de Negócios para empresas
- **Caixa Geral de Depósitos** – Homebanking
- **Clubebpi.pt** – Loja do Clube BPI
- **Continente.pt** – Supermercado Online
- **CTT Correios** – Loja de Produtos dos CTT Correios de Portugal
- **El Corte Inglés** – Supermercado Online
- **Ergometrica** – Loja de produtos para cidadãos com necessidades especiais
- **Europ Assistance** – Site aquisição de Seguros de Viagem.
- **FNAC** – Loja de produtos culturais, entretenimento, electrónica, informática
- **Google Portugal** – Serviços online
- **ImensoSul.pt** – A Arte e os sabores do Alentejo
- **Laredoute.pt** – Site de Moda (Mulher, Criança, Homem, Desporto, Têxtil-Lar e equipamento para a casa.
- **Leilões.net** – Site de Leilões.
- **Lojadocabelo.pt** – Site comercialização e distribuição de produtos e acessórios capilares
- **Miau.pt** – Site de Leilões
- **Moviflor.pt** – Site de venda de produtos para o lar
- **Oficinadaterra.pt** – Loja de artigos de artesanato
- **Portal MegaRede** - Marca comercial do projecto de Webização da comunidade empresarial
- **PTCommerce.net** – Soluções de comércio electrónico e alojamento com registo de domínios, Lojas virtuais em osCommerce Português
- **Puros.pt** – Selecção das melhores marcas de charutos, cigarrilhas e artigos para fumadores
- **Sparkline Store** – Loja online do ramo automóvel, dedicada essencialmente ao comércio de peças
- **Standvirtual.pt** – Site especializado em classificados automóveis de veículos usados.
- **Tivoecompanhia.pt** - Loja online de jogos e brinquedos.
- **Vobis.pt** – Loja de Informática e Electrónica
- **Vortal.com** – Operadora de mercados electrónicos
- **Wook.pt** – Loja virtual da Porto Editora
- **Worten.pt** – Loja de Electrodomésticos, Informática, Electrónica e Entretenimento.

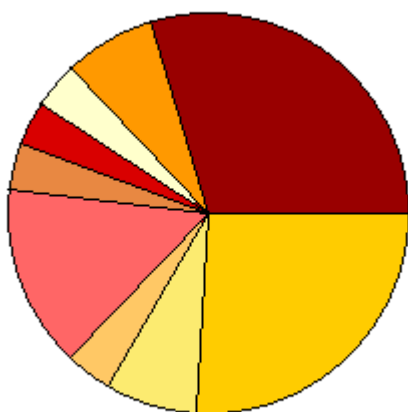
RESULTADOS GLOBAIS DAS QUESTÕES ABORDADAS NESTA SÍNTESE:

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	5	17.9%
Cresceu de 0 a 5%	7	25.0%
Cresceu de 5% a 10%	3	10.7%
Cresceu de 10% a 20%	4	14.3%
Cresceu de 20% a 30%	2	7.1%
Cresceu de 30% a 50%	0	0.0%
Cresceu de 50% a 100%	2	7.1%
Cresceu mais de 100%	4	14.3%
Tenho actividade há menos de um trimestre (Passe à pergunta 9)	1	3.6%
Total	28	100%

Indique volume de vendas no período em análise.

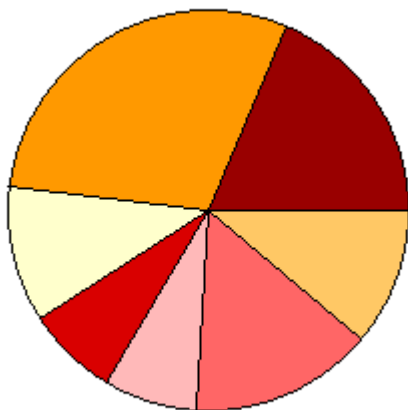


	Casos	Percent.
Menos de €10.000	8	29.6%
De €10.000 a €20.000	2	7.4%
De €20.000 a €30.000	1	3.7%
De €30.000 a €40.000	1	3.7%
De €40.000 a €50.000	1	3.7%
De €50.000 a €100.000	0	0.0%
De €100.000 a €250.000	4	14.8%
De €250.000 a €500.000	1	3.7%
De €500.000 a €1.000.000	2	7.4%
Mais de €1.000.000	7	25.9%
Total	27	100%

Síntese

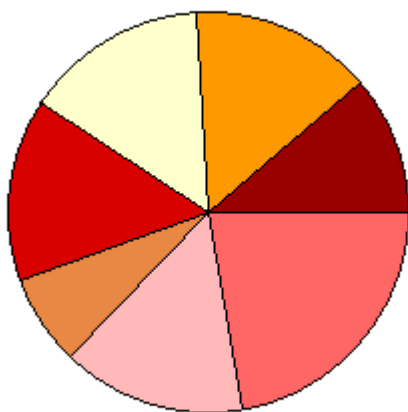
de Resultados

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	5	18.5%
Cresceu de 0 a 5%	8	29.6%
Cresceu de 5% a 10%	3	11.1%
Cresceu de 10% a 20%	2	7.4%
Cresceu de 20% a 30%	0	0.0%
Cresceu de 30% a 50%	2	7.4%
Cresceu de 50% a 100%	4	14.8%
Cresceu mais de 100%	3	11.1%
Total	27	100%

Indique o número de clientes referentes ao período em análise.

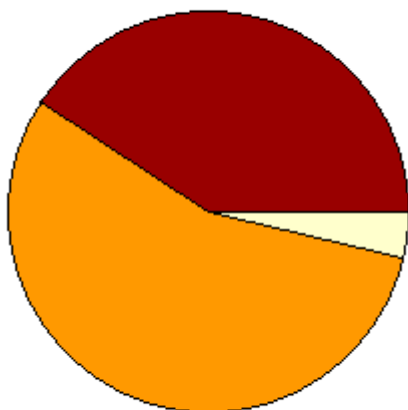


	Casos	Percent.
Até 25 clientes	3	11.1%
De 25 a 100	4	14.8%
De 100 a 1.000	4	14.8%
De 1.000 a 5.000	4	14.8%
De 5.000 a 10.000	2	7.4%
De 10.000 a 50.000	4	14.8%
Mais de 50.000 clientes	6	22.2%
Total	27	100%

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	11	40.7%
 Manteve-se	15	55.6%
 Diminuiu	1	3.7%
Total	27	100%

Síntese

de Resultados

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

	Casos	Percent.	
Alimentação/Bebidas/Tabacaria/Charutos	5	18.5%	
Animais/Jardim/Bricolagem	2	7.4%	
Bébes e Brinquedos	5	18.5%	
Bilhetes de Música, Desporto e Outros	2	7.4%	
Casa/Arte/Decoração	5	18.5%	
CD/Música	4	14.8%	
Cosmética/Perfumes	1	3.7%	
Crédito Online/Produtos e Serviços Financeiros	3	11.1%	
Desporto e Lazer	2	7.4%	
DVD/Vídeos	5	18.5%	
Electrónica/Telemóveis	8	29.6%	
Escritório/Economato	2	7.4%	
Esoterismo/Astros	0	0.0%	
Flores/Presentes	1	3.7%	
Foto e Serviços	4	14.8%	
Informática	5	18.5%	
Jogos/Consolas	6	22.2%	
Livros/Revistas	5	18.5%	
Moda/Jóias/Lingerie	3	11.1%	
Relógios/Óptica	1	3.7%	
Saúde/Fitness	2	7.4%	
Viagens/Turismo	1	3.7%	
Outro. Qual?	9	33.3%	
Total	27	100%	

Síntese

de Resultados

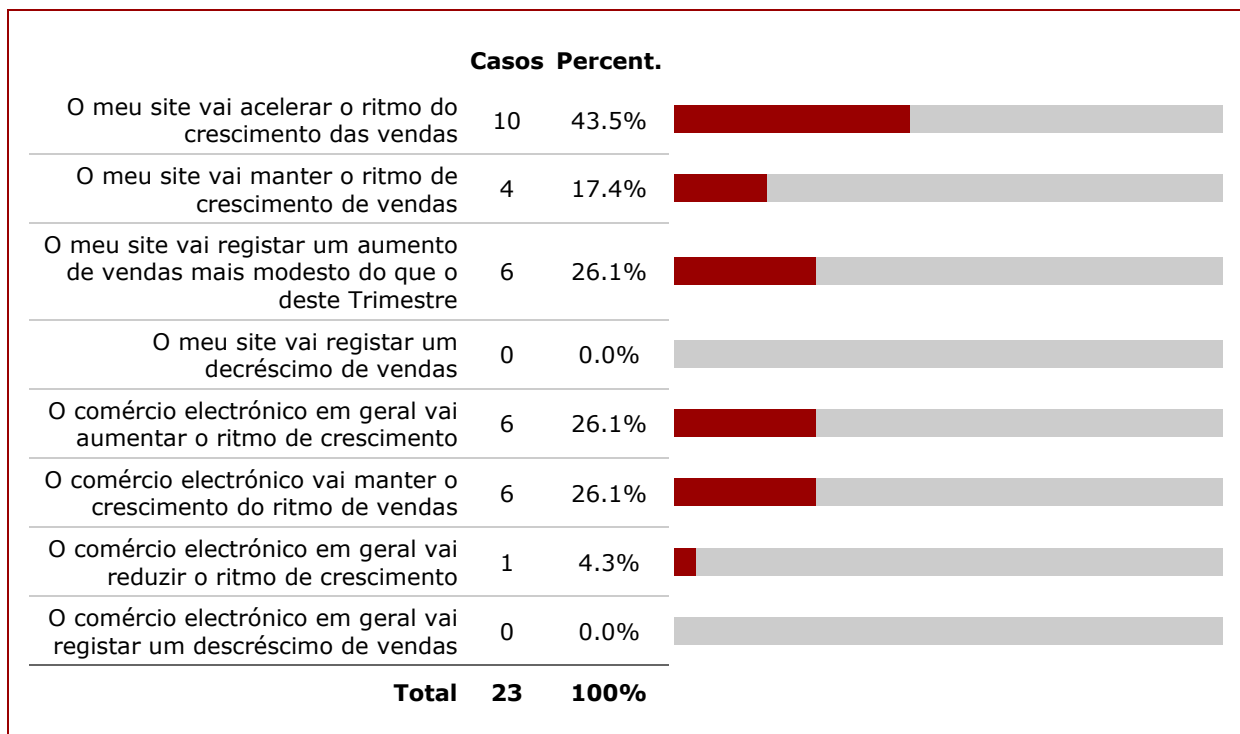
Indique a principal categoria de Produtos/Serviços que mais vendeu no seu site neste Trimestre (Assinale um máximo de 3 categorias numeradas por ordem de importância, i.e. 1 = Mais Importante).

	Média	1	3
Alimentação/Bebidas/Tabacaria/Charutos	1.00		
Animais/Jardim/Bricolagem	3.00		
Bébes e Brinquedos	1.50		
Bilhetes de Música, Desporto e Outros	3.00		
Casa/Arte/Decoração	1.50		
CD/Música	3.00		
Cosmética/Perfumes	-		
Crédito Online/Produtos e Serviços Financeiros	1.40		
Desporto e Lazer	2.00		
DVD/Vídeos	1.50		
Electrónica/Telemóveis	2.29		
Escritório/Economato	3.00		
Esoterismo/Astros	-		
Flores/Presentes	-		
Foto e Serviços	1.00		
Informática	1.33		
Jogos/Consolas	2.75		
Livros/Revistas	1.75		
Moda/Jóias/Lingerie	2.00		
Relógios/Óptica	-		
Saúde/Fitness	1.00		
Viagens/Turismo	-		
Outro	1.00		

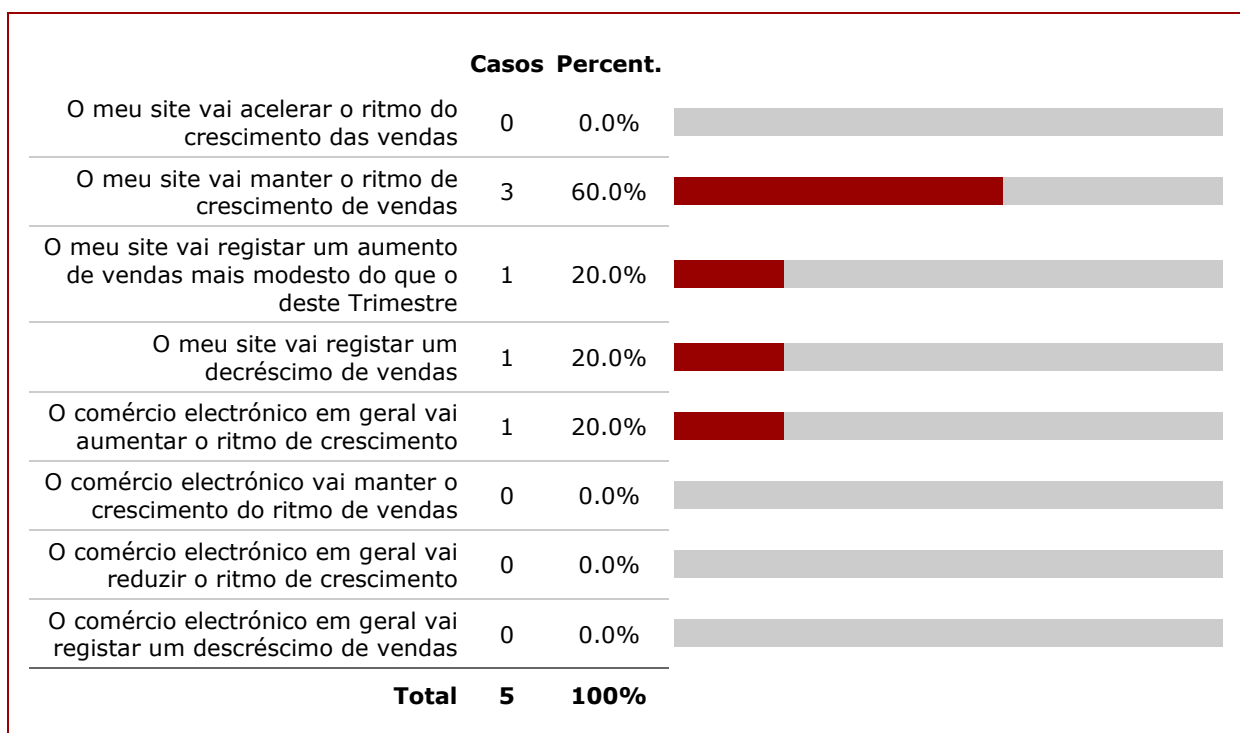
Síntese

de Resultados

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



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



Síntese

de Resultados

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%	
Total	3	100%	