



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

**1º 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 e à ESOMAR – World Association of Research Professionals, subscrevendo e realizando as suas propostas e estudos de acordo com os códigos CODEMO e ICC/ESOMAR. 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 5 de Maio e 22 de Junho de 2008, tendo sido recolhidas 38 respostas válidas.

# Síntese

---

## de Resultados

### 5. Principais Conclusões

- Cerca de 88% dos membros da ACEP inquiridos indicam a existência de um aumento do volume de vendas a partir da Internet, no primeiro trimestre de 2008, em comparação com o período homólogo de 2007. Para 71% dos inquiridos, este crescimento é igual ou inferior a 50%, sendo estes valores semelhantes aos verificados no quarto trimestre de 2007;
- Verifica-se um aumento do número de Clientes que fez compras através dos sítios na Internet dos associados da ACEP: 68,4% dos inquiridos registam um aumento de Clientes entre 1% e 50% (este valor decresceu face ao trimestre anterior) mas é compensado por 21,1% 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 e 14,3% no quarto); para 10,5%, o número de clientes diminuiu (este valor desceu 0,9pp em relação ao trimestre anterior);
- 50% dos membros da ACEP aumentou o investimento realizado no seu sítio 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, jogos/consolas, DVD/Vídeos, CD/Música e casa/artes/decoração;
- Os inquiridos têm, nesta vaga, uma expectativa ainda mais positiva para a evolução, no curto prazo, do comércio electrónico e mesmo do seu sítio: 52,9% concorda com a afirmação segundo a qual "O meu site vai acelerar o ritmo do crescimento das vendas" - este indicador apresenta uma subida considerável face ao quarto trimestre de 9,6pp;

Lisboa, 24 de Junho de 2008

Direcção de Estudos da Netsonda

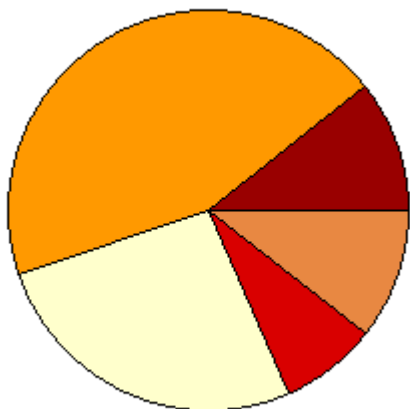
### SITES INQUIRIDOS NO BARÓMETRO DO COMÉRCIO ELECTRÓNICO EM PORTUGAL

1º Trimestre de 2008

- **2AS.pt** – 2AS Advanced Solutions - serviços e soluções de base tecnológica para empresas
- **Assinejá.pt** – Subscrição Online e venda de produtos da editora Edimpresa
- **Bizdirect.pt** – Portal de Negócios para empresas
- **Caixa Geral de Depósitos** – Homebanking
- **CETELEM** – Crédito on-line
- **Clubebpi.pt** – Loja do Clube BPI
- **Continente.pt** – Supermercado Online
- **CTT Correios** – Loja de Produtos dos Correios
- **E-constro** - mercado electrónico dirigido às empresas do sector da Construção
- **El Corte Inglés** – Supermercado Online
- **Ergometrica** – Loja de produtos para cidadãos com necessidades especiais
- **Flytap** – Bilheteira de viagens aéreas
- **FNAC** – Loja de produtos culturais, entretenimento, electrónica, informática
- **FPF Sistemas Gestão** - implementação, manutenção e evolução da gestão da sua empresa.
- **Freya Sex Shop** - Loja Online da Freya Sex Shop
- **@Jumbo** – Supermercado Online
- **LardoceLar** – Portal Imobiliário
- **Leilões.net** - Site de Leilões.
- **Loja online EBS** – comércio de equipamentos, soluções e serviços de informática e gestão.
- **LojaViva.com.pt** – Loja de comércio electrónico B2C.
- **Miau.pt** – Site de Leilões
- **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
- **Puros.pt** – Selecção das melhores marcas de charutos, cigarrilhas e artigos para fumadores
- **FCPorto.pt | SportingCP.pt | SLBenfica.pt** – Lojas Online dos respectivos clubes
- **Standvirtual.pt** – site especializado em classificados automóveis de veículos usados.
- **Staples.pt** – loja online da Staples Office Centre.
- **Tivo e Companhia** – Loja online de jogos e brinquedos educativos
- **TMN.pt** – Loja virtual de telecomunicações
- **UZO.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

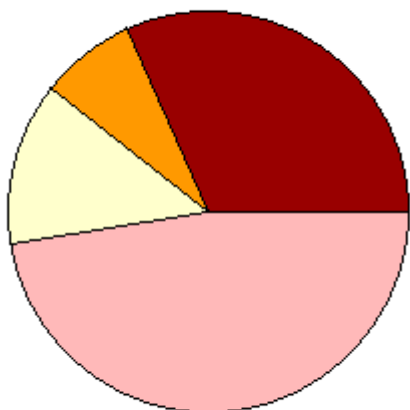
### RESULTADOS GLOBAIS DAS QUESTÕES ABORDADAS NESTA SÍNTESE:

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	4	10.5%
Aumentou entre 1% e 25%	17	44.7%
Aumentou entre 25% e 50%	10	26.3%
Aumentou entre 50% e 100%	3	7.9%
Aumentou acima de 100%	4	10.5%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

3. Indique volume de vendas no período em análise.

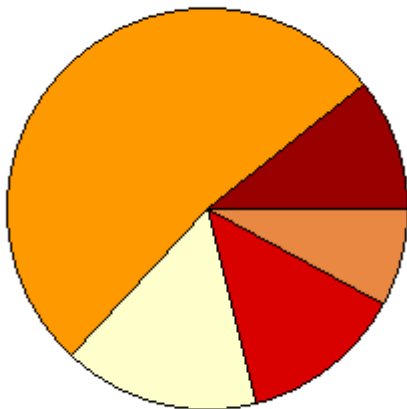


	Casos	Percent.
Menos de €50.000	12	31.6%
Entre €50.000 e €100.000	3	7.9%
Entre €100.000 e €150.000	5	13.2%
Entre €150.000 e €200.000	0	0.0%
Entre €200.000 e €250.000	0	0.0%
Mais de €250.000	18	47.4%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

# Síntese

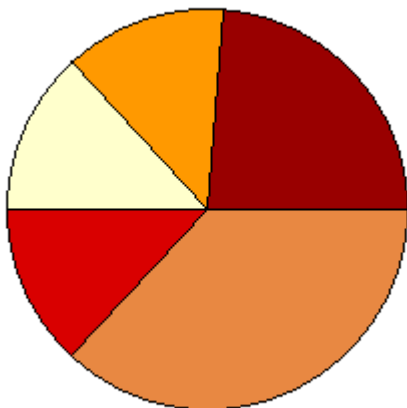
## de Resultados

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	4	10.5%
Aumentou entre 1% e 25%	20	52.6%
Aumentou entre 25% e 50%	6	15.8%
Aumentou entre 50% e 100%	5	13.2%
Aumentou acima de 100%	3	7.9%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

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

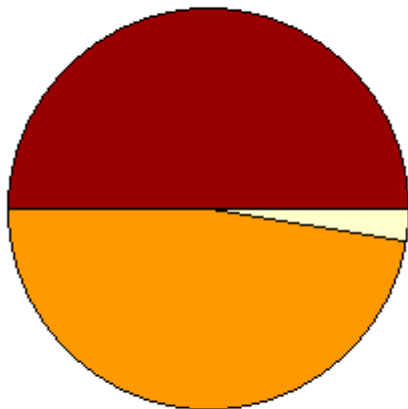


	Casos	Percent.
Até 100 clientes	9	23.7%
De 100 a 1.000	5	13.2%
De 1.000 a 5.000	5	13.2%
De 5.000 a 10.000	5	13.2%
Mais de 10.000	14	36.8%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

# 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	19	50.0%
 Manteve-se	18	47.4%
 Diminuiu	1	2.6%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

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

	Casos	Percent.	
Alimentação/Bebidas/Tabacaria/Charutos	6	15.8%	
Animais/Jardim/Bricolagem	4	10.5%	
Bébes e Brinquedos	8	21.1%	
Bilhetes de Música, Desporto e Outros	5	13.2%	
Casa/Arte/Decoração	10	26.3%	
CD/Música	8	21.1%	
Cosmética/Perfumes	5	13.2%	
Crédito Online/Produtos e Serviços Financeiros	4	10.5%	
Desporto e Lazer	4	10.5%	
DVD/Vídeos	8	21.1%	
Electrónica/Telemóveis	15	39.5%	
Escritório/Economato	6	15.8%	
Esoterismo/Astros	0	0.0%	
Flores/Presentes	5	13.2%	
Foto e Serviços	7	18.4%	
Informática	12	31.6%	
Jogos/Consolas	11	28.9%	
Livros/Revistas	10	26.3%	
Moda/Jóias/Lingerie	5	13.2%	
Relógios/Óptica	4	10.5%	
Saúde/Fitness	2	5.3%	
Viagens/Turismo	2	5.3%	
Outro. Qual?	10	26.3%	
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>	

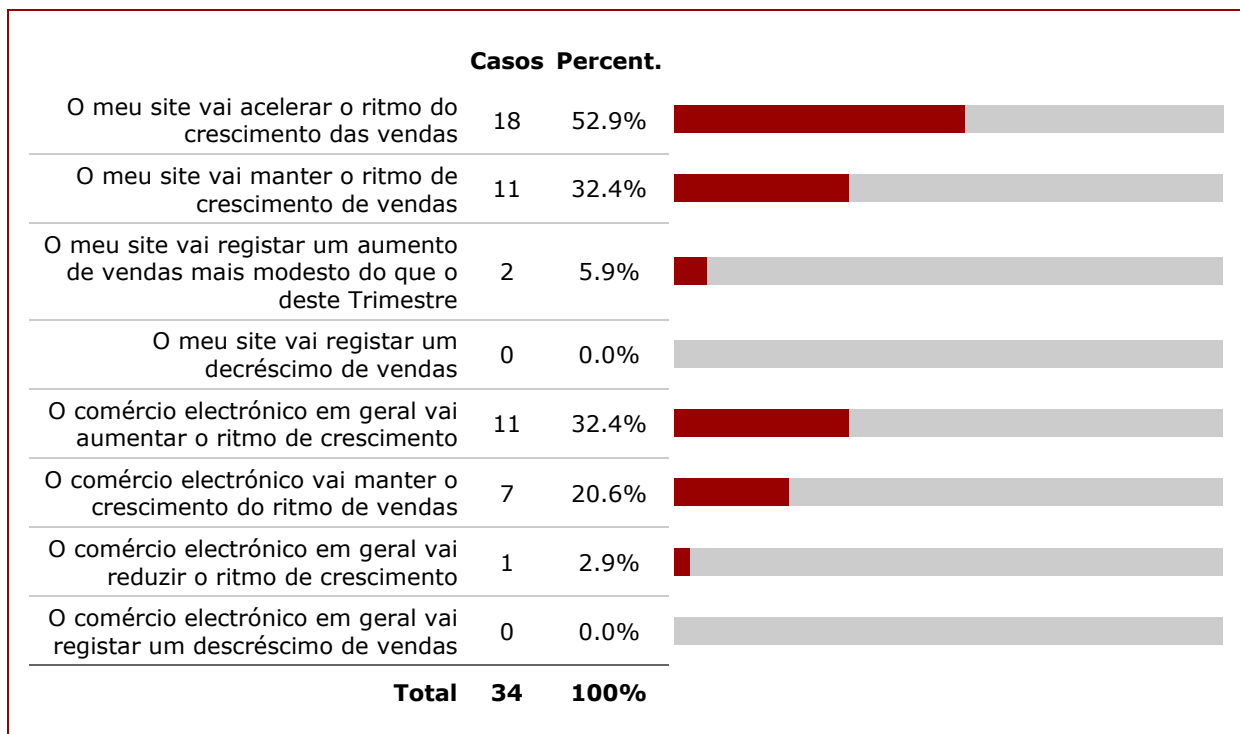
# Síntese

## de Resultados

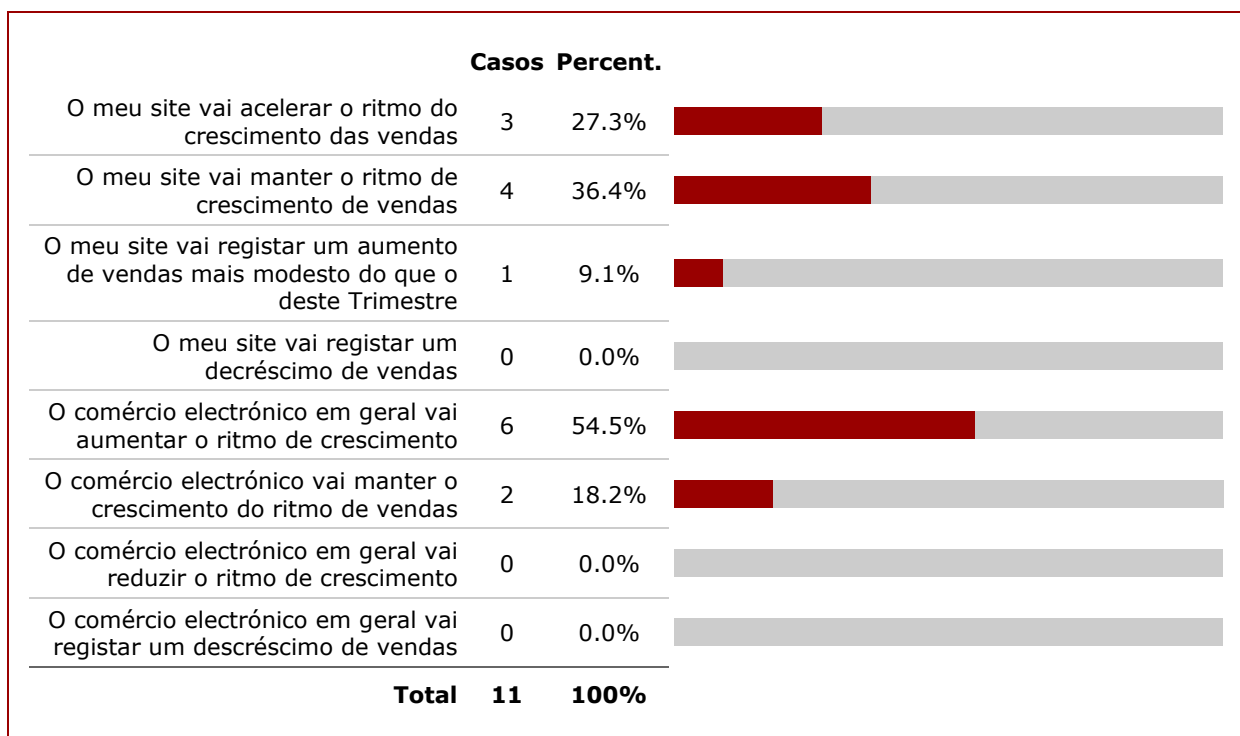
8. Indique a principal categoria de Produtos/Serviços que mais vendeu no seu site neste Trimestre (Assinale um máximo de 3 categorias numeradas por ordem de importância, i.e. 1 = Mais Importante).

	Média	1	3
Alimentação/Bebidas/Tabacaria/Charutos	1.00		
Animais/Jardim/Bricolagem	3.00		
Bébes e Brinquedos	2.50		
Bilhetes de Música, Desporto e Outros	1.67		
Casa/Arte/Decoração	2.00		
CD/Música	2.00		
Cosmética/Perfumes	2.00		
Crédito Online/Produtos e Serviços Financeiros	1.00		
Desporto e Lazer	1.00		
DVD/Vídeos	2.33		
Electrónica/Telemóveis	1.82		
Escritório/Economato	2.25		
Esoterismo/Astros	-		
Flores/Presentes	3.00		
Foto e Serviços	2.00		
Informática	1.27		
Jogos/Consolas	2.25		
Livros/Revistas	1.00		
Moda/Jóias/Lingerie	1.50		
Relógios/Óptica	3.00		
Saúde/Fitness	2.00		
Viagens/Turismo	2.00		
Outro	1.30		

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



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



**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	1	25.0%	
O meu site vai manter o ritmo de crescimento de vendas	2	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	1	25.0%	
O comércio electrónico vai manter o crescimento do ritmo de vendas	1	25.0%	
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>4</b>	<b>100%</b>	