



BARÓMETRO TRIMESTRAL DO COMÉRCIO ELECTRÓNICO EM PORTUGAL

2º TRIMESTRE 2007 | 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 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

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 22 de Julho e 22 de Setembro de 2007, tendo sido recolhidas 32 respostas válidas.

5. Principais Conclusões

- 84,4% dos membros da ACEP inquiridos indicam a existência de um aumento do volume de vendas a partir da Internet, no segundo trimestre do ano, em comparação com o período homólogo de 2006 – este indicador revela um decréscimo de 3,6pp face ao verificado no 1º Trimestre. Para 62,5% dos inquiridos, este crescimento é igual ou inferior a 50%;
- Verifica-se um aumento do número de Clientes que fez compras através dos sítios na Internet dos associados da ACEP: 65% dos inquiridos registam um aumento de Clientes entre 1% e 50%, e 21,9% dos inquiridos indicam um aumento superior a 50%; para 12,5%, o número de clientes diminuiu;
- Cerca de 50% dos membros da ACEP manteve o investimento realizado no seu sítio e 46,9% aumentaram-no, face ao período homólogo – valores um pouco inferiores aos obtidos no trimestre anterior, uma vez que os associados cujo investimento cresceu diminuiu 10pp;
- As principais categorias de produtos e serviços transaccionadas nos diferentes sítios dos inquiridos foram produtos de electrónica (incluindo telemóveis), produtos de informática, jogos/consolas e ainda livros e revistas;
- Os inquiridos têm, nesta vaga, uma expectativa menos positiva para a evolução, no curto prazo, do comércio electrónico e mesmo do seu sítio: 39,3% concorda com a afirmação segundo a qual “O meu site vai acelerar o ritmo do crescimento das vendas” (54,8% na vaga anterior) e 39,2% (valor inferior ao da vaga anterior que era de 42%) concorda com a ideia de que “O comércio electrónico em geral vai aumentar o ritmo de crescimento”;

Lisboa, 25 de Setembro de 2007

Direcção de Estudos da Netsonda

SITES INQUIRIDOS

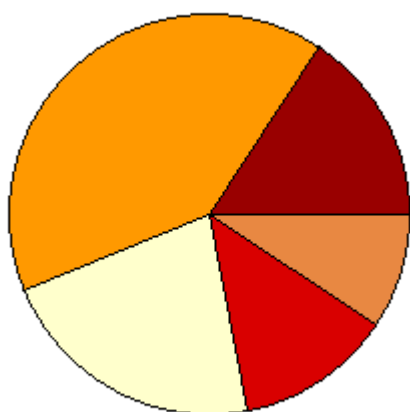
BARÓMETRO DO COMÉRCIO ELECTRÓNICO EM PORTUGAL

2º Trimestre de 2007

- Assinejá.pt - Subscrição Online e venda de produtos da editora Edimpresa
- Bizdirect - Portal de Negócios para empresas
- Caixa Geral de Depósitos - Homebanking
- CHIP7 - Loja de Produtos de Informática e Electrónica
- Clubebpi.pt - Loja do Clube BPI
- Continente.pt - Supermercado Online
- CTT Correios - Loja de Produtos dos Correios
- El Corte Inglés - Supermercado Online
- Flytap – Bilheteira de viagens aéreas
- FNAC - Loja de produtos culturais, entretenimento, electrónica, informática
- Galileu.com - Loja online de material informático, redes wireless, comunicações e imagem digital
- @Jumbo – Supermercado Online
- 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
- Pmelink.pt - Portal de Negócios para empresas
- PTCommerce.net - Soluções de comércio electrónico e alojamento com registo de domínios, Lojas virtuais
- Puros.pt – selecção das melhores marcas de charutos, cigarrilhas e artigos para fumadores
- Jornal Público - Subscrição Online e vendas de produtos do Público
- FCPorto | SportingCP | SLBenfica – Lojas Online dos respectivos clubes.
- Tivo e Companhia – Loja online de jogos e brinquedos educativos
- TV Cabo - Subscrição de serviços de acesso à internet e Televisão
- Uzo.pt - Subscrição de Serviços de Telefonía Móvel
- Vertbaudet - Loja de Moda (Crianças)
- Vobis.pt - Loja de Informática e Electrónica
- Vortextel – Loja de produtos e serviços de informática e telecomunicações
- Webboom - Loja virtual da Porto Editora
- Worten.pt - Loja de Electrodomésticos, Informática, Electrónica e Entretenimento

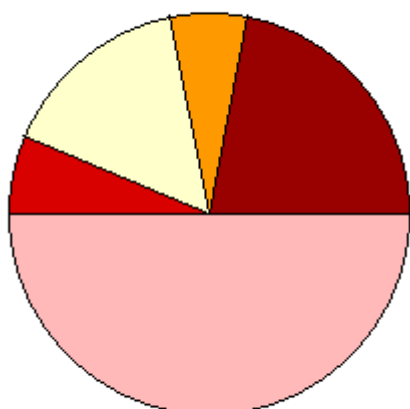
RESULTADOS GLOBAIS DAS QUESTÕES ABORDADAS NESTA SÍNTESE:

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	5	15.6%
Aumentou entre 1% e 25%	13	40.6%
Aumentou entre 25% e 50%	7	21.9%
Aumentou entre 50% e 100%	4	12.5%
Aumentou acima de 100%	3	9.4%
Total	32	100%

3. Indique volume de vendas no período em análise.

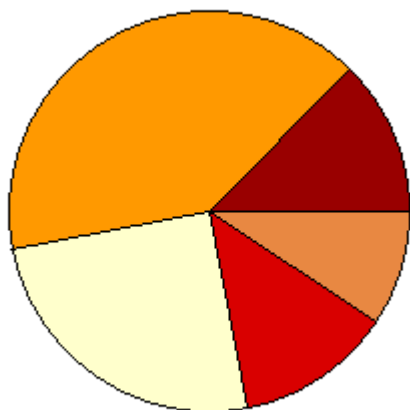


	Casos	Percent.
Menos de €50.000	7	21.9%
Entre €50.000 e €100.000	2	6.3%
Entre €100.000 e €150.000	5	15.6%
Entre €150.000 e €200.000	2	6.3%
Entre €200.000 e €250.000	0	0.0%
Mais de €250.000	16	50.0%
Total	32	100%

Síntese

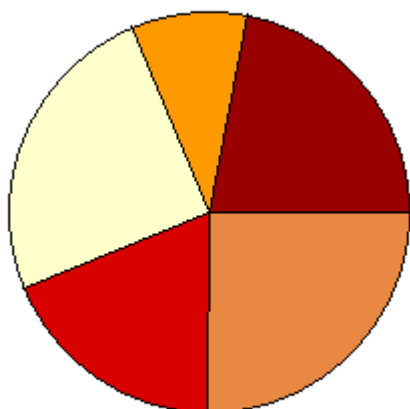
de Resultados

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	12.5%
Aumentou entre 1% e 25%	13	40.6%
Aumentou entre 25% e 50%	8	25.0%
Aumentou entre 50% e 100%	4	12.5%
Aumentou acima de 100%	3	9.4%
Total	32	100%

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

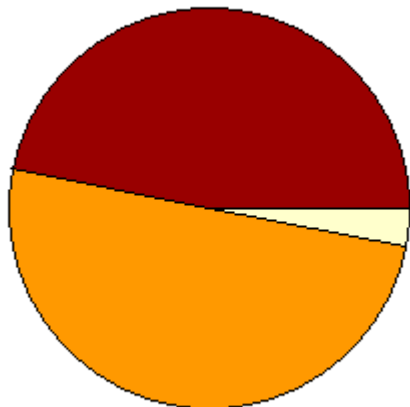





	Casos	Percent.
Até 100 clientes	7	21.9%
De 100 a 1.000	3	9.4%
De 1.000 a 5.000	8	25.0%
De 5.000 a 10.000	6	18.8%
Mais de 10.000	8	25.0%
Total	32	100%

Síntese

de Resultados

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



	Casos	Percent.
 Aumentou	15	46.9%
 Manteve-se	16	50.0%
 Diminuiu	1	3.1%
Total	32	100%

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

	Casos	Percent.	
Alimentação/Bebidas/Tabacaria/Charutos	6	18.8%	
Animais/Jardim/Bricolagem	4	12.5%	
Bébes e Brinquedos	6	18.8%	
Bilhetes de Música, Desporto e Outros	6	18.8%	
Casa/Arte/Decoração	7	21.9%	
CD/Música	5	15.6%	
Cosmética/Perfumes	2	6.3%	
Crédito Online/Produtos e Serviços Financeiros	2	6.3%	
Desporto e Lazer	6	18.8%	
DVD/Vídeos	6	18.8%	
Electrónica/Telemóveis	10	31.3%	
Escritório/Economato	3	9.4%	
Esoterismo/Astros	0	0.0%	
Flores/Presentes	2	6.3%	
Foto e Serviços	5	15.6%	
Informática	10	31.3%	
Jogos/Consolas	8	25.0%	
Livros/Revistas	9	28.1%	
Moda/Jóias/Lingerie	4	12.5%	
Relógios/Óptica	2	6.3%	
Saúde/Fitness	2	6.3%	
Viagens/Turismo	3	9.4%	
Outro. Qual?	7	21.9%	
Total	32	100%	

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	1.67		
Animais/Jardim/Bricolagem	2.33		
Bébes e Brinquedos	2.25		
Bilhetes de Música, Desporto e Outros	1.67		
Casa/Arte/Decoração	1.67		
CD/Música	3.00		
Cosmética/Perfumes	3.00		
Crédito Online/Produtos e Serviços Financeiros	1.67		
Desporto e Lazer	2.75		
DVD/Vídeos	2.67		
Electrónica/Telemóveis	2.30		
Escritório/Economato	2.33		
Esoterismo/Astros	3.00		
Flores/Presentes	2.67		
Foto e Serviços	2.50		
Informática	1.22		
Jogos/Consolas	2.40		
Livros/Revistas	2.20		
Moda/Jóias/Lingerie	1.67		
Relógios/Óptica	2.50		
Saúde/Fitness	2.50		
Viagens/Turismo	2.33		
Outro	1.71		

**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	11	39.3%	
O meu site vai manter o ritmo de crescimento de vendas	12	42.9%	
O meu site vai registar um aumento de vendas mais modesto do que o deste Trimestre	2	7.1%	
O meu site vai registar um decréscimo de vendas	1	3.6%	
O comércio electrónico em geral vai aumentar o ritmo de crescimento	11	39.3%	
O comércio electrónico vai manter o crescimento do ritmo de vendas	2	7.1%	
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	28	100%	









**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	37.5%	
O meu site vai manter o ritmo de crescimento de vendas	4	50.0%	
O meu site vai registar um aumento de vendas mais modesto do que o deste Trimestre	1	12.5%	
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	3	37.5%	
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	8	100%	

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 Homebanking)

	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	5	83.3%	
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%	
Total	6	100%	