



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

**3º 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](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 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 Outubro e 27 de Novembro de 2007, tendo sido recolhidas 30 respostas válidas.

### 5. Principais Conclusões

- 90% dos membros da ACEP inquiridos indicam a existência de um aumento do volume de vendas a partir da Internet, no terceiro trimestre do ano, em comparação com o período homólogo de 2006 – este indicador revela um crescimento de 5,6pp face ao verificado no 2º Trimestre. Para 70% 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: 70% dos inquiridos registam um aumento de Clientes entre 1% e 50%, e 3,4% dos inquiridos indicam um aumento superior a 50%; para 13,3%, o número de clientes diminuiu (este valor subiu 0,8pp em relação ao trimestre anterior);
- Cerca de 47% dos membros da ACEP manteve o investimento realizado no seu sítio e este valor é semelhante nos casos do que o aumentaram, 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, alimentação, bebés e brinquedos (esta categoria aparece no top pela primeira vez) e casa/artes/decoração;
- Os inquiridos têm, nesta vaga, uma expectativa significativamente mais positiva para a evolução, no curto prazo, do comércio electrónico e mesmo do seu sítio: 53,8% concorda com a afirmação segundo a qual “O meu site vai acelerar o ritmo do crescimento das vendas” (39,3% na vaga anterior);

Lisboa, 7 de Dezembro de 2007

Direcção de Estudos da Netsonda

### SITES INQUIRIDOS

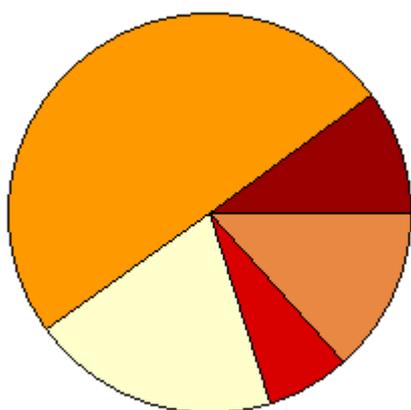
## BARÓMETRO DO COMÉRCIO ELECTRÓNICO EM PORTUGAL

### 3º 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
- Econstroi.com - Portal de Negócios para Empresas
- 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
- 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
- Leiloes.net
- Miau.pt - Site de Leilões
- Oficina da Terra – Loja de artigos de artesanato
- Pavilhão Atlântico - Bilheteira de espectáculos
- Portal MegaRede
- Pmlink.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
- FCPorto | SportingCP | SLBenfica – Lojas Online dos respectivos clubes.
- Standvirtual
- Tivo e Companhia – Loja online de jogos e brinquedos educativos
- TV Cabo - Subscrição de serviços de acesso à internet e Televisão
- Vertbaudet - Loja de Moda (Crianças)
- Webboom - Loja virtual da Porto Editora

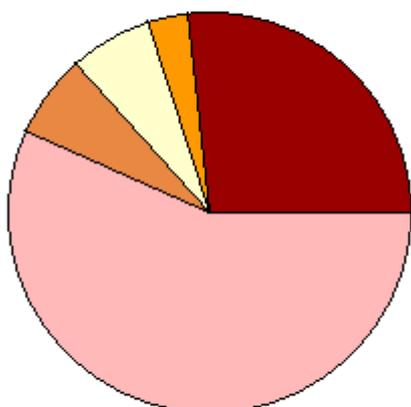
### RESULTADOS GLOBAIS DAS QUESTÕES ABORDADAS NESTA SÍNTESE:

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	3	10.0%
■ Aumentou entre 1% e 25%	15	50.0%
■ Aumentou entre 25% e 50%	6	20.0%
■ Aumentou entre 50% e 100%	2	6.7%
■ Aumentou acima de 100%	4	13.3%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

3. Indique volume de vendas no período em análise.

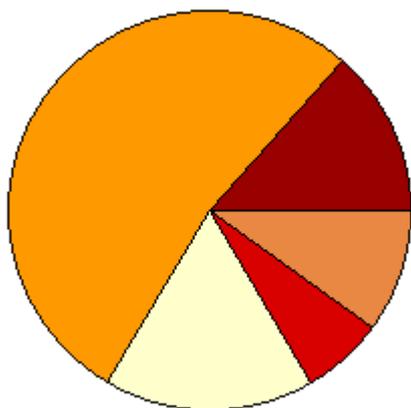


	Casos	Percent.
■ Menos de €50.000	8	26.7%
■ Entre €50.000 e €100.000	1	3.3%
■ Entre €100.000 e €150.000	2	6.7%
■ Entre €150.000 e €200.000	0	0.0%
■ Entre €200.000 e €250.000	2	6.7%
■ Mais de €250.000	17	56.7%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

# Síntese

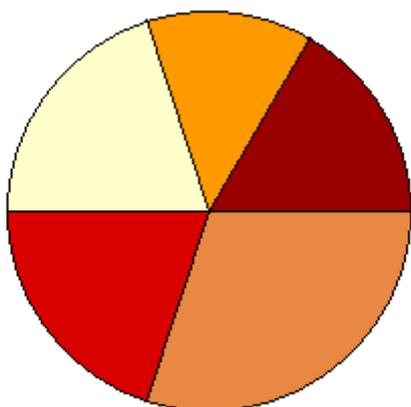
## de Resultados

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	13.3%
■ Aumentou entre 1% e 25%	16	53.3%
■ Aumentou entre 25% e 50%	5	16.7%
■ Aumentou entre 50% e 100%	2	6.7%
■ Aumentou acima de 100%	3	10.0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

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

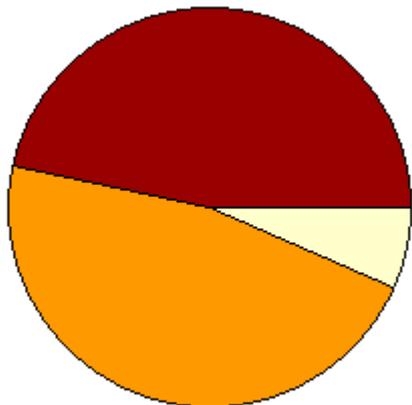


	Casos	Percent.
■ Até 100 clientes	5	16.7%
■ De 100 a 1.000	4	13.3%
■ De 1.000 a 5.000	6	20.0%
■ De 5.000 a 10.000	6	20.0%
■ Mais de 10.000	9	30.0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

# Síntese

## de Resultados

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



	Casos	Percent.
<span style="color: red;">■</span> Aumentou	14	46.7%
<span style="color: orange;">■</span> Manteve-se	14	46.7%
<span style="color: yellow;">■</span> Diminuiu	2	6.7%
<b>Total</b>	<b>30</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	7	23.3%	
Animais/Jardim/Bricolagem	4	13.3%	
Bébes e Brinquedos	7	23.3%	
Bilhetes de Música, Desporto e Outros	3	10.0%	
Casa/Arte/Decoração	7	23.3%	
CD/Música	3	10.0%	
Cosmética/Perfumes	3	10.0%	
Crédito Online/Produtos e Serviços Financeiros	2	6.7%	
Desporto e Lazer	5	16.7%	
DVD/Vídeos	4	13.3%	
Electrónica/Telemóveis	9	30.0%	
Escritório/Economato	4	13.3%	
Esoterismo/Astros	0	0.0%	
Flores/Presentes	1	3.3%	
Foto e Serviços	2	6.7%	
Informática	8	26.7%	
Jogos/Consolas	7	23.3%	
Livros/Revistas	6	20.0%	
Moda/Jóias/Lingerie	5	16.7%	
Relógios/Óptica	3	10.0%	
Saúde/Fitness	2	6.7%	
Viagens/Turismo	1	3.3%	
Outro. Qual?	9	30.0%	
<b>Total</b>	<b>30</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	2.67		
Bébes e Brinquedos	2.00		
Bilhetes de Música, Desporto e Outros	1.00		
Casa/Arte/Decoração	1.67		
CD/Música	2.00		
Cosmética/Perfumes	2.00		
Crédito Online/Produtos e Serviços Financeiros	1.00		
Desporto e Lazer	3.00		
DVD/Vídeos	2.00		
Electrónica/Telemóveis	2.50		
Escritório/Economato	2.50		
Esoterismo/Astros	-		
Flores/Presentes	2.00		
Foto e Serviços	-		
Informática	1.67		
Jogos/Consolas	2.00		
Livros/Revistas	1.67		
Moda/Jóias/Lingerie	1.67		
Relógios/Óptica	3.00		
Saúde/Fitness	1.00		
Viagens/Turismo	1.00		
Outro	1.20		

**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	14	53.8%	
O meu site vai manter o ritmo de crescimento de vendas	10	38.5%	
O meu site vai registar um aumento de vendas mais modesto do que o deste Trimestre	1	3.8%	
O meu site vai registar um decréscimo de vendas	1	3.8%	
O comércio electrónico em geral vai aumentar o ritmo de crescimento	6	23.1%	
O comércio electrónico vai manter o crescimento do ritmo de vendas	3	11.5%	
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%	
<b>Total</b>	<b>26</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	2	40.0%	
O meu site vai manter o ritmo de crescimento de vendas	3	60.0%	
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	3	60.0%	
O comércio electrónico vai manter o crescimento do ritmo de vendas	1	20.0%	
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>5</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	1	33.3%	
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	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>3</b>	<b>100%</b>	