

Painel Trimestral UNICRE/Vector21

“As Lojas Eletrónicas Portuguesas”

3º trimestre de 2004

INDICE

INTRODUÇÃO	3
1. Enquadramento geral	3
2. Proposta de trabalho	3
3. Objectivos	3
4. Estrutura do relatório	4
PRIMEIRA PARTE – ANÁLISE DAS VENDAS NO 3º TRIMESTRE DE 2004	5
1. Produtos com maior taxa de referência por parte dos comerciantes do painel	5
2. Formas de pagamento	6
2.1. Classificação da utilização das várias formas de pagamento	6
3. Vendas por região	8
4. Análise “mês a mês”	9
4.1. Comparação entre o mês em análise e o seu antecedente	9
4.2. Classificação de cada mês quanto ao volume de vendas	10
5. Vendas para o estrangeiro	11
SEGUNDA PARTE – EXPECTATIVAS, PRESENÇA DAS LOJAS E MBNET	12
1. Expectativas relativamente ao Futuro	12
2. Presença das lojas	12
3. O MBNet	12
TERCEIRA PARTE – SÍNTESE CONCLUSIVA	13
ANEXO – GRÁFICOS REFERENTES AOS RESULTADOS APURADOS	15

INTRODUÇÃO

1. Enquadramento geral

O presente relatório enquadra-se nos Painéis Trimestrais UNICRE/Vector21 – “As Lojas Electrónicas Portuguesas”, cujo objectivo fundamental é o de acompanhar a oferta das lojas electrónicas nacionais em cada trimestre. As expectativas dos comerciantes electrónicos quanto à evolução do seu negócio, bem como os meios de pagamento mais usados, são outros dos elementos em análise nestes relatórios.

A informação é recolhida através da aplicação de um questionário a uma amostra de lojas electrónicas nacionais. O painel UNICRE/Vector21 – “As Lojas Electrónicas Portuguesas” realiza-se todos os trimestres desde Outubro de 2001, e as suas diferentes edições podem ser consultadas no *site* da UNICRE, em www.unicre.pt.

2. Proposta de trabalho

No presente painel, referente ao 3º trimestre de 2004, propomos analisar, entre outros, os seguintes aspectos:

- As vendas das lojas electrónicas portuguesas, nas suas várias vertentes, nos meses de Julho, Agosto e Setembro de 2004;
- Expectativas dos comerciantes relativamente ao futuro;
- Adesão das lojas *on-line* ao MBNet.

3. Objectivos

Na análise das vendas do trimestre pretendem atingir-se os seguintes objectivos:

- Determinar os produtos mais vendidos pelas lojas portuguesas;
- Qualificar o nível de utilização das várias formas de pagamento;
- Avaliar quais as regiões mais e menos representativas no que respeita às vendas efectuadas pelas lojas nacionais;

- Comparar as vendas em cada mês;
- Determinar as lojas que venderam para fora de Portugal, bem como o peso das vendas efectuadas para o estrangeiro;
- Medir as expectativas dos comerciantes no médio prazo;
- Determinar o tipo de presença das lojas electrónicas portuguesas (se têm presença exclusivamente na Internet ou também 'física');
- Determinar a percentagem de lojas aderentes ao MBNet.

4. Estrutura do relatório

Para atingir os objectivos propostos, o presente relatório organiza-se da seguinte forma:

I. INTRODUÇÃO

A introdução é composta pelos seguintes pontos:

1. **Enquadramento geral** (contextualização do trabalho).
2. **Proposta de trabalho** (âmbito de análise do relatório).
3. **Objectivos** (objectivos propostos).
4. **Estrutura do relatório** (identificação das partes que constituem o presente relatório).

PRIMEIRA PARTE – Análise das vendas no 3º trimestre de 2004

Na primeira parte serão desenvolvidas as variáveis directamente relacionadas com as vendas e com a caracterização qualitativa do 3º trimestre de 2004.

SEGUNDA PARTE – Expectativas, presença das lojas e MBNet

Na segunda parte serão abordados os tópicos relacionados com as expectativas de curto médio/prazo, a situação presencial das lojas e o MBNet.

ANEXO – Gráficos referentes aos resultados apurados

O anexo é constituído pelos gráficos referentes aos resultados apurados.

PRIMEIRA PARTE

Análise das vendas no 3º trimestre de 2004

1. Produtos com maior taxa de referência por parte dos comerciantes do painel

No 3º trimestre os produtos informáticos ocupam a primeira posição do *ranking* dos produtos que os comerciantes electrónicos consideraram ter vendido mais, com 27,3%. O segundo lugar é ocupado pelos Livros, Reservas em unidades de alojamento e pelos CDs /Cassetes, com 18,2% de referências.

Quadro comparativo da evolução dos produtos mais referidos pelos comerciantes como tendo sido os mais vendidos entre Janeiro e Setembro de 2004

Produtos	3º Trimestre	2º Trimestre	1º Trimestre
Produtos informáticos	27%	15,4%	20,0%
Livros	18%	23,1%	26,7%
Reservas em unidades de alojamento	18%	23,1%	13,3%
CDs /cassetes	18%	23,1%	26,7%
Reservas de bilhetes	9%	7,7%	6,7%
Alimentação e bebidas	9%	23,1%	13,3%
Filmes/outros vídeos	9%	23,1%	13,3%

Confirma-se tendência de diminuição do número de produtos referidos pelos comerciantes

Tal como já havíamos referido nos relatórios do 1º e 2º trimestres de 2004, a tendência de decréscimo do número de produtos referidos pelos comerciantes confirma-se mais uma vez no 3º trimestre. Assim, no 4º trimestre de 2003 o *ranking* era constituído 16 tipos de bens e serviços; no 1º trimestre de 2004 passou para 12 e no 2º trimestre para 11 produtos. Actualmente a tabela é composta por 7 produtos. Este facto poderá significar que as lojas estão a especializar cada vez mais a sua oferta.

2. Formas de pagamento

NOTA PRÉVIA:

Todas as classificações que surgem ao longo deste relatório correspondem a índices médios com base em escalas propostas aos membros do painel (de 1 a 4 nuns casos, e de 1 a 5 noutros; em cada situação de utilização das escalas existe uma nota de rodapé explicativa do que representa cada valor).

Distribuição percentual das formas de pagamento aceites pelas lojas electrónicas

Formas de Pagamento	Percentagem de aceitação
Cobrança	82%
Transferência bancária	73%
Com cartão dando o número em claro no <i>site</i>	64%
Cheque	64%
MBNet	45%
Referência Multibanco	45%
Pagamento na loja 'física'	36%
SMS	9%

2.1. Classificação da utilização das várias formas de pagamento ¹

2.1.1. Cartões de pagamento

Comparando com os resultados do painel do 2º trimestre de 2004, os comerciantes *on-line* consideraram que os cartões de pagamento foram, no 3º trimestre, mais utilizados pelos seus clientes. Assim, a frequência média de utilização passou de 2,1 para 2,4. Destaque-se, entretanto, que o MBNet aumentou a sua utilização média de 1,4 para 2,2 e a Referência Multibanco de 2 para 2,4.

¹ Cf. Nota Prévia, 1 = Nada utilizado; 4 = Muito utilizado

2.1.2. Restantes formas de pagamento

Comparativamente ao 2º trimestre, a Cobrança e a Transferência bancária aumentaram os respectivos índices de referência por parte dos comerciantes inquiridos. A cobrança foi a forma de pagamento que os comerciantes referiram como mais utilizada durante o 3º trimestre de 2004. Além de manter a liderança no *ranking* geral registou ainda um aumento médio de 3 para 3,7.

A Transferência bancária ocupa a segunda posição do *ranking* geral, registando um aumento da referência média de 2 para 2,8

O pagamento por Cheque diminuiu a utilização média de 2,4 para 2. O pagamento na loja 'física' passou de 3 para 2,8 em termos de referência média pelos comerciantes.

Finalmente o SMS, onde é de notar o facto de 9% dos comerciantes terem referido que os seus clientes utilizam esta forma de pagamento.

**Utilização média das várias formas de pagamento
durante o 3º trimestre de 2004**

Formas de pagamento	Utilização média
Cartões de pagamento	
• <i>"Através do número do cartão em claro no site"</i>	2,7
• <i>MBNet</i>	2,2
• <i>Referência Multibanco</i>	2,4
Cobrança	3,7
Transferência Bancária	2,8
Pagamento na loja	2,8
Cheque	2,0
SMS	1,0

3. Vendas por região²

Face ao 2º trimestre de 2004, apenas as vendas para o estrangeiro diminuíram a classificação média atribuída pelos comerciantes. Comparativamente ao trimestre anterior, as vendas para as regiões do Norte de Portugal, Alentejo / Algarve, Ilhas e Beiras aumentaram. As vendas para as zonas de Lisboa e Vale do Tejo mantiveram-se.

Apesar de manter a mesma média, Lisboa e Vale do Tejo é a região mais compradora, seguida do Norte de Portugal. As vendas para o estrangeiro desceram da terceira posição para a última.

O Alentejo / Algarve e as Ilhas ocupam a terceira posição. As Beiras são a quarta região mais compradora.

² Cf. Nota Prévia, 1 = Nada; 4 = Muita coisa

Tabela das classificações atribuídas pelos comerciantes às vendas para cada região.

Região	Média
Lisboa e Vale do Tejo	3,4
Norte de Portugal	3,1
Alentejo e Algarve	2,6
Ilhas	2,6
Beiras	2,4
Estrangeiro	2,1

Vendas aumentam para a maioria das regiões

Com excepção das vendas para “Lisboa Vale do Tejo” e “Estrangeiro”, todas as regiões compraram mais às lojas nacionais, segundo o *feed-back* dos comerciantes inquiridos no Painel UNICRE / Vector21 – “As Lojas Electrónicas Portuguesas” referente ao 3º trimestre de 2004.

4. Análise “mês a mês”

*Comparação entre o mês em análise e o seu antecedente*³

Julho relativamente a Junho

Segundo os comerciantes, as vendas de Julho relativamente a Junho aumentaram ligeiramente. O valor médio registado foi 3,1 (ligeiramente acima do qualitativo “manteve”).

Agosto relativamente a Julho

As vendas no mês de Agosto diminuíram, relativamente a Julho. O valor médio registado foi 2,6 (abaixo do qualitativo “manteve”).

Setembro relativamente a Agosto

Relativamente a Agosto, as vendas em Setembro aumentaram. O valor médio registado foi 3,9 (qualitativamente perto de “aumentou”).

³ C.f. Nota Prévia, 1 = Desceu muito; 5 = Aumentou muito

Tabela comparativa entre o mês em análise e o antecedente

Comparação entre os meses do 3º trimestre de 2004	Média
Julho relativamente a Junho	3,1
Agosto relativamente a Julho	2,6
Setembro relativamente a Agosto	3,9

4.2. Classificação de cada mês quanto ao volume de vendas⁴

Setembro foi considerado pelos comerciantes o melhor mês do trimestre, seguido de Julho. Agosto foi considerado o pior mês.

Julho

Julho registou uma média de 2,8. Em termos qualitativos este valor encontra-se muito perto de "Bom".

Agosto

Agosto foi o mês do trimestre com menor classificação média (2,2), qualitativamente pouco acima de "Mau".

Setembro

Qualitativamente, o mês de Setembro foi considerado pelos comerciantes como tendo sido "Bom" (valor médio de 3,2).

Classificação média atribuída pelos comerciantes às vendas nos meses do 3º trimestre

Mês do trimestre	Média
Classificação de Julho	2,8
Classificação de Agosto	2,2
Classificação de Setembro	3,2

⁴ Cf. Nota Prévia: 1 = Muito mau; 4 = Muito bom

5. Vendas para o estrangeiro

No 3º trimestre, a percentagem de lojas que referiram ter vendido para o estrangeiro diminuiu bastante em relação ao 2º trimestre (de 85% para 60%).

Segundo os comerciantes inquiridos, o peso das encomendas provenientes do estrangeiro desceu 5,9% do segundo para o terceiro trimestre de 2004, tendo representado 20,9% das vendas totais efectuadas pelas lojas.

SEGUNDA PARTE

Expectativas, presença das lojas e MBNet

1. Expectativas relativamente ao futuro

Relativamente à forma como os comerciantes encaram os próximos seis meses dos seus projectos de vendas *on-line*, a grande maioria mostrou-se "*Optimista*". O valor médio registado foi 3.4, qualitativamente entre o "*Optimista*" e "*Muito optimista*".

2. Presença das lojas

A maioria das lojas analisadas funcionam simultaneamente na Internet e no comércio 'físico' (60%). Destas, 83,3% iniciaram a sua actividade 'físicamente', tendo depois começado a operar na Web, enquanto 16,7% das lojas começaram por electrónicas e expandiram depois o seu negócio para o comércio 'físico'.

Finalmente, 40% das lojas do painel funcionam apenas na Internet.

3. O MBNet

No 3º trimestre a percentagem de lojas aderentes ao MBNet voltou a registar uma subida. Comparativamente ao painel do trimestre anterior, registou-se uma subida de 23,1% para 30%.

Entretanto, 10% das lojas referiram tencionar aderir ao MBNet, 30% afirmaram que não tencionam aderir e 30% referiram que ainda não sabem.

TERCEIRA PARTE

Síntese Conclusiva

Produtos com maior taxa de referência

Os produtos informáticos registaram a maior taxa de referências por parte dos comerciantes do painel. As categorias “Alimentação e bebidas” e “Filmes/outros vídeos” sofreram quedas muito grandes nas referências pelos comerciantes.

Formas de pagamento

A cobrança foi a forma de pagamento com maior percentagem de aceitação nas lojas electrónicas nacionais no 3º trimestre de 2004. O SMS foi a forma de pagamento que os comerciantes dizem ter sido menos usada, mas mesmo assim foi referida por 9% das lojas aderentes ao painel.

Quanto ao pagamento com cartão, comparando com os resultados do painel do 2º trimestre de 2004, os comerciantes *on-line* consideraram que os cartões de pagamento foram, no 3º trimestre, mais utilizados pelos seus clientes. Assim, no global, a frequência média de utilização do modo “Cartões de Pagamento” passou de 2,1 para 2,4.

É de destacar o MBNet, que, segundo as referências dos Comerciantes, aumentou a sua utilização média de 1,4 para 2,2; e a Referência Multibanco, que terá aumentado a sua utilização média de 2 para 2,4.

Vendas por região

Em termos médios, “Lisboa e Vale do Tejo” foi a região mais compradora, segundo os comerciantes *on-line*, no terceiro trimestre de 2004. Destacamos o aumento verificado nas vendas para Norte de Portugal, Alentejo / Algarve, Ilhas e Beiras. Comparativamente ao 2º trimestre, as vendas para o estrangeiro

caíram de 85% para 60%, segundo a valorização dos comerciantes.

Análise “mês a mês”

Pelo facto de as vendas terem aumentado, destacamos positivamente o mês de Setembro relativamente a Agosto. Na classificação atribuída pelos comerciantes a cada mês, Agosto foi considerado o pior mês do trimestre e Setembro o melhor.

Exportações

Durante o 3º trimestre registaram-se menos lojas a referirem que venderam para o estrangeiro. O peso médio das vendas para o exterior decaiu, tendo-se registado menos 5,9% de encomendas para o estrangeiro.

Expectativas relativamente ao futuro

Relativamente à atitude dos comerciantes face às suas expectativas para os próximos seis meses, o valor médio registado foi 3,4, qualitativamente entre o “*Optimista*” e “*Muito optimista*”.

Presença das lojas

A maior parte das lojas têm presença ‘física’ e *on-line* (60%). Destes projectos, 83,3% iniciaram a sua actividade no comércio ‘físico’.

MBNet

Do segundo para o terceiro trimestre de 2004, as lojas que referiram ter aderido ao MBNet aumentaram 6,9%. Segundo as expectativas demonstradas pelos comerciantes no 3º trimestre, esta forma de pagamento poderá crescer 10%.

ANEXO

GRÁFICOS REFERENTES AOS TEMAS ABORDADOS





