

# O Comércio Electrónico em Portugal

## O Mercado e o Quadro Legal

### O Mercado do Comércio Electrónico

- Conceito e principais tipos
- Vantagens e desvantagens
- Análise do mercado
  - Infra-estruturas para o comércio electrónico
  - Estimativas e previsões do comércio electrónico
  - O comércio electrónico nas empresas
  - Os consumidores e as compras *on-line*

### O Quadro Legal

- Desafios da regulação do comércio electrónico
- Enquadramento internacional, comunitário e nacional
- Diploma relativo ao comércio electrónico
  - Objectivo e âmbito
  - Prestadores de serviços da sociedade da informação
  - Responsabilidade dos prestadores de serviços em rede
  - Comunicações publicitárias em linha e *marketing* directo
  - Contratação electrónica
  - Supervisão, quadro sancionatório e auto-regulação

### A Relação com o Mercado

- Pedidos de informação
- Reclamações
- Pedidos de solução provisória de litígio



#### ANACOM

Av. José Malhoa, 12 / 1099-017 Lisboa  
Tel: 21 721 10 00 / Fax: 21 721 26 91  
[www.anacom.pt](http://www.anacom.pt)  
[comercio.electronico@anacom.pt](mailto:comercio.electronico@anacom.pt)



# O Comércio Electrónico em Portugal

## O Mercado e o Quadro Legal



**Dia 10 de Novembro, às 16h00**  
**Centro de Congressos de Lisboa - Junqueira**  
**APDC - espaço *Business Lounge*, sala 6**

## Objectivo da sessão de trabalho

Divulgar informação sobre o comércio electrónico e esclarecer os agentes económicos quanto às diversas virtualidades e implicações desta forma de comércio, em particular:

- o resultado da transposição da directiva comunitária sobre o comércio electrónico, naquele que foi o modelo jurídico consagrado na legislação nacional pelo Decreto-Lei n.º 7/2004, de 7 de Janeiro;
- o impacto do novo quadro legal em matéria do envio de comunicações não solicitadas para fins de *marketing* directo, ou *spam*, temática que, na actualidade, suscita grande apreensão aos operadores e utilizadores de Internet; e
- informação estatística sobre a evolução e situação actual do mercado do comércio electrónico em Portugal e na Europa.

## A quem interessa

- Quadros directivos e gestores de empresas que desenvolvam actividade no âmbito destas matérias;
- Estudantes de cursos superiores cujos programas curriculares tenham afinidades com estas áreas, nomeadamente, cursos de Gestão, Economia, *Marketing*, Direito e Tecnologias da informação;
- Técnicos de outras entidades reguladoras que, juntamente com a ANACOM, assumam papéis relevantes no contexto do Decreto-Lei n.º 7/2004; e
- Consumidores e público em geral.

## O comércio electrónico e sua importância

A disponibilização da tecnologia *Web*, durante os anos 90, permitiu a grande parte do tecido empresarial reequacionar as estratégias de actuação no mercado, provocando alterações profundas no ambiente negocial tradicional, designadamente no modo de relacionamento entre clientes e fornecedores. Esta alteração deu origem a uma nova forma de vender e comprar – o comércio electrónico –, que se tem convertido num factor fundamental de competitividade e num fortíssimo indutor de produtividade para a generalidade das empresas.

No panorama nacional, e apesar das melhorias verificadas nos últimos anos em Portugal, a verdade é que as empresas portuguesas mantêm-se na cauda da Europa no que respeita à adopção do comércio electrónico. De acordo com dados recentemente publicados pelo Eurostat, apenas 16% das empresas portuguesas recorrem à Internet para efectuar compras electrónicas, ao passo que 7% utilizam-na para realizar vendas. Estes valores ficam aquém dos verificados pela média das empresas na União Europeia (24% e 10%).

## O diploma do comércio electrónico

O novo diploma do comércio electrónico, o Decreto-Lei n.º 7/2004, que transpõe a Directiva 2000/31/CE, veio, em linhas gerais, consagrar o princípio da liberdade de estabelecimento e de exercício da prestação de serviços da sociedade da informação e disciplinar as matérias da responsabilidade dos prestadores de serviços em rede, das comunicações publicitárias em rede e da contratação electrónica, pretendendo reforçar a segurança jurídica e a confiança dos consumidores no comércio electrónico.

Em transposição parcial da Directiva 2002/58/CE, este diploma veio ainda estabelecer o regime das comunicações não solicitadas, ou *spam*, com a consagração da regra geral da opção positiva (*opt-in*).

Assinalam-se, neste quadro legal, novidades não compreendidas no quadro mínimo de regulação imposto pela directiva, como a criação de um mecanismo de solução provisória de litígios para dirimir questões que possam surgir quanto à licitude de conteúdos disponíveis em rede e o estabelecimento de um processo de inscrição para os prestadores intermediários de serviços.

O modelo de supervisão instituído caracteriza-se pela criação de uma entidade de supervisão central, papel cometido à ANACOM, com atribuições em todos os domínios regulados pelo diploma, salvo nas matérias em que lei especial atribua competência sectorial a outra entidade.

## O papel da ANACOM

Em linha com o que tem caracterizado a sua actuação enquanto entidade reguladora das comunicações electrónicas e do sector postal, a ANACOM assume agora as novas competências que, no âmbito do comércio electrónico, lhe foram cometidas pelo Decreto-Lei n.º 7/2004.

A partir do momento em que, no processo de transposição, ficou clara a designação desta Autoridade como entidade de supervisão central, foi criada a Unidade de Missão e Desenvolvimento para o Comércio Electrónico. Numa primeira etapa – a transposição da directiva – esta Unidade participou activamente no processo legislativo. Actualmente encontra-se empenhada no exercício das novas funções que impendem sobre a ANACOM, a par de uma intensa acção de divulgação destas matérias.

Com o trabalho que vem desenvolvendo, a ANACOM espera dar um contributo importante para a divulgação e desenvolvimento do comércio electrónico em Portugal, reforçando a confiança dos seus intervenientes, bem como, para a promoção de um ambiente seguro em linha. Tal papel favorece a dinamização e agilização do tráfego mercantil, a criação de novas áreas de valor económico e, por conseguinte, a geração de riqueza.