

Obstáculos legais  
e concorrenciais ao  
desenvolvimento do  
*e-commerce* em Portugal

Dezembro 2019

# Nota Introdutória

O estudo incidiu sobre as compras realizadas *online* por consumidores residentes em Portugal (B2C), para as quais se antecipa um crescimento superior a 10% nos próximos 2 anos

O presente relatório foi elaborado pela Deloitte para a APED - Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição - com vista a identificar as barreiras existentes em Portugal a um maior crescimento das vendas realizadas através de canais digitais (comércio eletrónico ou *e-commerce*) e propor ações de melhoria ao quadro regulatório aplicável ao setor e à respetiva aplicação pelas entidades regulatórias.

A análise incidiu sobre as compras realizadas *online* por consumidores residentes em Portugal (*Business to Consumer* ou B2C), para as quais se antecipa um crescimento superior a 10% nos próximos 2 anos. Essa procura vem sendo servida por um número crescente de *marketplaces* e retalhistas digitais, com um consequente aumento da diversidade da oferta disponível ao nível de produto, preço, qualidade e conveniência. Esta maior intensidade concorrencial é positiva para o consumidor, mas também aumenta a respetiva exposição a situações de fraude e a práticas anti-concorrenciais.

Na qualidade de representante dos legítimos interesses dos seus associados no quadro de evolução do comércio eletrónico, a APED entendeu por isso ser relevante a realização de um estudo que endereçasse as seguintes questões:

- Como se caracteriza o *e-commerce* em Portugal ao nível da respetiva penetração, âmbito de utilização, motivos de compra e mercados de origem?
- Como se posiciona Portugal nos atributos anteriores face aos restantes países da União Europeia?
- Qual o quadro regulatório a que Portugal, a União Europeia e outros países fora da UE estão sujeitos em matéria de comércio eletrónico?

- Quais são as principais práticas não conformes às regras estabelecidas que vêm sendo identificadas no âmbito do comércio transfronteiriço europeu?
- Como se organizam as autoridades reguladoras com poderes de supervisão sobre o comércio eletrónico em Portugal e em outros países da União Europeia?
- Quais são os principais constrangimentos ao desenvolvimento do comércio eletrónico identificados pelos operadores nacionais e internacionais a atuar em Portugal?
- Que medidas podem ser tomadas para potenciar o desenvolvimento do *e-commerce* e aumentar o equilíbrio competitivo do setor?

Este relatório pretende ser um instrumento de reflexão e sensibilização de todos os agentes e autoridades com responsabilidades no setor para as barreiras existentes em Portugal ao maior crescimento do *e-commerce* no nosso país, com vista a todos contribuímos para a criação de uma Distribuição Moderna cada vez mais resiliente e competitiva e com cada vez maior impacto na evolução económica e social do país.

# Índice

## Obstáculos legais e concorrenciais ao desenvolvimento do *e-commerce* em Portugal

● Sumário Executivo	04
● Caracterização do <i>e-commerce</i> em Portugal	08
● Quadro regulatório aplicável ao <i>e-commerce</i> em Portugal, UE e Outros Países	16
● Autoridades Reguladoras do <i>e-commerce</i> em Portugal e noutros países europeus	34
● Constrangimentos ao Desenvolvimento do <i>e-commerce</i> em Portugal	42
● Propostas de ação	51

# Sumário Executivo



Portugal tem a mais alta proporção de encomendas *online* transfronteiriças (85% do total) da UE, maioritariamente provenientes de China, Espanha e Reino Unido

## Sumário Executivo

### Contexto do comércio eletrónico em Portugal

Menos de metade dos portugueses realizou pelo menos uma compra *online* em 2018, valor que nos coloca significativamente abaixo da média da União Europeia. Em 85% dos casos essa compra foi realizada a um operador estrangeiro, o que coloca Portugal como o país da União Europeia com a maior proporção de encomendas *online* transfronteiriças.

China, Espanha e Reino Unido são os principais países de origem das compras *online* realizadas pelos consumidores residentes em território nacional. A proporção das compras *online* transfronteiriças realizadas em operadores chineses, em particular, evoluiu de 32% em 2016 para 45% em 2018.

Vivemos por isso num país particularmente exposto à atuação de operadores não residentes na União Europeia que, apesar de sujeitos ao mesmo quadro legal em vigor para todo o Mercado Único Digital, apresentam dificuldades acrescidas às entidades regulatórias na sanção de violações à lei.

### Constrangimentos legais e concorrenciais identificados

Identificam-se frequentes violações à lei nas transações realizadas *online*, como o comércio de produtos contrafeitos, danificados, trocados, entregues tardiamente ou não conformes às regras de segurança europeias, para as quais não é apresentada queixa por falta de informação do consumidor ou por perceção deste que não lhe será dada o devido seguimento e desfecho.

Resulta então que, embora a legislação europeia seja vista como vanguardista na regulação dos direitos do consumidor e no fomento do sector, surjam frequentemente dissonâncias

entre a letra da lei e a efetiva proteção do consumidor decorrente da sua aplicação.

Num conjunto de entrevistas realizadas junto de uma amostra de empresas associadas da APED, foram identificados os seguintes constrangimentos ao desenvolvimento da sua atividade de *e-commerce* em Portugal:

- A sujeição de operadores internacionais a regras diferentes e/ou a falta de sanção a empresas que não cumprem a lei traduz-se numa efetiva concorrência desleal;
- A disponibilização tardia de métodos de pagamento digitais disponíveis internacionalmente prejudica a competitividade dos operadores nacionais;
- As empresas portuguesas não encontram talento em quantidade e qualidade suficientes no mercado de trabalho nacional para desempenhar funções nas áreas de engenharia, tecnologia e informática;
- A falta de escala e a necessidade de alocar recursos a atividades de *compliance* limitam a capacidade de investimento em inovação;
- Os níveis de iliteracia digital e financeira em Portugal são superiores à média da União Europeia e criam um obstáculo adicional à adoção pelos consumidores das tecnologias que suportam as transações de *e-commerce*.

### Quadro regulatório em Portugal e na União Europeia

A atividade dos operadores é também afetada pelo enquadramento regulatório nacional e europeu, o qual apresenta dois grandes desafios do ponto de vista da interlocução.

# Sumário Executivo

A combinação de uma aplicação da lei rigorosa e um quadro regulatório complexo e ainda em desenvolvimento leva a um ambiente de maior risco regulatório ao comércio eletrónico na Europa

Por um lado a dispersão de responsabilidades entre as seis entidades distintas com poderes de supervisão em Portugal sobre transações de comércio eletrónico: Autoridade da Concorrência, ANACOM, ASAE, Autoridade Tributária e Aduaneira, Banco de Portugal e Direção Geral do Consumidor, que com frequência exigem aos operadores a manutenção de múltiplos contatos e vias de comunicação para a mesma ocorrência.

Por outro lado, persistem divergências legais dentro da União Europeia. A mesma prática comercial pode ser avaliada de forma diferente conforme o país, o que leva a um ambiente de maior risco regulatório ao comércio *online* na Europa e permite aos Estados-Membros terem autonomia na interpretação da legislação comunitária.

A combinação de uma aplicação da lei rigorosa (com coimas elevadas) e um quadro regulatório complexo, inconsistente e ainda em desenvolvimento leva por isso a um ambiente de maior risco regulatório ao comércio eletrónico na Europa, em particular para os operadores baseados no Mercado Único.

## Propostas de ação

Para endereçar os desafios identificados foi proposto um conjunto de potenciais medidas de minimização dos constrangimentos identificados e de potenciação da competitividade do setor em Portugal.

Em primeiro lugar sugere-se a criação de um centro de supervisão do comércio eletrónico materializado num organismo independente responsável pela avaliação da

consistência, cumprimento e sustentabilidade da legislação e regulamentação aplicável ao comércio eletrónico e pela adoção de medidas de promoção da transparência, eficácia regulatória, qualidade das decisões de política económica e reforço da credibilidade dos operadores digitais acessíveis em território nacional.

A atividade deste organismo e respetiva interlocução com os operadores deverá ser inteiramente suportada por canais e tecnologias digitais de forma a assegurar que não padece de ineficiências processuais e cumpre com as funções que lhe foram adstritas.

Outra medida premente identificada é a necessidade de formação e capacitação dos recursos das autoridades reguladoras em matérias legais, de negócio e tecnologia, de forma a poderem aplicar a lei e fiscalizar o mercado de forma correta e adequada.

Seguindo a conclusão do Tribunal de Contas Europeu, é igualmente importante assegurar a utilização e promoção dos canais de cooperação administrativa intracomunitária e internacional, no sentido de garantir o cumprimento da lei pelos operadores sediados fora de Portugal, independentemente do valor da sanção aplicada, e restabelecer a concorrência no mercado digital.

Do ponto de vista de controlo alfandegário, é sugerida a fiscalização regular de forma seletiva, e não aleatória, das encomendas que possuam características que frequentemente estão associadas a produtos

# Sumário Executivo

Sugere-se a criação de um centro de supervisão do comércio eletrónico responsável pela avaliação da consistência, cumprimento e sustentabilidade da legislação e regulamentação aplicável ao comércio eletrónico

que não cumprem as normas de segurança e proteção do consumidor, designadamente a sua proveniência, terem um preço abaixo dos 22 Euros (o que os torna isentos de IVA) ou serem qualificados como oferta (*gift*).

No que diz respeito ao reforço do cumprimento das obrigações fiscais dos operadores que vendem no espaço nacional foram identificadas medidas adicionais que reforcem o cumprimento da lei e penalizem comportamentos desleais:

- Avaliar a possibilidade da criação uma lista de empresas que não cumprem a lei de forma regular e sistemática e atribuir sanções adequadas, nomeadamente através da proibição da entrada de produtos no mercado nacional;
- Avaliar a possibilidade de antecipar a abolição da isenção do IVA para produtos provenientes de países externos à União Europeia valorizados abaixo dos 22 Euros;
- Avaliar a possibilidade de antecipar a abolição da isenção das taxas aduaneiras para produtos provenientes de países externos à União Europeia valorizados abaixo dos 150 Euros para o ano de 2020 de forma a evitar as distorções nos preços frequentemente observadas.

Por fim, de forma a reduzir o *gap* entre a procura e a oferta de profissionais das áreas da ciência, engenharia, tecnologia e informática, recomenda-se que sejam reforçados os cursos de requalificação de profissionais de áreas com baixa empregabilidade, para serem profissionais de TIC, alinhando assim as necessidades das empresas com as competências dos colaboradores.

# Caracterização do *e-commerce* em Portugal

# Caracterização do *e-commerce* em Portugal

A proporção da população portuguesa que usa a internet e que compra *online* está, respetivamente, 12 e 23 pontos percentuais abaixo da média da União Europeia.



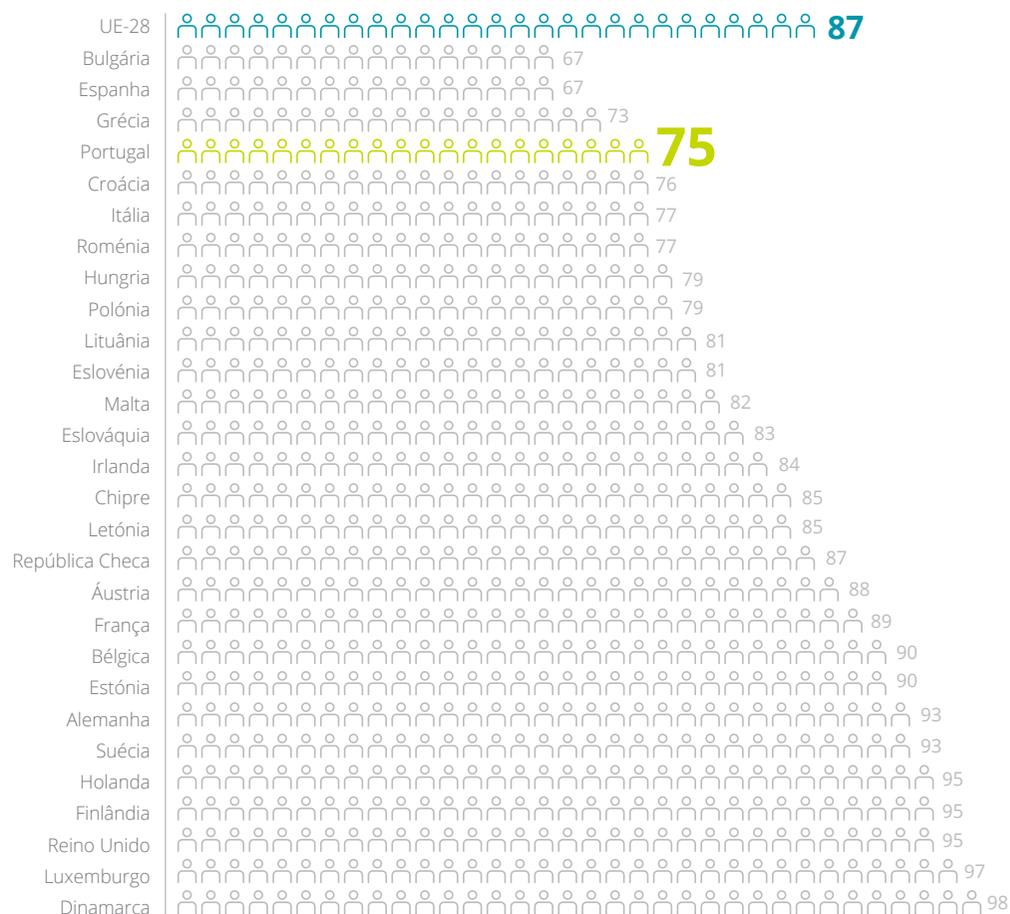
Em 2018, três quartos da população portuguesa **acedeu à internet.**

Três quartos da população portuguesa acede regularmente à internet, valor que representa cerca do dobro do registado em 2007.

Portugal é ainda assim o quarto país da UE-28 com a utilização mais baixa, encontrando-se 12 pontos percentuais abaixo da média europeia.

Fonte: Eurostat – “E-commerce statistics for individuals” (2018)

Percentagem da população que utilizou a internet no último ano (UE-28) 2018



# Caracterização do *e-commerce* em Portugal

A proporção da população portuguesa que usa a internet e que compra *online* está, respetivamente, 12 e 23 pontos percentuais abaixo da média da União Europeia.



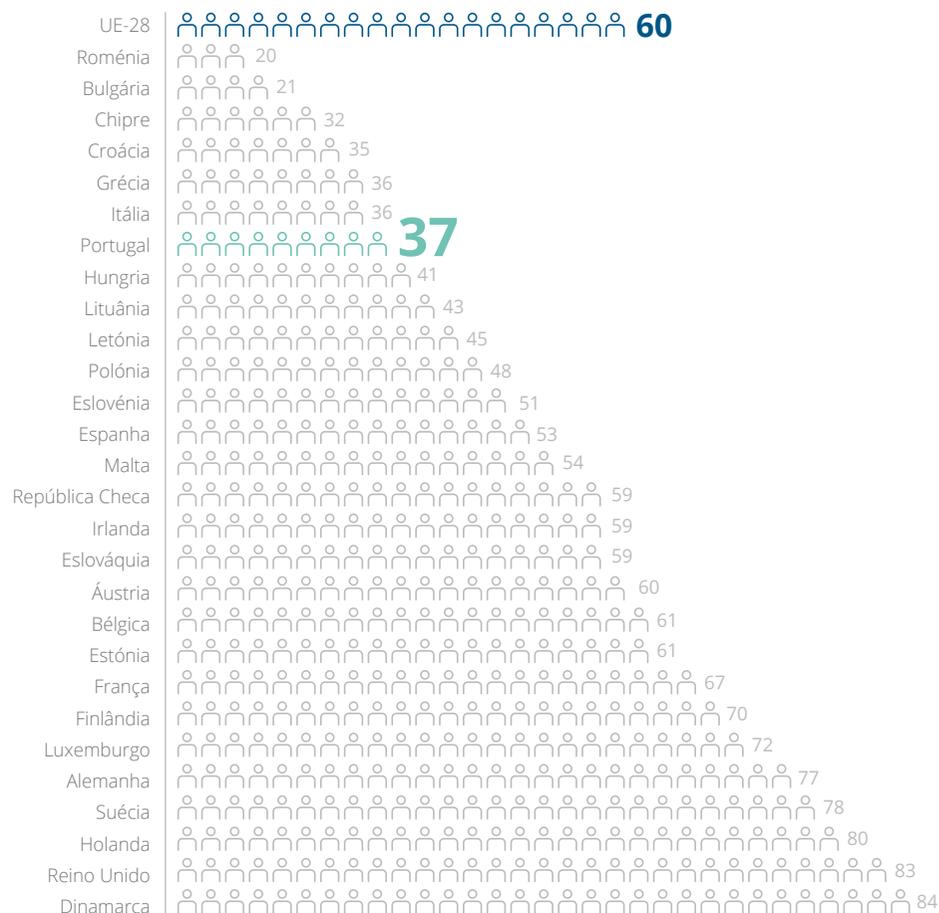
Em 2018, apenas cerca de 4 em 10 portugueses tinham efetuado uma **compra *online***.

Em 2018, apenas cerca de 4 em 10 portugueses (37%) referiu ter efetuado uma compra *online* no ano anterior, o 7.º valor mais baixo dos países da UE-28

Portugal posiciona-se 23 pontos percentuais abaixo da média dos países da UE-28. À semelhança de Portugal, a maioria dos países que apresenta menor utilização de internet, também apresenta menor presença do comércio *online*.

Fonte: Eurostat – “E-commerce statistics for individuals” (2018)

Percentagem da população que comprou *online* no último ano (UE-28) 2018



# Caracterização do *e-commerce* em Portugal

Os artigos de eletrónica, vestuário e viagens são as categorias de produtos e serviços mais comprados *online* em Portugal. Mais de metade dos portugueses prefere pagar as suas compras *online* via referência Multibanco.

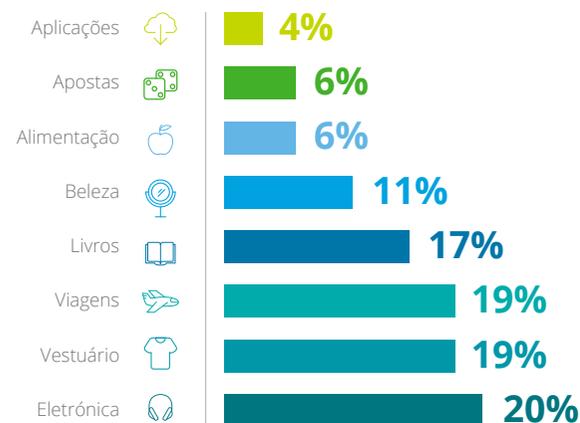
Os produtos mais comprados *online* pelos portugueses são artigos de eletrónica, seguidos de vestuário, viagens, livros, artigos de beleza, alimentação, apostas e aplicações.

Esta distribuição está alinhada com as tendências globais, em particular na utilização crescente de plataformas *online* para compra de artigos de moda e tecnologia.

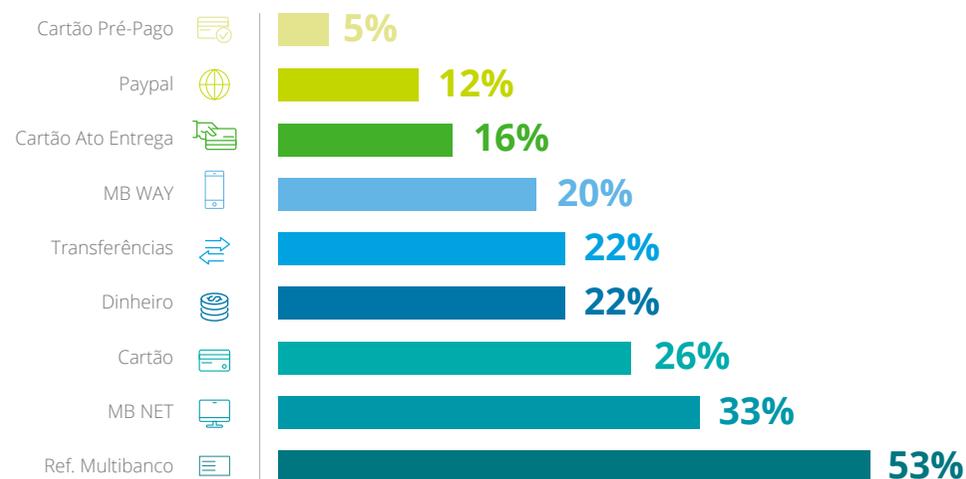
O método de pagamento mais utilizado pelos portugueses para comprar *online* é a referência Multibanco, seguido do MB NET e Cartões (Débito e Crédito).

Esta preferência é distinta da de outros países, mas consistente com a prevalência do sistema Multibanco em Portugal e com a menor adesão ao cartão de crédito por parte dos portugueses.

Proporção das compras *online* por categoria de produto ou serviço em Portugal, 2016



Métodos de pagamento mais referidos como sendo usados em compras *online* em Portugal, 2016



# Caracterização do *e-commerce* em Portugal

A maioria das encomendas *online* realizadas pelos portugueses em 2017 pesava menos de 2 quilos e foi entregue em casa por correio isenta de custos de envio.

## Dados sobre as encomendas *online* dos portugueses 2017

Devolvidas

4% 

Cabem na Caixa do Correio

41% 

Entregues em Casa

60% 

Isentas de Custo de Envio

65% 

Entregues por Correio

70% 

Pesam Menos de 2 Quilos

85% 

Fonte: ACEPI 2017; Emarketer

## Fatores decisivos da compra *online*

Fonte: Análise Deloitte

PREÇO

CONVENIÊNCIA

RAPIDEZ

Os consumidores portugueses que efetuam compras *online* afirmam fazê-lo pela procura de preços mais competitivos, pela conveniência de evitar uma deslocação à loja e pela rapidez da compra e receção do produto final.



As encomendas realizadas *online* pelos portugueses eram facilmente transportáveis, com 85% das encomendas a pesarem menos de 2 quilos.

70% dos portugueses afirmam que as suas encomendas *online* foram entregues por correio e que 41% cabia mesmo na caixa do correio.

Apenas 4% dos portugueses afirma ter devolvido as suas encomendas *online*. Este valor é significativamente baixo quando comparado com, por exemplo, a taxa equivalente nos EUA (20%, eMarketer 2018).

# Caracterização do *e-commerce* em Portugal

Portugal é o país na União Europeia com maior proporção (85%) de compras *online* realizadas a operadores sediados fora do território nacional.

Estima-se que o valor das transações de *e-commerce* realizadas em 2017 pelos consumidores portugueses tenha ascendido a 4,6 mil milhões de Euros, correspondente a 2,5% do PIB nacional.



das encomendas internacionais dos portugueses provêm de 3 operadores: **AliBaba, Ebay e Amazon.**



Percentagem de encomendas *online* transfronteiriças (UE-28) 2018

das encomendas *online* em Portugal são **transfronteiriças.**



Portugal é o país na União Europeia com maior proporção de compras *online* transfronteiriças. Os portugueses que compram *online* de forma recorrente afirmam preferir *marketplaces* internacionais como AliBaba, Ebay e Amazon.

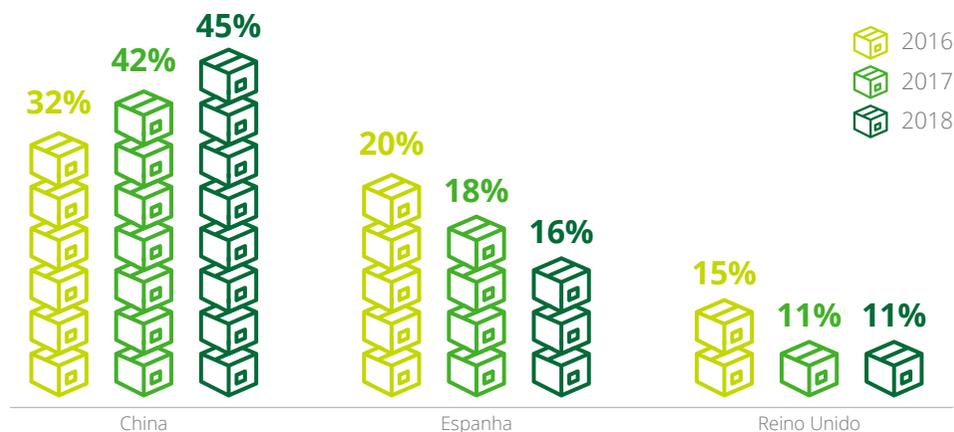
consumidores mais valorizam é a capacidade para poder acompanhar o estado da encomenda. A maioria dos consumidores portugueses espera receber um email em cada etapa do processo de envio quando efetua uma compra *online*.

Nas compras *online*, especialmente nas transfronteiriças, a funcionalidade que os

# Caracterização do *e-commerce* em Portugal

A China é a principal origem das compras *online* realizadas a operadores fora de Portugal. A proporção das compras *online* transfronteiriças realizadas em operadores chineses evoluiu de 32% em 2016 para 45% em 2018.

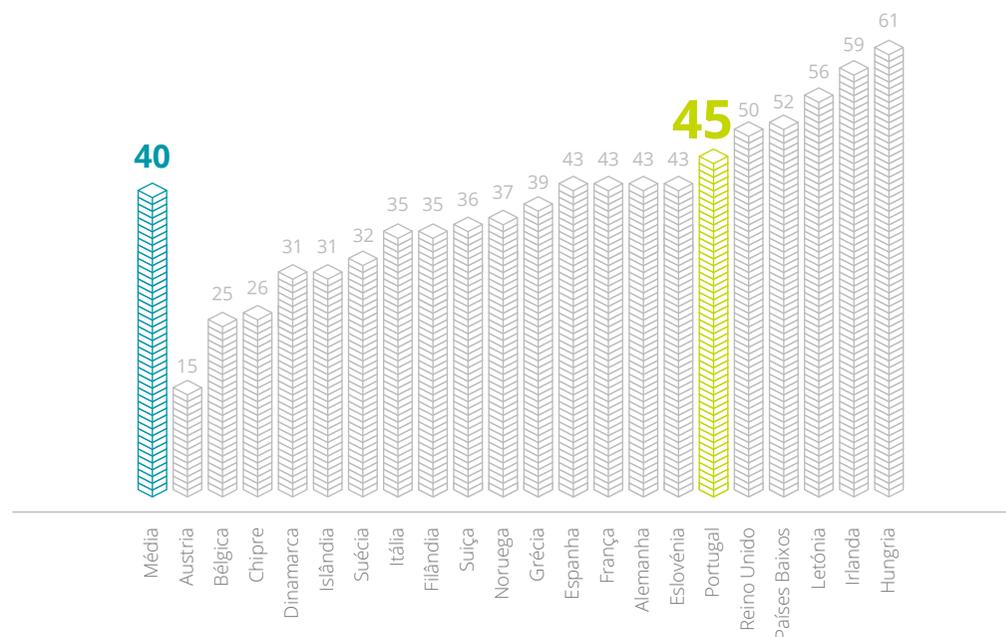
## Evolução do país de origem da última compra transfronteiriça em Portugal



Verifica-se que existe uma tendência de crescimento das encomendas que entram em Portugal oriundas da China. Nos últimos 3 anos estas encomendas subiram de 32% para 45% das encomendas transfronteiriças.

No mesmo período verifica-se que tanto as encomendas providas de Espanha como do Reino Unido têm perdido relevância, descendo de 20% para 16% e de 15% para 11% respetivamente.

## Proporção das compras transfronteiriças que provêm da China 2018



Analisando os países europeus pela percentagem de compras internacionais mais recentes que têm como origem a China, verifica-se que Portugal é o 6.º país com maior percentagem das compras mais recentes

provenientes da China, e situa-se 5 pontos percentuais acima da média dos países em análise.

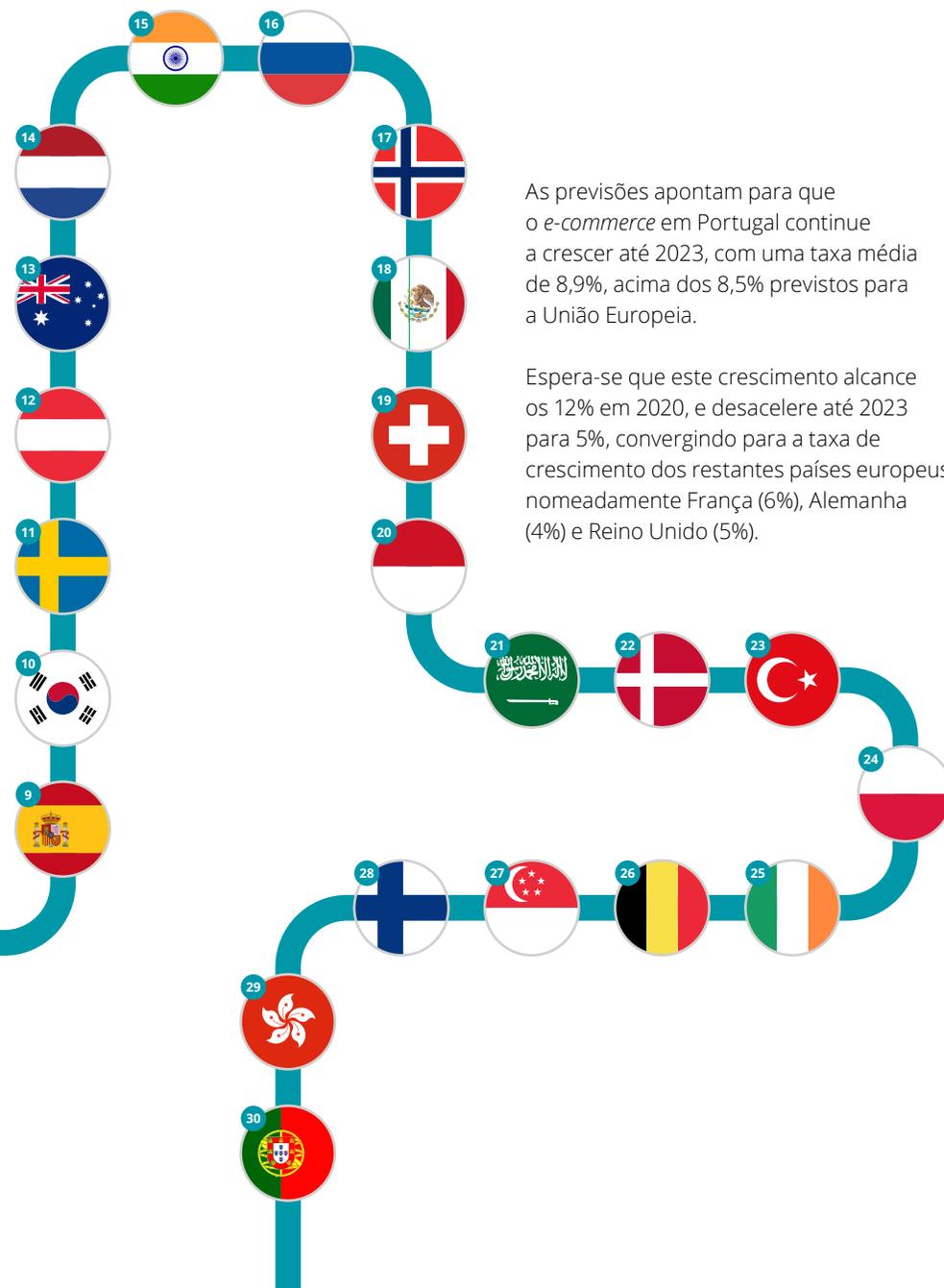
# Caracterização do *e-commerce* em Portugal

Portugal encontra-se atualmente em 30.º lugar no ranking de competitividade global de *e-commerce* elaborado pela Eshopworld, sendo expectável que cresça acima da média dos países europeus até 2021, desacelerando em seguida.

Este indicador agregado combina diferentes métricas para identificar os 30 países mais promissores para o desenvolvimento do *e-commerce*.

As métricas utilizadas incluem a performance logística, receitas do setor, número de compradores, penetração do comércio *online* e sua evolução recente.

Apesar de Portugal ser um mercado pequeno, apresenta uma alta atratividade para a exportação de produtos por parte de outros países, o que é ilustrado pela percentagem de compras transfronteiriças no total das encomendas de *e-commerce* (85%).



As previsões apontam para que o *e-commerce* em Portugal continue a crescer até 2023, com uma taxa média de 8,9%, acima dos 8,5% previstos para a União Europeia.

Espera-se que este crescimento alcance os 12% em 2020, e desacelere até 2023 para 5%, convergindo para a taxa de crescimento dos restantes países europeus, nomeadamente França (6%), Alemanha (4%) e Reino Unido (5%).

Fonte: emarketer, may 2019, eshopworld - "Global *e-commerce* Market ranking 2019" & Statista- Ecommerce Portugal & Statista

# Quadro regulatório aplicável ao *e-commerce* em Portugal, UE e Outros Países

# Quadro regulatório aplicável ao *e-commerce* em Portugal, UE e Outros Países

A União Europeia posicionou-se desde cedo como pioneira na regulação dos direitos do consumidor na área do *e-commerce*

## Sumário

### 1. Evolução da Legislação do *e-commerce* na União Europeia

Ao estabelecer o Mercado Único Digital, a União Europeia pretendeu garantir o contributo da economia digital para o progresso económico e social, eliminar as barreiras regulamentares que existiam entre os 28 Estados-Membros, criar mais oportunidades de emprego, estimular a inovação e gerar competitividade da indústria europeia. Em 1997, foram lançados os alicerces para a regulação do *e-commerce*, tendo tido respaldo na Diretiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e por um conjunto de outros quadros regulatórios. A União Europeia posicionou-se desde cedo na vanguarda da regulação dos direitos do consumidor e no fomento do sector do *e-commerce*.

### 2. Legislação Aplicável ao *e-commerce* – EUA, China, UE e Portugal

Na China, a Lei do Comércio Eletrónico é a base para a atuação do regulador, existindo no entanto outros diplomas dispersos que a complementam. Nos EUA,

a regulação do *e-commerce* está dispersa por leis federais e estaduais, baseando-se maioritariamente em *case law* i.e. a lei como o resultado do desfecho de casos precedentes. Comparativamente com os EUA e a China, a legislação da União Europeia revela ser mais abrangente, procurando cobrir um número superior de atributos do *e-commerce*. A transposição das Diretivas e a execução dos Regulamentos obriga a que as empresas estejam muito atentas às evoluções legislativas, as quais têm impactos significativos na sua atividade.

### 3. Práticas Não Conformes às Regras Europeias

Atualmente, a ocorrência de práticas não conformes às regras europeias por operadores de países terceiros - como sejam a violação de regras de segurança, o incumprimento dos direitos do consumidor ou a subvalorização para efeitos de isenção de IVA - contribui para a criação de desigualdades concorrenciais perante os operadores europeus. Apesar de estarem previstas novas regras que

pretendem diminuir a fraude fiscal e aumentar a proteção do consumidor, existe ainda um longo caminho a percorrer por todos as partes envolvidas para reduzir a ocorrência de situações de inconformidade.

Comparativamente com os EUA e a China, a legislação aplicada ao *e-commerce* na União Europeia procura ser mais abrangente

# Evolução da Legislação do *e-commerce* na União Europeia

Os primeiros esforços da União Europeia para a regulação do *e-commerce* datam de 1997. Atualmente este tema encontra-se regulado na Diretiva 2000/31/CE, assim como noutros diplomas igualmente relevantes:

**União Europeia:**  
na vanguarda da regulação  
do *e-commerce*



# Evolução da Legislação do *e-commerce* na União Europeia

A nível comunitário, ao longo dos últimos 4 anos, foram propostas iniciativas para acelerar a adoção do *e-commerce* pelos consumidores europeus, algumas das quais ainda se encontram em discussão e outras que se pretendem vir a realizar num futuro próximo.

**União Europeia:**  
na vanguarda da regulação  
do *e-commerce*



Fonte: Comissão Europeia - "Mercado Único Digital, Tirar o máximo partido das oportunidades digitais da Europa" - 2018

Em discussão

Realizado

Previsto

# Quadro Regulatório Aplicável ao *e-commerce* em Portugal

O Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia estabelece que a diretiva vincula os países aos quais se destina quanto ao resultado a alcançar, deixando, no entanto, margem de manobra neste processo de transposição. Esta margem permite ao Estados-Membros ter em conta as especificidades nacionais.



Lei	Área de Aplicação	Alterações
Decreto-Lei n.º394-B/84	Código do IVA	1986, 1989, 1990, 1997, 2002, 2003, 2005, 2007-2016, 2018, 2019
Lei n.º 24/96	Lei de Defesa do Consumidor	2003, 2013, 2014, 2019
Decreto-Lei n.º7/2004	<i>e-commerce</i> no mercado interno e tratamento de dados pessoais.	2009, 2012
Lei n.º 41/2004	Tratamento de dados pessoais e proteção da privacidade no setor das comunicações eletrónicas	2012
Decreto-Lei n.º70/2007	Práticas comerciais com redução de preço (Lei dos Saldos, Promoções e Liquidações)	2015, 2019
Decreto-Lei n.º57/2008	Práticas comerciais desleais	2015
Decreto-Lei n.º166/2013	Regime aplicável às práticas individuais restritivas do comércio	2015
Decreto-Lei n.º24/2014	Contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial.	2018
Decreto-Lei n.º10/2015	Regime Jurídico de Acesso e Exercício de Atividades de Comércio, Serviços e Restauração	2017, 2018
Lei n.º 144/2015	Mecanismos de resolução extrajudicial de litígios de consumo	2017, 2019
Decreto-Lei n.º 57/2017	Estabelece o regime da disponibilização no mercado, da colocação em serviço e da utilização de equipamentos rádio	-
Lei n.º 58/2019	Assegura a execução do Regime Geral de Proteção de Dados (RGPD) em Portugal	-

Portugal está obrigado a transpor para a lei nacional as Diretivas comunitárias a que está vinculado, bem como a elaborar legislação de execução dos Regulamentos que têm aplicabilidade direta.

É de realçar que a maioria das leis que regulam o *e-commerce* foi alvo de várias alterações. O caráter pioneiro da legislação da União Europeia no âmbito da proteção do consumidor obriga a que o legislador português a atualize regularmente.

# Comparação do Quadro Regulatório Aplicável ao *e-commerce* na UE, EUA e China

Comparando com a lei de vendas à distância de Estados Unidos e China, verifica-se que a legislação da União Europeia tem um perfil mais protetor dos direitos do consumidor. Não significa, porém, que exista uma causalidade entre a letra da lei e a efetiva proteção do consumidor decorrente da sua aplicação no caso concreto.

Lei	 União Europeia	 EUA	 China
<b>Sumário das Leis de proteção do consumidor</b>	Está incluída na Diretiva dos Direitos do Consumidor	Não existe uma única lei ou diploma federal que contenha todas as matérias sobre proteção do consumidor. As leis variam por estado.	Está maioritariamente compreendido na Lei da República Popular da China em matéria de Proteção dos Direitos e Interesses do Consumidor
<b>Informação</b>	Os comerciantes têm de providenciar informação clara antes da compra, incluindo: detalhes de contacto, direitos de cancelamento, custos totais com transporte incluído, detalhes da resolução de litígios	N/A	Os comerciantes têm de fornecer informação clara sobre os produtos, custos, devoluções e trocas.
<b>Confirmação do pedido</b>	Comerciantes têm de enviar uma confirmação escrita da transação	Nenhum	Nenhum
<b>Período de arrendimento</b>	Direito a cancelar a compra e devolver o produto no prazo de 14 dias após receção do bem	Nenhum (exceto 24 horas nos bilhetes de avião)	Direito a devolver o bem no prazo de 7 dias a contar da receção do bem
<b>Contratos/T&amp;Cs</b>	Formulários com informação prévia fazem parte do contrato exceto se o consumidor e comerciante aceitarem alterar os termos. Deve ser escrito em linguagem simples e perceptível e não pode conter cláusulas abusivas	Nenhum	N/A
<b>Tempo de entrega</b>	Máximo 30 dias salvo se acordado de modo diferente com o comerciante. O comerciante tem de informar se um produto não pode ser entregue no tempo previsto ou carece de substituição. Se o comerciante falhar a entrega dentro do tempo previsto o consumidor tem direito a resolver o contrato e ser ressarcido.	N/A	N/A
<b>Produtos defeituosos</b>	Comerciante é obrigado a reparar, substituir, reduzir o preço ou devolver o dinheiro se os bens tiverem defeito ou forem diferentes do anunciado. Mínimo de 2 anos de garantia para todos os bens.	Consumidores têm de se suportar na legislação sobre contratos ou no estorno do cartão de crédito	Direito a devolução do produto se for defeituoso. O comerciante suporta os custos do transporte.

# Práticas Não Conformes às Regras Europeias: Contrafação e Pirataria

A contrafação de produtos custa a Portugal mais de 1.000 milhões de euros em vendas diretas e uma perda direta de 22 mil postos de trabalho. As autoridades europeias já realizam ações cooperativas para reduzir a contrafação mas reconhecem que ainda têm um longo caminho pela frente.



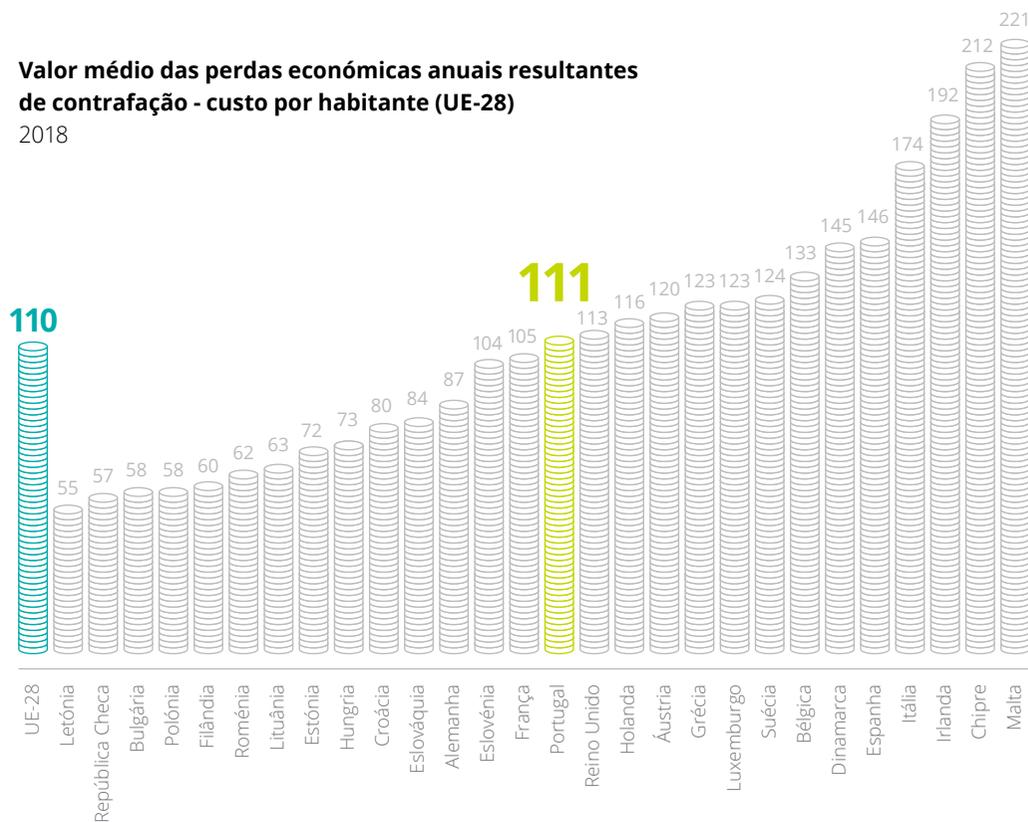
A contrafação e pirataria custa anualmente às empresas portuguesas **9,5% das suas vendas.**

Segundo o Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia, a contrafação e pirataria custa anualmente às empresas portuguesas 9,5% das suas vendas, o que equivale a aproximadamente 1150 milhões de euros ou 111 euros por habitante.

Uma vez que os fabricantes produzem menos dado a existência de produtos contrafeitos verifica-se também uma perda direta de 22 mil postos de trabalho.

Fonte: European Union Intellectual Property Office - "Synthesis Report on Intellectual Property Infringement 2018"

Valor médio das perdas económicas anuais resultantes de contrafação - custo por habitante (UE-28) 2018



# Práticas Não Conformes às Regras Europeias: Contrafação e Pirataria

A contrafação de produtos custa a Portugal mais de 1.000 milhões de euros em vendas diretas e uma perda direta de 22 mil postos de trabalho. As autoridades europeias já realizam ações cooperativas para reduzir a contrafação mas reconhecem que ainda têm um longo caminho pela frente.

## 1. Evolução da contrafação

A contrafação é um fenómeno global que evoluiu significativamente com o crescimento das vendas à distância. Os sites de *e-commerce* estão a tornar-se cada vez mais os veículos para a venda de produtos contrafeitos e conteúdo pirateado. Os produtos contrafeitos não só violam a propriedade intelectual das empresas que os desenvolvem como colocam em risco os consumidores por não seguirem os mesmos padrões de segurança do artigo original.

A OCDE confirma que a venda de produtos contrafeitos está a crescer, em particular nas indústrias de calçado, vestuário, equipamento tecnológico, cosmética e brinquedos.

## 2. Fiscalização Europeia

No âmbito da redução dos crimes de contrafação, a Europol prendeu em 2018 12 pessoas acusadas da venda de produtos contrafeitos e confiscou o domínio de mais de 33 mil *websites* que vendiam produtos contrafeitos ou distribuía conteúdo pirateado.

As autoridades Europeias reconhecem que a venda *online* dificulta o controlo da venda de produtos não conformes, sendo a fiscalização contínua vista como uma prioridade para os próximos anos.

“Em 2018, a EUROPOL, prendeu 12 pessoas acusadas da venda de produtos contrafeitos e confiscou o domínio de mais de 33 mil *websites* que vendiam produtos contrafeitos ou distribuía conteúdo pirateado”.

# Práticas Não Conformes às Regras Europeias: Segurança e Direitos do Consumidor

Apesar de ter uma legislação abrangente e exaustiva, a União Europeia depara-se com práticas não conformes por parte de empresas não sediadas na UE, nomeadamente nas questões de segurança e direitos do consumidor.

Nem todos os produtos importados são seguros e estão em conformidade com as regras da UE, colocando riscos aos consumidores europeus e retirando competitividade aos comerciantes aqui sediados.

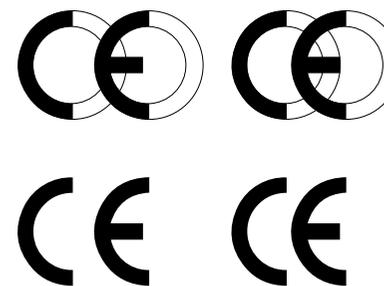
Observa-se que alguns dos produtos oferecidos por comerciantes sediados fora da UE são promovidos de forma enganosa. Serve de exemplo o caso da etiqueta CE, que significa Comunidade Europeia e indica que o produto obedece às leis e standards comunitários. Na China, é igualmente colocada uma etiqueta CE nos produtos exportados, significando “China Export” (com uma ligeira

alteração no espaçamento entre as duas letras), o que pode induzir o consumidor em erro. As autoridades fiscalizadoras já foram alertadas para este risco e conduzem atualmente ações de supervisão específicas sobre esta matéria .

Os consumidores europeus, e portugueses em particulares, adquirem produtos a comerciantes fora da UE frequentemente em busca de preços mais competitivos. Em caso de insatisfação com a compra, os consumidores portugueses ainda recorrem pouco à devolução ou à apresentação de uma queixa formal. A taxa de devolução de encomendas *online* em Portugal é de cerca de

Alguns dos produtos oferecidos por comerciantes sediados fora da UE são promovidos de forma potencialmente enganosa para o consumidor.

## Exemplo:



Etiqueta da Comunidade Europeia (lado esquerdo) e China Export (lado direito)

# Práticas Não Conformes às Regras Europeias: Segurança e Direitos do Consumidor

Apesar de ter uma legislação abrangente e exaustiva, a União Europeia depara-se com práticas não conformes por parte de empresas não sediadas na UE, nomeadamente nas questões de segurança e direitos do consumidor.

4%, comparada com perto de 20% nos EUA. Segundo a Deco Proteste, a proporção de encomendas *online* sujeitas a queixas é de 5% para o tempo de entrega dos produtos, 4% para bens danificados ou trocados e 2% sobre “falhas recorrentes” na informação sobre direitos e garantias.

Novas regras que entrarão em vigor em 2021 irão obrigar empresas não sediadas na UE a indicar um representante baseado no espaço comunitário responsável pelos produtos sinalizados como perigosos. Até lá, os Estados-Membros apenas

poderão impor a lei a terceiros se criarem um acordo bilateral com o país em causa ou intervindo nos casos em que as encomendas são introduzidas no mercado nacional apesar de estarem indicadas como “em trânsito”.



**Atualmente, os consumidores nacionais podem não saber que estão a comprar produtos de agentes não sediados na União Europeia ou que não obedecem à legislação comunitária de segurança e direitos do consumidor.**

**Apesar das novas regras aumentarem a transparência para os consumidores, estas apenas entrarão em vigor em 2021.**

**Até lá a imposição da lei depende de acordos bilaterais ou de intervenção local em encomendas “em trânsito”.**

# Práticas Não Conformes às Regras Europeias: Segurança e Direitos do Consumidor

Destacam-se as ações da Dinamarca e da Holanda na proteção da segurança e direitos do consumidor. A Dinamarca já lançou alertas públicos sobre produtos desconformes e sobre os riscos da compra a comerciantes sediados fora da União Europeia. Tanto a Dinamarca como a Holanda já lançaram investigações a produtos que violavam a legislação comunitária para os proibir no mercado.

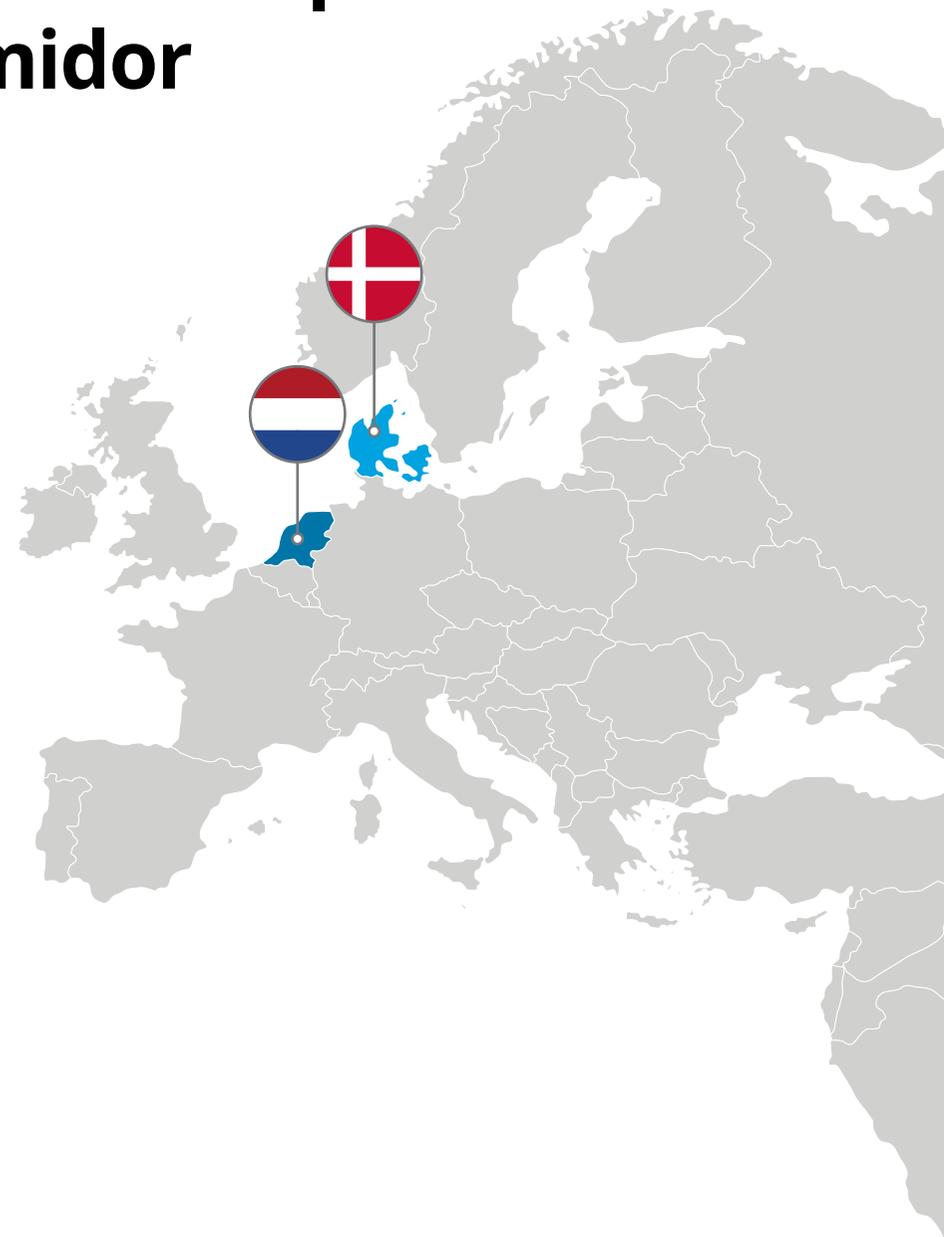
## Exemplo de ações que promoveram a proteção dos direitos dos consumidores europeus:

### Dinamarca

O Conselho Dinamarquês do Consumidor alertou os consumidores que compravam numa plataforma eletrónica sediada fora da UE, que os produtos cosméticos ali vendidos não cumpriam a legislação comunitária e, inclusive, continham substâncias proibidas. Foram lançados alertas semelhantes nas categorias de eletrónica e brinquedos.

A Autoridade Nacional da Segurança da Dinamarca lançou uma campanha pública orientada para os riscos dos consumidores

na compra *online* em determinadas plataformas. Está também a trabalhar com as autoridades da Finlândia, Estónia e Holanda para fomentar a partilha de informação e conhecimento sobre as campanhas melhorando a sua eficácia.



# Práticas Não Conformes às Regras Europeias: Segurança e Direitos do Consumidor

Destacam-se as ações da Dinamarca e da Holanda na proteção da segurança e direitos do consumidor. A Dinamarca já lançou alertas públicos sobre produtos desconformes e sobre os riscos da compra a comerciantes sediados fora da União Europeia. Tanto a Dinamarca como a Holanda já lançaram investigações a produtos que violavam a legislação comunitária para os proibir no mercado.

## Exemplo de ações que promoveram a proteção dos direitos dos consumidores europeus:

### Holanda

A Autoridade Holandesa de Segurança de Alimentos e Produtos para Consumidores começou em 2016 um estudo sobre as vendas de carregadores USB para dispositivos móveis. Dos 41 dispositivos investigados, 24 foram considerados perigosos e imediatamente proibidos.

e explosão, contendo componentes proibidas ou erros de produção.

Nesta investigação, a China destacou-se como o país com a maior taxa de incumprimento da legislação comunitária.

Os equipamentos em causa encontravam-se em risco de sobreaquecimento, derretimento



# Práticas Não Conformes às Regras Europeias: Segurança e Direitos do Consumidor

A França criou o Centro de Supervisão do Comércio Eletrónico onde ciber-inspetores monitorizam o mercado de *e-commerce* nacional. Na Alemanha foi criado o G@ZIELT que procura aproximar o nível de confiança do *e-commerce* ao do retalho tradicional. A UE criou uma plataforma que informa os cidadãos europeus dos seus direitos quando compram *online* e onde podem reportar ilegalidades.

## Exemplo de ações que promoveram a proteção dos direitos dos consumidores europeus:

### França

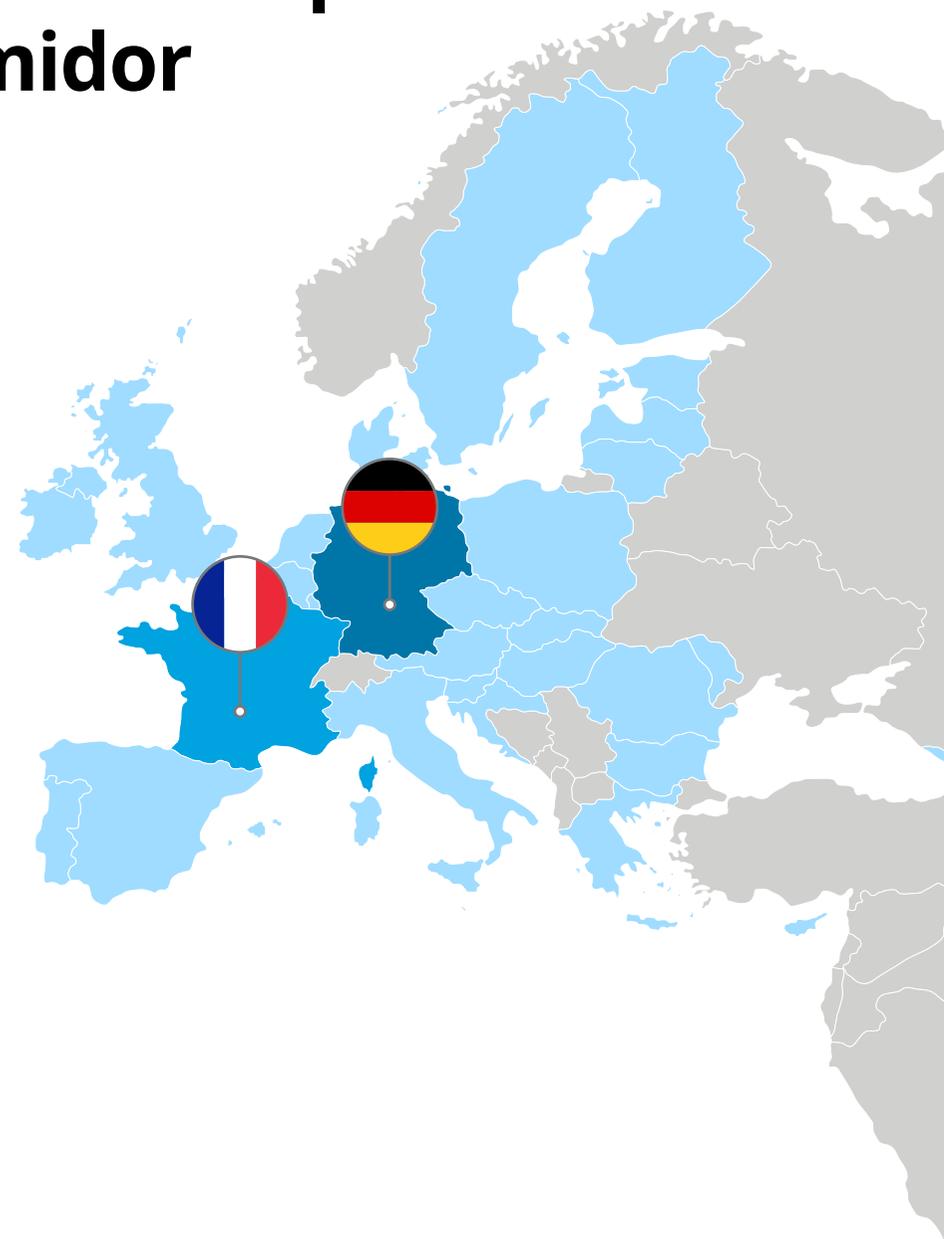
A Direção-Geral da Concorrência, Assuntos do Consumidor e Controlo de Fraudes (DGCCRF) criou em 2000, o Centro de Supervisão do Comércio Eletrónico (CSCE), departamento dedicado exclusivamente à supervisão do comércio eletrónico em França.

A sua atividade é gerida centralmente a partir de Paris, onde cerca de 70 ciber-inspetores monitorizam o mercado Francês em busca de desconformidades nos produtos vendidos *online*. Contém também uma rede de unidades

regionais e locais que atuam no terreno sempre que é detetada uma desconformidade. Esta prática permite que se evite trabalho redundante, uma vez que os órgãos de fiscalização só atuam após confirmação de práticas ilegais.

### Alemanha

Em Junho de 2013, foi criado o G@ZIELT (Unidade Central Comum de Controlo de Alimentos, Ração, Cosméticos, Bens de Consumo e Tabaco comercializados pela



# Práticas Não Conformes às Regras Europeias: Segurança e Direitos do Consumidor

A França criou o Centro de Supervisão do Comércio Eletrónico onde ciber-inspetores monitorizam o mercado de *e-commerce* nacional. Na Alemanha foi criado o G@ZIELT que procura aproximar o nível de confiança do *e-commerce* ao do retalho tradicional. A UE criou uma plataforma que informa os cidadãos europeus dos seus direitos quando compram *online* e onde podem reportar ilegalidades.

## Exemplo de ações que promoveram a proteção dos direitos dos consumidores europeus:

Internet). O objetivo desta unidade é criar um ambiente seguro no mercado *online*, procurando aproximar os níveis de confiança do comércio eletrónico aos do retalho tradicional.

No projeto piloto que levou à criação deste organismo, foram fiscalizadas 3000 lojas *online* de venda produtos alimentares e 1200 produtos oferecidos em 450 lojas *online*.

### União Europeia

A Comissão Europeia lançou, recentemente, a plataforma "yourEUright". Esta plataforma

visa informar os cidadãos europeus dos seus direitos enquanto compradores *online* e demonstrar como podem exercer os seus direitos face a comerciantes, fabricantes, prestadores de serviços, operadores turísticos e bancos, em caso de produtos com defeito ou práticas comerciais desleais.

O *website* incentiva os compradores nacionais não só à consulta da informação que possuem quando compram *online* mas também à ação dos consumidores para reportar produtos e serviços desconformes.



# Práticas Não Conformes às Regras Europeias: Cobrança de IVA

Outra prática não conforme às regras europeias prende-se com a redução artificial do preço uma vez que, até 2021, os produtos com valor inferior a 22€ importados de países externos à UE estão isentos de IVA, o que pode resultar numa distorção artificial do preço.

## 1. Isenção de IVA de produtos de baixo valor importados de países fora da UE

Até 2021, os bens importados de países externos à União Europeia com valor inferior a 22€ irão manter-se isentos do pagamento de IVA. Este limite é inferior em alguns Estados-Membros.

## 2. Distorção fiscal resultante

Esta isenção criou uma distorção de preços entre o mesmo produto produzido na UE e importado de um país terceiro caso o seu valor seja inferior a €22. Os bens importados são, por vezes, deliberadamente subvalorizados para se manterem isentos do pagamento de IVA. Um estudo recente na Dinamarca revelou que mais de 80% das encomendas provenientes da China eram declaradas com um valor inferior a €22 e por isso, encontravam-se isentos de IVA.

## 3. Alteração da lei

Em 2018, as leis do IVA foram alteradas para evitar que estas distorções de preço se mantenham. Foi determinado que todos os bens importados de países terceiros, independentemente do seu valor, deixarão de estar isentos do pagamento do IVA a partir de 2021. Também a partir de 2021, os grandes *marketplaces* irão ser responsáveis por recolher junto do consumidor o IVA correspondente às compras de bens provenientes de fora da União Europeia. Alguns países anteciparam a abolição da isenção do IVA, o que resultou numa queda dos bens importados e num melhor cumprimento fiscal. As novas disposições em vigor a partir de 2021 visam superar algumas insuficiências, mas continua a não ser dada resposta à subavaliação.

## IVA

---

Até 2021 bens importados de países externos à UE com valor inferior a €22 irão manter-se isentos de IVA

---

Os bens importados são por vezes propositadamente subvalorizados para se manterem isentos de IVA

# Práticas Não Conformes às Regras Europeias: Cobrança de IVA

A União Europeia irá lançar em 2024 uma megabase de dados com a informação detalhada sobre as compras *online* transfronteiriças que visa reduzir a fraude fiscal do comércio eletrónico. A Suécia foi pioneira na abolição da isenção do IVA para produtos com valor inferior a 22€ provindos de países externos à UE, o que resultou numa redução da perda de IVA a nível nacional.

## Exemplo de medidas de prevenção da fraude fiscal:

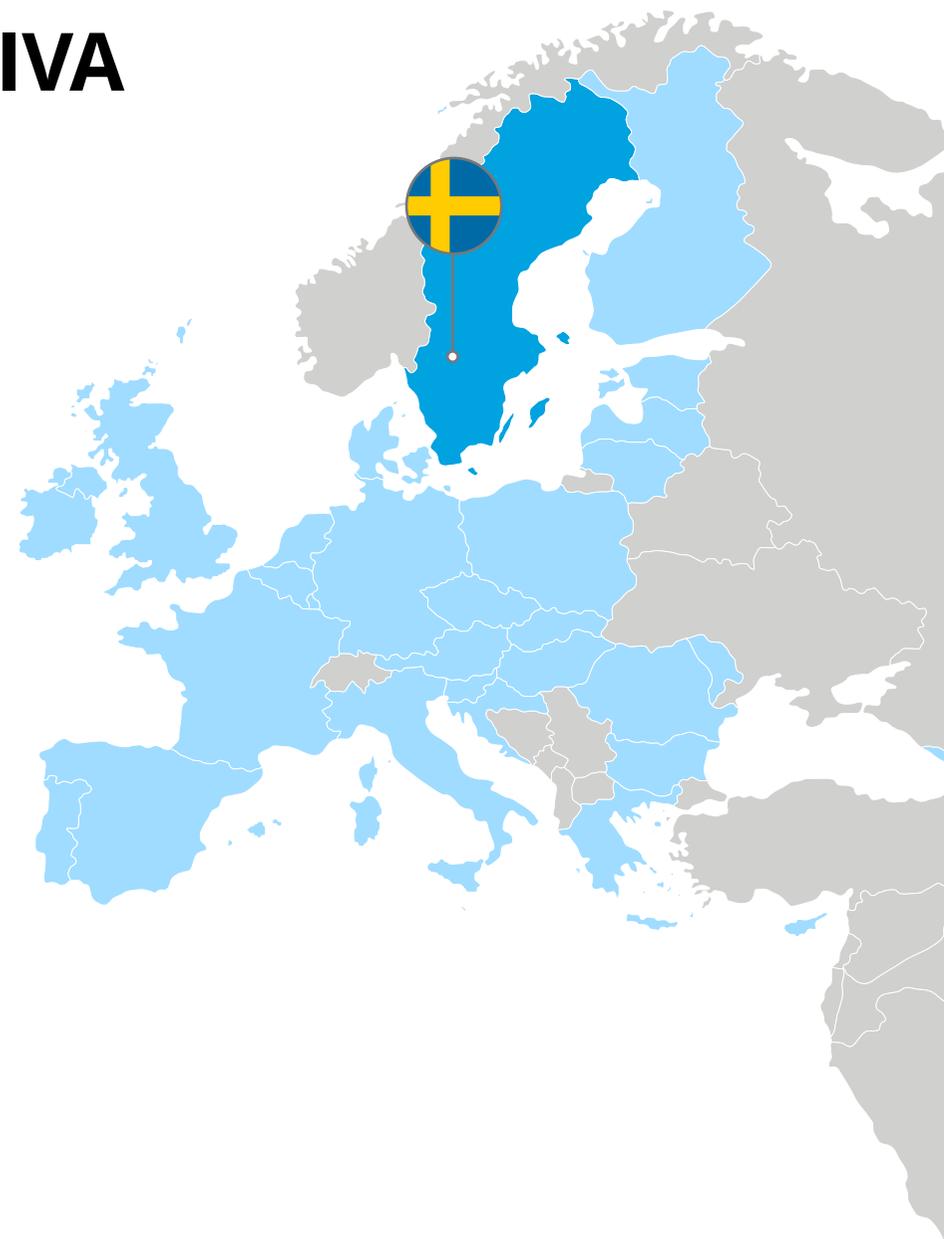
### União Europeia

Em Janeiro de 2024, entrará em funcionamento uma base de dados com informação detalhada sobre as compras *online* transfronteiriças que se realizam no espaço europeu. O novo sistema (CESOP) pretende reunir os registos eletrónicos dos prestadores de serviços de pagamento e será um instrumento poderoso para combater casos de fraude no IVA na União Europeia, onde se estima haver, só neste sector, uma perda de receita fiscal na ordem dos 5.000 milhões de euros por ano.

Esta medida irá impulsionar a cooperação internacional dos países da União Europeia

e facilitará aos inspetores fiscais a identificação dos vendedores *online* que não cumprem as obrigações fiscais uma vez que os funcionários de ligação da rede Eurofisc e os titulares de uma identificação pessoal de utilizador do CESOP poderão consultar os dados.

Com este novo sistema, a União Europeia espera melhorar a transparência e eficácia na cobrança de IVA no âmbito do comércio eletrónico europeu e reduzir significativamente a fraude fiscal.



# Práticas Não Conformes às Regras Europeias: Cobrança de IVA

A União Europeia irá lançar em 2024 uma megabase de dados com a informação detalhada sobre as compras *online* transfronteiriças que visa reduzir a fraude fiscal do comércio eletrónico. A Suécia foi pioneira na abolição da isenção do IVA para produtos com valor inferior a 22€ provindos de países externos à UE, o que resultou numa redução da perda de IVA a nível nacional.

## Exemplo de medidas de prevenção da fraude fiscal:

### Suécia

Em março de 2018, a Suécia implementou um novo sistema que obriga ao pagamento do IVA em todas as encomendas provenientes de países externos à UE, independentemente do seu preço. O novo sistema obriga ao pagamento de uma taxa de manuseio de €7,5 para encomendas até €150 e uma taxa de €12,5 para encomendas com valor superior. De forma a conseguir suportar grandes volumes de encomendas a operadora postal sueca investiu em novo equipamento, novo pessoal e novos armazéns.

Após a implementação do novo sistema, a Suécia viu o número de importações de países terceiros descer de 150 mil encomendas por dia no início de 2017 para 15 mil em abril de 2018. Só em março de 2018, mais de 400 mil encomendas foram devolvidas à China, dado o não pagamento do IVA.



# Práticas Não Conformes às Regras Europeias: Cobrança de IVA

Segundo o Tribunal de Contas Europeu, Portugal, entre outros países, não está a ser capaz de dar resposta aos desafios respeitantes à cobrança de IVA, resultando numa perda de receita para o Estado. Concluiu também que Portugal e outros países não estão a explorar plenamente os mecanismos de atuação cooperativa para a aplicação da lei comunitária.

## Conclusões do Tribunal de Contas Europeu

### 1. Falta de controlo fiscal da UE

O Tribunal concluiu que, dada a elevada complexidade do controlo alfandegário fiscal do *e-commerce*, Portugal, entre outros países, não está a conseguir dar resposta a todos os desafios no que respeita à cobrança dos montantes corretos de IVA e de direitos aduaneiros sobre os bens e serviços comercializados através da internet.

### 2. Baixa utilização dos mecanismos de atuação cooperativa

O Tribunal constatou que os Estados-Membros não exploram plenamente os mecanismos de cooperação administrativa, pois não utilizam a assistência administrativa mútua em matéria

aduaneira ou fiscal para trocarem informações com países terceiros sobre o *e-commerce*.

Em matéria aduaneira, a UE não tem qualquer acordo em vigor no domínio da cooperação e assistência administrativa mútua com países terceiros no âmbito do *e-commerce*.

O recurso ao intercâmbio de informações entre Estados-Membros é insuficiente, seja quando realizado a pedido de um dos estados ou de forma espontânea. A não participação dos Estados-Membros prejudica a eficácia dos controlos multilaterais sendo praticamente impossível determinar corretamente a matéria coletável sem a sua participação.

## IVA

---

Portugal não está a ser capaz de dar resposta aos desafios respeitantes à cobrança de IVA

---

Em matéria aduaneira, a UE não tem um acordo com países terceiros no domínio da cooperação específica no âmbito do *e-commerce*

# Autoridades Reguladoras do *e-commerce* em Portugal e noutros países europeus

# Autoridades Reguladoras do *e-commerce* em Portugal e noutros países europeus

Comparativamente com os países analisados, Portugal apresenta uma maior dispersão regulatória

---

Existe um desfasamento entre o custo e o benefício da imposição da lei a entidades estrangeiras que não cumpram com a legislação nacional

## Sumário

### 1. Autoridades reguladoras em Portugal e noutros Estados-Membros

Observam-se diferentes modelos de organização regulatória na União Europeia:

- Estados-Membros com maior dispersão geográfica, onde cada região tem representações locais ou regionais do regulador, como é o caso de Espanha e Alemanha;
- Estados em que a atividade regulatória está dispersa por várias entidades para diferentes temas, como é o caso de Portugal;
- Modelos onde a atividade regulatória está concentrada numa só entidade, como é o caso de França e Holanda.

### 2. Aplicação da lei

O incumprimento da legislação sobre o comércio eletrónico é sancionado como

contraordenação, resultando no pagamento de uma coima. Existe uma percepção generalizada de que essas infrações são de reduzida gravidade, o que diminui a relação custo/benefício na aplicação da lei a entidades não sediadas em Portugal, tendo em conta o esforço acrescido da aplicação da lei nesses casos.

### 3. Ações de Cooperação Internacional

A Rede de Cooperação da Proteção do Consumidor (CPC) pretende, através de cooperação entre reguladores de diferentes Estados-Membros, harmonizar a aplicação da lei. Tendo em conta os números verificados nas ações de *sweep* realizadas, revela-se vital estabelecer medidas de cooperação para tornar mais eficaz o combate às irregularidades do mercado. A aplicação ineficaz da legislação nos casos das infrações transfronteiriças resulta em distorções da concorrência para

as empresas cumpridoras da lei, prejudicando diretamente os consumidores e diminuindo a sua confiança nas transações transfronteiriças e no mercado interno.

Revela-se vital estabelecer medidas de cooperação para tornar mais eficaz o combate às irregularidades do mercado

# Autoridades Reguladoras: Portugal

Em Portugal a regulação do *e-commerce* está dispersa por 6 entidades: ANACOM, AC, DGC, ASAE, AT e o Banco de Portugal, cada qual com uma linha de atuação própria. Até à data, ainda não existe um grupo de trabalho para a cooperação entre as 6 entidades.

## Em Portugal existem 6 agentes reguladores no âmbito do *e-commerce*:

- A Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM) tem por missão a regulação do sector das comunicações, incluindo as comunicações eletrónicas.
- A Autoridade da Concorrência (AC) tem como missão fazer cumprir as regras da concorrência e de promover uma cultura de concorrência.
- A Direção Geral do Consumidor (DGC) tem as funções de promover a política de salvaguarda de direitos dos consumidores, bem como coordenar e executar as medidas tendentes à sua proteção, informação e educação e apoio das organizações de consumidores.
- A Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE) tem por missão a fiscalização e prevenção do cumprimento da legislação reguladora do exercício das

atividades económicas, sendo o organismo nacional de ligação com as suas entidades congéneres, a nível europeu e internacional.

- A Autoridade Tributária e Aduaneira (AT) tem por missão administrar os impostos, direitos aduaneiros e demais tributos que lhe sejam atribuídos, bem como exercer o controlo da fronteira externa da União Europeia e do território aduaneiro nacional para fins fiscais, económicos e de proteção da sociedade
- O Banco de Portugal tem duas missões essenciais: a manutenção da estabilidade dos preços e a promoção da estabilidade do sistema financeiro.

Existe, também, um Grupo Interinstitucional para o *e-commerce* que inclui: Autoridade para as Condições do Trabalho (ACT), Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE), Autoridade Tributária e Aduaneira (AT), Guarda Nacional Republicana (GNR), Polícia de

Segurança Pública (PSP), Polícia Marítima (PM) e Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF).

Esta atividade de cooperação nacional visa estreitar relações institucionais e potenciar as sinergias existentes entre as várias entidades, com o objetivo de garantir o cumprimento da lei e beneficiar os vários operadores económicos e cidadãos com a atuação, num só ato, de várias entidades. Atualmente, não existe nenhum grupo de trabalho para cooperação entre as 6 entidades reguladoras supramencionadas.



# Autoridades Reguladoras: Outros países Europeus

Diferentes países da União Europeia mantêm diferentes mecanismos de regulação. Dos países analisados, apenas o Reino Unido mantém, à semelhança de Portugal, diferentes entidades reguladoras do *e-commerce*. Os restantes países optaram por centralizar a atividade de regulação, ainda que disponham de supervisão local.

## França

Em França, a autoridade de supervisão é a Direção-Geral da Concorrência, Assuntos do Consumidor e Controlo de Fraudes (DGCCRF) que se encontra sob controlo do Ministério da Economia. Dentro da DGCCRF existe o Centro de Supervisão do Comércio Eletrónico (CSCE) que fiscaliza de modo ativo o comércio eletrónico com cerca de 70 agentes que fazem ações de monitorização dos *websites*, e que são depois apoiados no terreno por investigadores das direções regionais do Ministério.

## Reino Unido

No Reino Unido, não existe um organismo que detenha a responsabilidade única sobre a regulação do *e-commerce*, estando essas competências dispersas por diversas entidades, destacando-se a Autoridade da Concorrência e dos Mercados (CMA), os Chartered Trading Standards Institute (CTSI) e a Autoridade de Conduta Financeira (FCA).

## Holanda

Na Holanda, a Autoridade do Consumidor e dos Mercados (ACM) é uma autoridade multifuncional, que combina a aplicação da legislação em matéria de concorrência, proteção do consumidor, telecomunicações e energia. Isto permite à ACM dirimir conflitos relacionados com o *e-commerce* que surjam quer no âmbito da concorrência entre empresas quer na relação entre estas e o consumidor.

## Alemanha

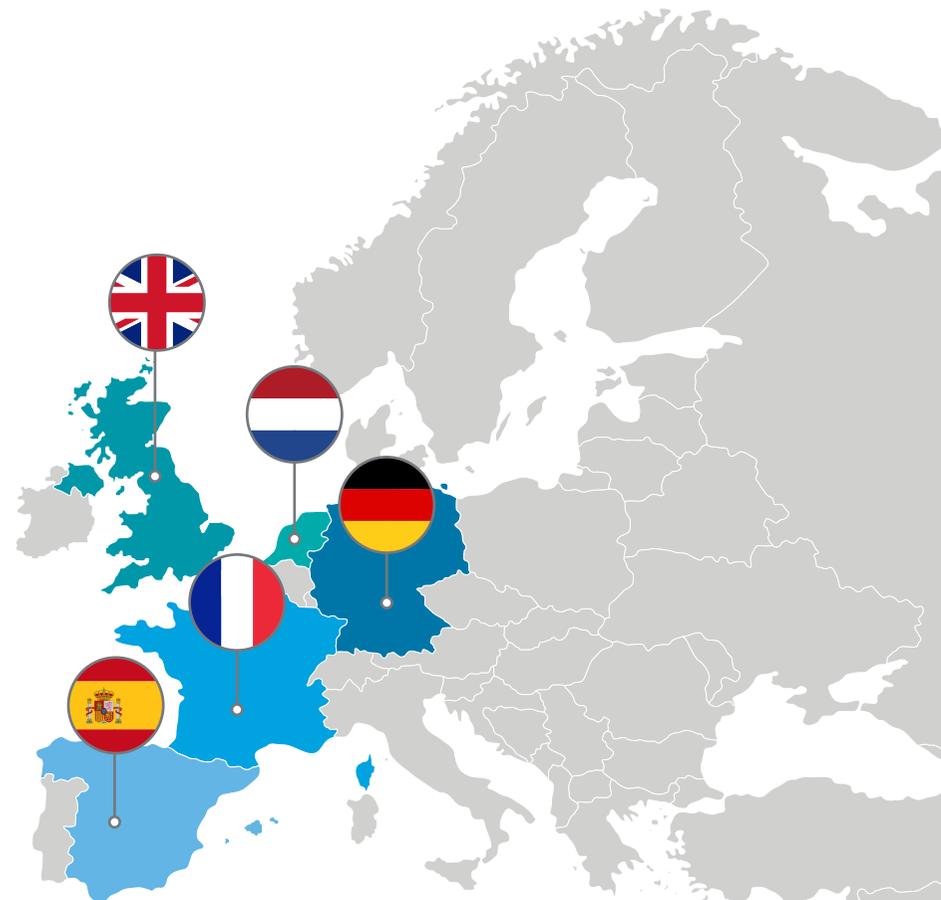
A Alemanha é um estado federal e, como tal, cada um dos 16 estados-federados tem uma autoridade de supervisão própria, que recai no Ministério da Economia, Trabalho, Energia e Transportes de cada um desses estados. No âmbito da Diretiva 2000/31/EC (Diretiva do *e-commerce*) a Autoridade Federal de Supervisão Financeira (BaFin) e o Ministério Federal da Justiça e Defesa do Consumidor

têm também poder de supervisão em algumas matérias, à semelhança do Banco de Portugal.

## Espanha

Em Espanha, as autoridades de supervisão estão também separadas por Governos Regionais. As competências de supervisão decorrentes da Diretiva 2000/31/EC estão a cargo da Comissão Nacional dos Mercados e da Concorrência (CNMC), que é o órgão que

promove e defende o bom funcionamento de todos os mercados no interesse de consumidores e empresas. É um órgão público com personalidade jurídica própria, independente do governo e sujeito ao controlo parlamentar.



# Divergências legais dentro da União Europeia

Ainda persistem divergências na aplicação da lei na União Europeia. A mesma prática comercial pode ser avaliada de forma diferente entre países, traduzindo-se num ambiente de maior risco regulatório.

## Exemplos:

### França

Em França, a autoridade da concorrência emitiu em 2018, uma Opinião sobre os principais obstáculos do *e-commerce* destacando a diferença de preços praticada no retalho físico e no comércio *online*. Em 2019, considerou o retalho como prioritário para efeitos de investigação de práticas anti concorrenciais.

### Reino Unido

O Reino Unido tem escrutinado de forma ativa a atividade de *e-commerce*, sobretudo no que toca à prática de restrições geográficas, alteração de preços e promoções e práticas comerciais desleais como sejam os acordos de distribuição verticais. Em julho de 2019

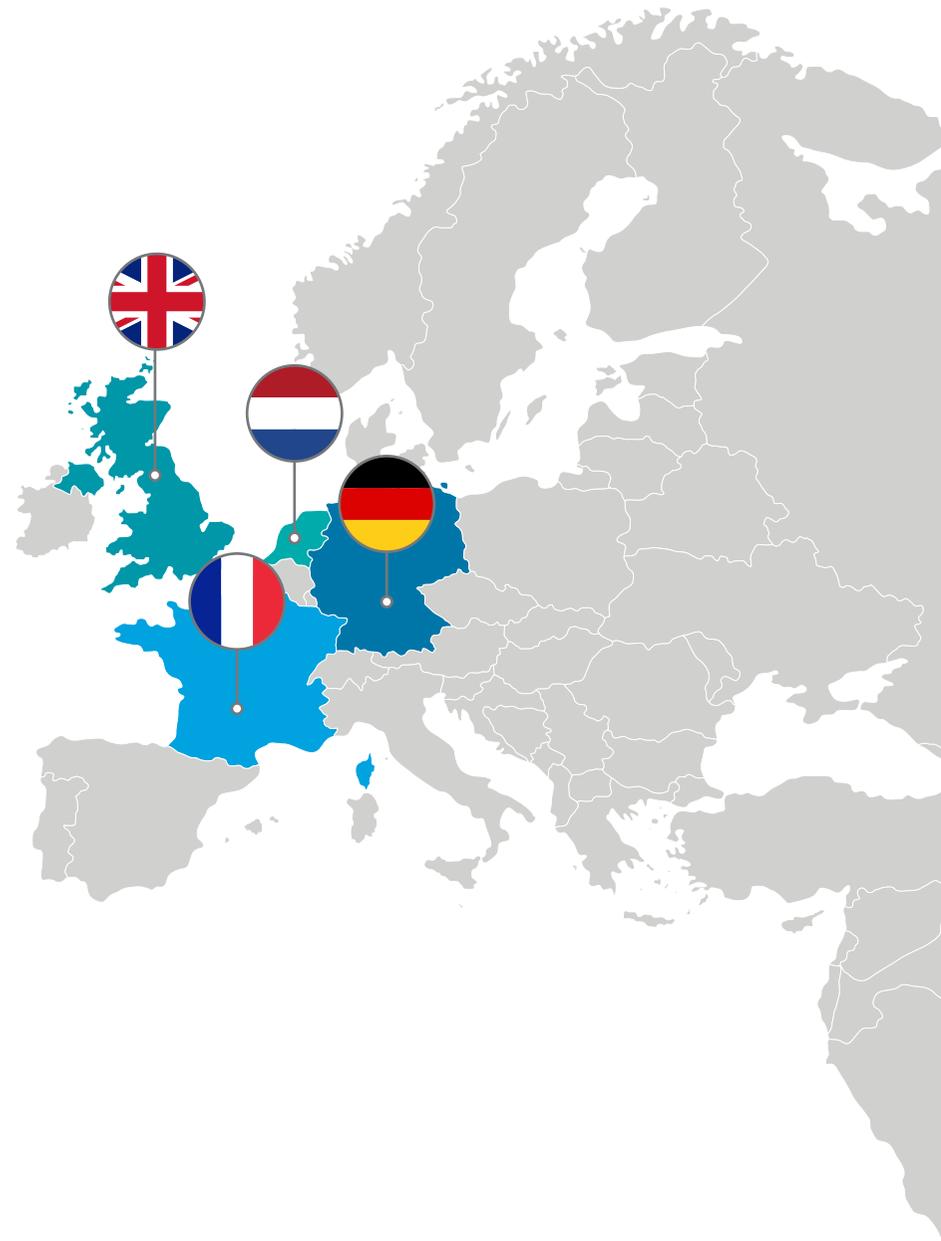
foi iniciada uma investigação nacional às plataformas eletrónicas.

### Holanda

Em Fevereiro de 2019, a autoridade da concorrência holandesa publicou uma Opinião sobre os acordos de distribuição verticais e anunciou que iria ser mais ativa na aplicação da lei às práticas comerciais decorridas no meio digital, nomeadamente no que diz respeito à comparação de preços.

### Alemanha

Em Abril de 2019, a autoridade alemã emitiu uma Opinião sobre práticas comerciais no *e-commerce* e tem focado a sua atuação na comparação de preços entre plataformas.



# Divergências legais dentro da União Europeia

Ainda persistem divergências na aplicação da lei na União Europeia. A mesma prática comercial pode ser avaliada de forma diferente entre países, traduzindo-se num ambiente de maior risco regulatório.

Apesar de partilharem do mesmo objeto na aplicação da lei à atividade de *e-commerce*, diferentes autoridades da concorrência em países da União Europeia não partilham as mesmas opiniões e práticas regulatórias. A título de exemplo, a Adidas

e a Asics foram multadas pela autoridade da concorrência na Alemanha por não terem políticas de venda claras nos seus *websites*, enquanto as autoridades francesas, suecas e suíças concluíram pela sua adequação e legalidade.



# Aplicação da Lei: Portugal

O incumprimento da legislação sobre o *e-commerce* é sancionado como contraordenação, criando a perceção generalizada de que essas infrações são de reduzida gravidade. O valor das coimas aplicadas é baixo em comparação com o esforço despendido na aplicação da lei a entidades não sediadas em Portugal.

## Enquadramento:

Todas as infrações que o Estado decide sancionar ou punir com uma coima têm, tendencialmente, uma perceção generalizada de gravidade reduzida para a sociedade

O não cumprimento dos requisitos necessários pode originar coimas entre os €2.500 a €50.000

### 1. Direito das Contraordenações

O direito das contraordenações é tendencialmente associado às bagatelas penais, àqueles ilícitos a que se associam uma neutralidade axiológica ou um desvalor para a sociedade inferior aos crimes. Uma contraordenação é uma infracção punível com uma sanção pecuniária denominada coima, que não é convertível em prisão.

Todas as infrações que o Estado decide sancionar ou punir com uma coima têm, tendencialmente, uma perceção generalizada de gravidade reduzida para a sociedade. Isto leva a que o valor das coimas associadas às contraordenações sejam substancialmente menores quando comparadas, por exemplo, com as molduras criminais.

### 2. Vantagens

Ainda assim, existem vantagens em sancionar como contraordenação em detrimento de crime. Permite-se a concentração

na mesma entidade de poderes de regulação, investigação, acusação e sanção que de outra forma violariam normas constitucionais em matéria de separação de poderes. O não cumprimento da legislação em vigor pode, por exemplo, originar coimas entre os €2.500 a €50.000, cabendo à ASAE ou à ANACOM a instauração, instrução dos processos contraordenacionais e a aplicação das sanções previstas.

### 3. Imposição da lei a retalhistas nacionais e estrangeiros

Existe um desfasamento entre o custo e o benefício da aplicação da lei a entidades estrangeiras que não cumpram com a legislação nacional por diversas razões: 1) Coimas com molduras máximas muito baixas; 2) Falta de meios humanos e técnicos por parte dos reguladores para fiscalizar devidamente as ilegalidades; 3) Ausência de mecanismos internacionais para a prossecução da tarefa sancionatória.

Isto leva a que exista uma forte pressão sobre os retalhistas nacionais pois torna-se demasiado oneroso para o Estado punir infratores estrangeiros.

Torna-se oneroso para o Estado despende esforços e recursos para punir infratores estrangeiros

# Cooperação Internacional na Imposição da Lei

Em 2004, foi criada a Rede de Cooperação da Proteção do Consumidor com o objetivo de proporcionar meios eficazes para proteger os interesses dos consumidores em toda a UE. Em 2017 e 2018 foram realizadas ações conjuntas de fiscalização (*sweeps*) que revelaram múltiplos casos de irregularidades legais. O novo regulamento visa reforçar a eficiência da Rede.



# Constrangimentos ao Desenvolvimento do *e-commerce* em Portugal

# Constrangimentos ao Desenvolvimento do *e-commerce* em Portugal

## Sumário

### Principais Constrangimentos Identificados pelo Setor:



#### 1. Concorrência Desleal:

No que se refere ao contexto fiscal e concorrencial, foi evidenciado que a sujeição dos operadores internacionais de *e-commerce* a regras diferentes dos operadores nacionais, e a falta de sanção do incumprimento da lei, levam à perda de competitividade dos operadores nacionais que asseguram o respetivo *compliance*.

Adicionalmente, em termos de contexto de negócio, os associados da APED identificaram quatro grandes áreas como representando obstáculos ao desenvolvimento do *e-commerce* nacional:



#### 2. Pagamentos:

A adoção tardia em Portugal de meios de pagamento digitais com elevada utilização a nível internacional, como sejam o Google Pay ou o Apple Pay, prejudica a competitividade dos operadores nacionais.



#### 3. Talento:

As empresas portuguesas não encontram talento suficiente no mercado de trabalho nacional formado em áreas de ciência, engenharia, tecnologia e informática. Existe uma procura não satisfeita por profissionais nas áreas das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) estimada em 15 mil postos de trabalho.



#### 4. Inovação:

A falta de escala e a necessidade de alocar recursos a atividades de *compliance* limitam a capacidade de investimento em inovação



#### 5. Literacia Digital e Financeira

O consumidor nacional apresenta elevada iliteracia digital (50%) e financeira (58%) o que representa um obstáculo ao desenvolvimento do *e-commerce* e ao aumento da utilização da internet.

Olhando para o futuro do *e-commerce* em Portugal é fundamental alinhar as iniciativas de apoio ao *e-commerce* com os constrangimentos identificados pelo setor nas suas várias dimensões para além dos domínios legal e fiscal.

# Principais Constrangimentos Identificados Pelo Setor: Concorrência Desleal

Os operadores nacionais sentem estar sujeitos a uma regulação mais restritiva que lhes limita a competitividade face a operadores internacionais. O incumprimento da lei não é suficientemente penalizado e as sanções aplicadas não têm um efeito suficientemente dissuasor.



## Concorrência Desleal

A sujeição dos operadores internacionais de *e-commerce* a regras diferentes dos operadores nacionais, e a falta de sanção do incumprimento da lei, levam à perda de competitividade dos operadores nacionais que asseguram o respetivo *compliance*.

### Resultados das entrevistas a responsáveis de *e-commerce* de empresas associadas da APED

#### Razões de perda de competitividade

##### 1. Operadores internacionais sujeitos a regras distintas

Os entrevistados sentem que é imperativo que operadores internacionais cumpram a mesma legislação que os retalhistas nacionais, permitindo assim o restabelecimento de um ambiente concorrencial saudável. Um exemplo da perda de competitividade dos operadores nacionais é a obrigatoriedade de fazer acompanhar os produtos vendidos pela fatura e documento de transporte enquanto a operadores internacionais é permitido o envio de uma fatura digital ao consumidor. É essencial ou que os operadores nacionais sejam sujeitos à mesma legislação que os operadores nacionais ou que a legislação portuguesa se aproxime

da que vigora nos outros países para repor paridade competitiva.

##### 2. Maior foco regulatório nos operadores nacionais

Outro aspeto que, segundo os entrevistados, cria injustiças no mercado nacional é a maior fiscalização dos operadores nacionais face aos internacionais. Esta situação ocorre porque: 1) as coimas têm molduras máximas reduzidas, fazendo com que o custo associado a instauração de processos de contraordenação no estrangeiro seja demasiado elevado face ao montante a pagar pela entidade infratora; 2) existe a falta de meios humanos e técnicos para os reguladores fiscalizarem devidamente as situações de incumprimento e; 3) não existem mecanismos internacionais para a prossecução das diligências fiscalizadoras e sancionatórias.

##### 3. Sanções não incentivam o cumprimento da lei

A concorrência desleal, segundo os entrevistados, é também evidente no mercado

nacional. Uma vez que mudanças na lei requerem por vezes a alteração de processos e sistemas internos, alguns operadores mais propensos ao risco optam por não a cumprir na totalidade ou no prazo acordado, prejudicando a competitividade das empresas cumpridoras.

Um exemplo foi a implementação do Regime Geral da Proteção de Dados (RGPD): tendo muitos operadores efetuado um esforço significativo para implementar as novas obrigações dentro do prazo estabelecido, seguiu-se então um ano de cadência da lei e dois anos durante os quais não houve uma aplicação da mesma pela autoridade de controlo. Os entrevistados referem que é imperativo que as sanções às empresas infratoras sejam significativas de forma a tornar o cumprimento da lei uma vantagem competitiva para o negócio.

# Principais Constrangimentos Identificados Pelo Setor: Pagamentos

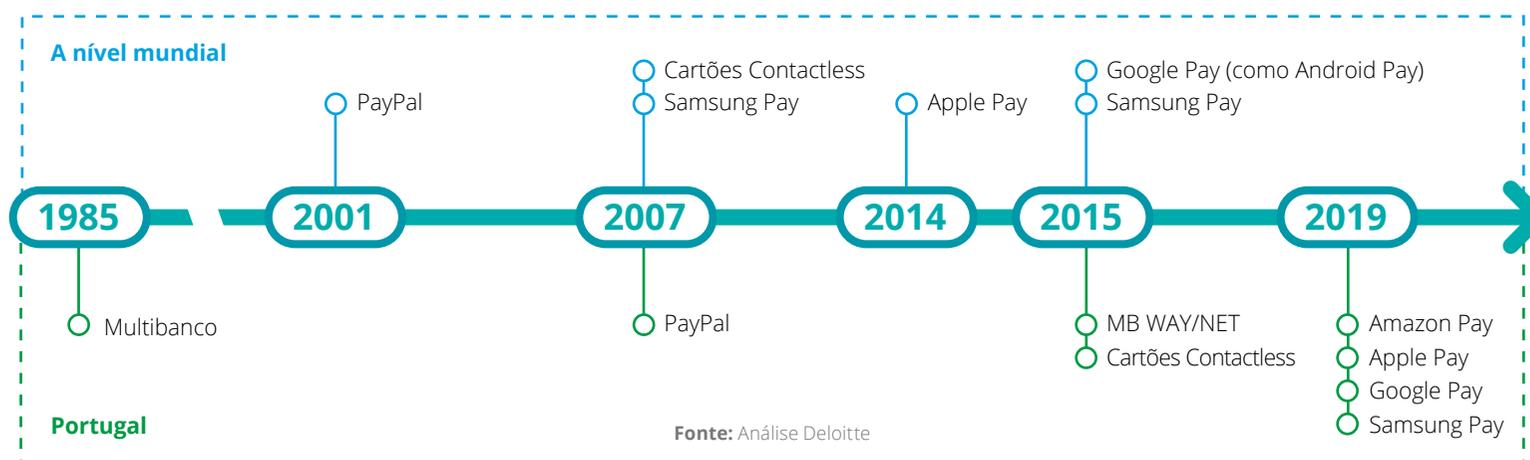
Verifica-se que existe um atraso significativo na disponibilização e adoção em Portugal dos meios de pagamento mais usados em transações digitais a nível internacional.



## Pagamentos

A disponibilização tardia de métodos de pagamento digitais disponíveis internacionalmente prejudica a competitividade dos operadores nacionais.

### Resultados das entrevistas a responsáveis de e-commerce de empresas associadas da APED



Os entrevistados sentem que Portugal adota de forma tardia os métodos de pagamento mais usados a nível internacional em transações digitais. Apesar de dispormos de alternativas digitais (como MB WAY, MB NET e cartões *contactless*), só este ano chegaram a Portugal serviços como o Apple Pay.

Os entrevistados entendem também que, mesmo após tornados acessíveis em Portugal, estes meios de pagamento tardam em ser disseminados por falta de resposta das infra-estruturas de pagamentos instaladas em Portugal. Serve de exemplo os cartões *contactless* que, ainda hoje, não funcionam em todos os terminais de pagamento.

O uso massificado da referência Multibanco como meio de pagamento para compras *online* também cria alguns constrangimentos aos operadores, por introduzir um intervalo de tempo adicional no processo, que pode ir até 24 horas, durante o qual o produto comprado tem de se manter cativo sem que o consumidor tenha de concluir a compra.

# Principais Constrangimentos Identificados Pelo Setor: Talento

As empresas portuguesas têm uma procura cada vez maior por talentos nas áreas de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) que não conseguem ver satisfeita pelo mercado de trabalho nacional.



## Talento

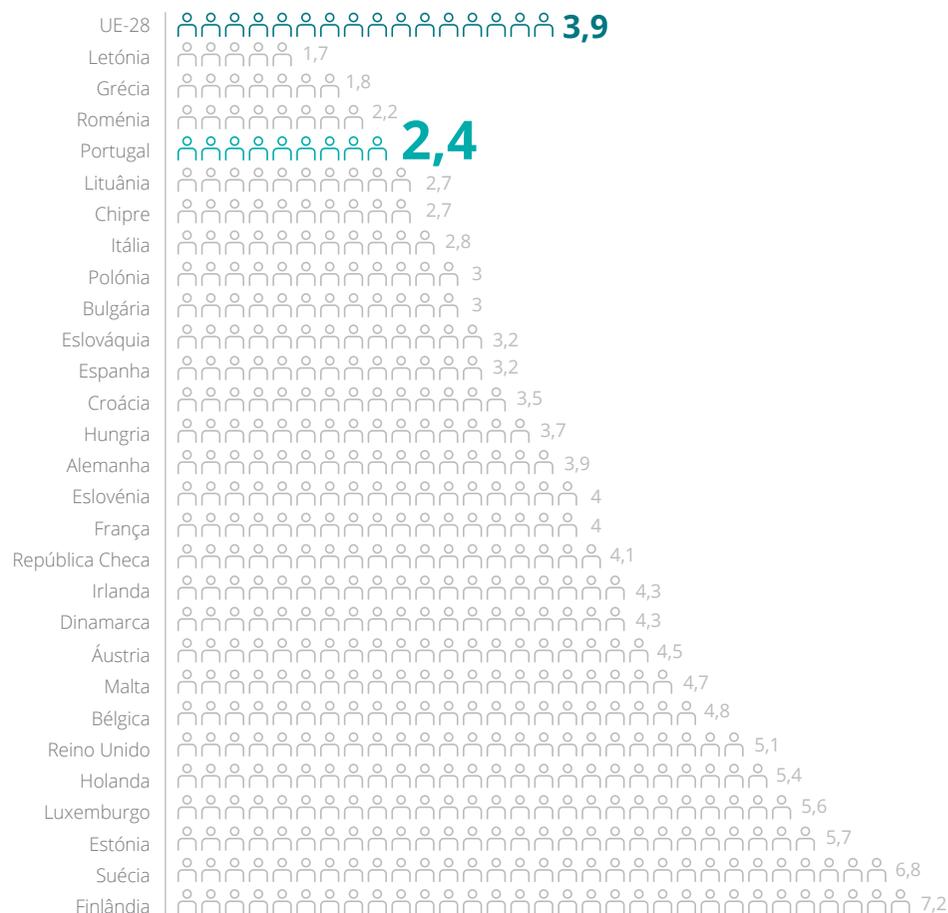
Empresas portuguesas não encontram talento em quantidade e qualidade suficientes no mercado de trabalho nacional para desempenhar trabalhos em funções de engenharia, tecnologia e informática.

### Resultados das entrevistas a responsáveis de e-commerce de empresas associadas da APED

Portugal é o 4.º país da União Europeia com menor proporção da população empregue no setor das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), a cerca de 1,5 pontos percentuais abaixo da média europeia.

A procura por profissionais formados em áreas STEM (*Science, Technology, Engineering and Mathematics*) tem aumentado consideravelmente, quer pela entrada de novas empresas e centros tecnológicos no

Percentagem da população empregada que trabalha no setor das TIC (UE-28) 2018



# Principais Constrangimentos Identificados Pelo Setor: Talento

As empresas portuguesas têm uma procura cada vez maior por talentos nas áreas de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) que não conseguem ver satisfeita pelo mercado de trabalho nacional.



## Talento

Empresas portuguesas não encontram talento em quantidade e qualidade suficientes no mercado de trabalho nacional para desempenhar trabalhos em funções de engenharia, tecnologia e informática.

país, quer pela expansão das operações das empresas já instaladas.

Segundo a Comissão Europeia, nos últimos 5 anos o desfasamento entre o talento disponível e as necessidades das empresas aumentou 14%, o que em Portugal equivale a uma procura por 15 mil postos de trabalho sem oferta correspondente. Sem aumento considerável no investimento na formação de especialistas nesta área, espera-se que a entrada de novas empresas tecnológicas em Portugal venha a agravar esta tendência.



O desfasamento entre o **talento disponível e as necessidades das empresas** aumentou 14%, o que em Portugal equivale a uma procura por 15 mil postos de trabalho sem oferta correspondente.

# Principais Constrangimentos Identificados Pelo Setor: Inovação

A introdução regular de nova legislação ou revisão da legislação em vigor pode canibalizar os recursos que, de outra forma, estariam alocados a esforços de inovação e desenvolvimento. A falta de escala pode também ser um constrangimento ao investimento em inovação, especialmente quando comparado com grandes operadores internacionais.



## Inovação

A falta de escala e a necessidade de alocar recursos a atividades de compliance limitam a capacidade de investimento em inovação.

### Resultados das entrevistas a responsáveis de *e-commerce* de empresas associadas da APED

Nova legislação direcionada à proteção do consumidor é regularmente introduzida ou revista (e.g. Lei dos Saldos, Regulamento Geral de Proteção de Dados, PIRC), resultando na canalização para atividades de *compliance* de uma parte significativa do foco e recursos das empresas que, de outra forma, estariam alocados a atividades de inovação e desenvolvimento. Os associados da APED entrevistados estimam alocar 20 a 40% da despesa e 10 a 20% do tempo das suas equipas de *e-commerce* ao cumprimento de requisitos legais e regulatórios.

Os entrevistados referem também a falta de escala do mercado e dos operadores portugueses como uma desvantagem competitiva face a grandes operadores

internacionais com maior capacidade investimento em inovação e tecnologia. No entanto, esta circunstância também é vista como uma oportunidade para compensar a menor escala com maior agilidade e capacidade de experimentação.

Alguns entrevistados também referiram que a menor digitalização dos seus próprios fornecedores resulta por vezes num esforço acrescido dos retalhistas e na menor eficiência da cadeia de valor como um todo. Ainda assim, destacaram os programas públicos existentes em Portugal para incentivo à modernização de pequenas e médias empresas, designadamente apoios financeiros e apoios ao desenvolvimento de plataformas digitais.

# Principais Constrangimentos Identificados Pelo Setor: Literacia Digital e Financeira

Portugal apresenta elevados valores de iliteracia digital (50%) e financeira (58%), o que contribui para uma maior inibição na experimentação de compras *online*.

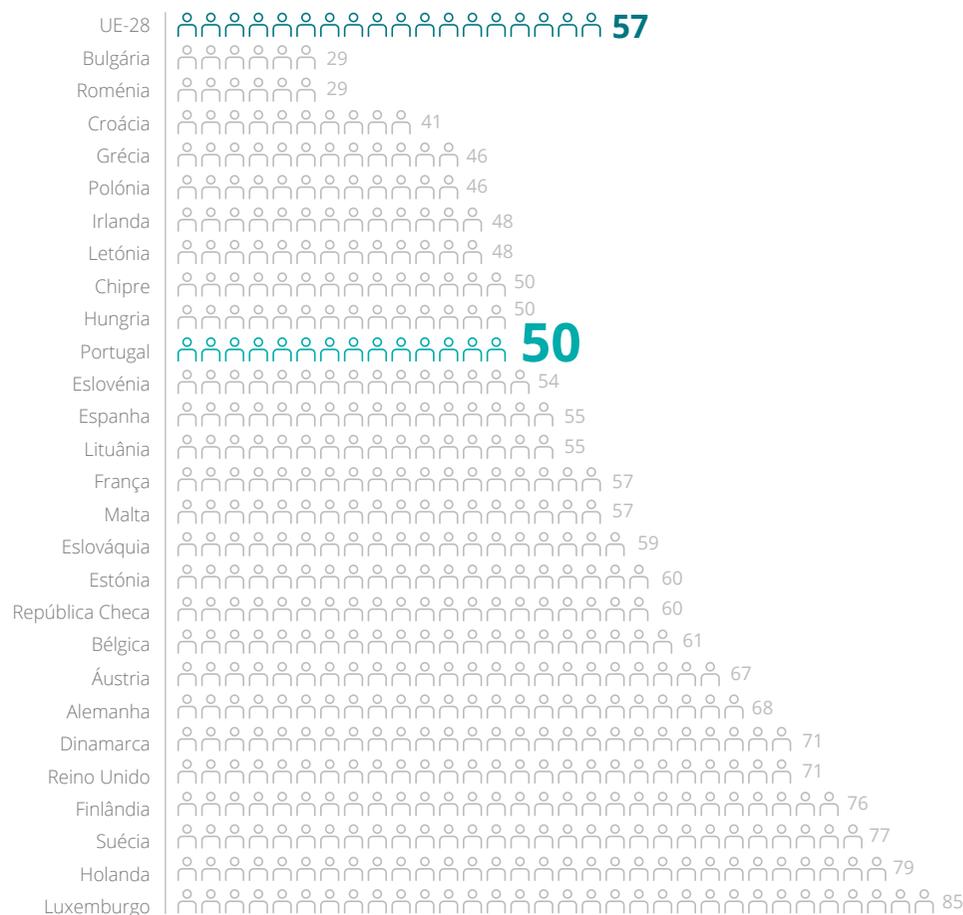


## Literacia Digital e Financeira

Os níveis de iliteracia digital e financeira em Portugal são superiores à média da União Europeia e criam um obstáculo adicional à adoção pelos consumidores das tecnologias que suportam as transações de *e-commerce*.

Portugal posiciona-se abaixo da média da União Europeia no que diz respeito à percentagem da população que possui competências digitais de nível básico ou superior. 75% de população portuguesa usa diariamente a internet, mas apenas 35% afirma ter comprado *online* pelo menos uma vez.

Proporção da população com competências digitais de nível básico ou superior 2017



# Principais Constrangimentos Identificados Pelo Setor: Literacia Digital e Financeira

Portugal apresenta elevados valores de iliteracia digital (50%) e financeira (58%), o que contribui para uma maior inibição na experimentação de compras *online*.



## Pedagogia

Os níveis de iliteracia digital e financeira em Portugal são superiores à média da União Europeia e criam um obstáculo adicional à adoção pelos consumidores das tecnologias que suportam as transações de *e-commerce*.

Apenas 42% dos portugueses considera também ter um bom nível de literacia financeira, o que limita a sua capacidade para avaliar, por exemplo, diferentes modalidades de pagamento e financiamento, em particular quando se trata de vendas à distância.

Existe ainda também falta de informação dos direitos que, enquanto consumidores, os portugueses possuem quando compram *online* inibindo-os, por exemplo de reportar às autoridades produtos defeituosos ou que não cumprem de outra forma com a lei comunitária.



75% de população portuguesa usa diariamente a internet, mas **apenas 35% afirma ter comprado *online*** pelo menos uma vez.

# Propostas de ação

# Propostas de Ação: a Importância de Investir no *e-commerce* em Portugal

Nos próximos 2 anos, prevê-se um crescimento superior a 10% ao ano no *e-commerce* em Portugal, o que representa uma oportunidade para operadores nacionais e internacionais a atuar em Portugal.

O número de *marketplaces* e operadores de *e-commerce* acessíveis em território português tem aumentado significativamente, com um conseqüente aumento da diversidade da oferta disponível ao nível de produto, preço, qualidade e proveniência. Esta maior intensidade concorrencial é positiva para o

consumidor mas também aumenta a respetiva exposição a situações de fraude e a práticas anti-concorrenciais.

Entendemos ser por isso importante trabalhar as condições necessárias ao nivelamento do ambiente competitivo entre os operadores sediados no espaço europeu, e por isso mais sujeitos às respetivas leis e regulamentos, e os grandes operadores globais.

Este nivelamento deverá passar pela realização de alguns ajustes ao panorama legal e fiscal

aplicável ao *e-commerce* e por uma maior preparação das entidades regulatórias para endereçar as características próprias do comércio eletrónico, nomeadamente a capacidade de um consumidor português poder ser servido por um operador sediado em qualquer jurisdição fora da UE e que não detenha qualquer entidade, ativo, operação ou colaborador no espaço europeu.

Neste sentido destacamos um conjunto de medidas que poderão contribuir para o aumento do equilíbrio competitivo neste setor.

01



## Criação de um Centro de Supervisão do Comércio Eletrónico

A transição da economia para o digital é um dos desafios estratégicos do País e transversal a todos os sectores de atividade da economia portuguesa. Torna-se por isso relevante a criação de um organismo independente responsável pela avaliação da consistência, cumprimento e sustentabilidade da legislação

e regulamentação aplicável ao comércio eletrónico e pela adoção de medidas de promoção da transparência, eficácia regulatória, qualidade das decisões de política económica e reforço da credibilidade dos operadores digitais acessíveis em território nacional.

Entre as suas principais funções, destacaríamos:

- A avaliação regular das dificuldades e necessidades dos operadores económicos na implementação de regulamentação nacional e comunitária e eventuais

# Propostas de Ação: a Importância de Investir no *e-commerce* em Portugal

Outra medida premente identificada é a necessidade de formação e capacitação dos recursos das autoridades reguladoras em matérias legais, de negócio e tecnologia.

constrangimentos concorrenciais e proposta de medidas de mitigação;

- A análise aos obstáculos materiais dos consumidores na defesa dos seus direitos e proposta de medidas de mitigação;
- A capacitação e formação permanente dos recursos humanos das autoridades reguladoras sectoriais, não só do ponto de vista da legislação e regulamentação a implementar, mas também em matérias relacionadas com o negócio e tecnologia;
- A comunicação permanente com os diversos *stakeholders*, no sentido de garantir a transparência sobre a interpretação da lei e os direitos dos consumidores, bem como uma atualização permanente da informação e o esclarecimento dos interessados;
- A análise de queixas ou reclamações por parte de consumidores e interessados e a adoção de medidas corretivas como seja a criação de uma lista negra para operadores em incumprimento recorrente;
- A fiscalização ativa do comércio eletrónico com a alocação suficiente de recursos para a monitorização dos *websites* portugueses

e estrangeiros com maior adesão em Portugal;

- A promoção da resolução extrajudicial de conflitos entre os operadores de *e-commerce* e os consumidores, em termos processuais simples, expeditos e tendencialmente gratuitos, dinamizando e cooperando com os mecanismos extrajudiciais de resolução de conflitos existentes ou, por sua iniciativa ou em colaboração com outras entidades, criando outros mecanismos, cabendo-lhe promover a adesão das entidades sujeitas à sua atuação;
- A prática de todos os atos necessários ao processamento e punição das infrações às leis e os regulamentos cuja implementação ou supervisão lhe compete, bem como as resultantes do incumprimento das suas determinações, incluindo, quando aplicável, adotar medidas cautelares, aplicar sanções, nomeadamente sanções pecuniárias compulsórias, e cobrar coimas.

De forma a assegurar que este organismo não padece de ineficiências processuais e cumpre com as funções que lhe foram adstritas,

a digitalização da sua atividade é essencial. Desta forma, consideraríamos o seguinte:

- Acompanhar e apoiar o desenvolvimento do canal de receção das queixas dos consumidores via plataforma digital do Livro de Reclamações, que envolve a Direção-Geral do Consumidor e as entidades reguladoras dos diversos setores de atividade, no sentido de desenvolver a funcionalidade de acompanhamento pelo consumidor queixoso, permitindo-lhe ter visibilidade da análise e resultado da respetiva queixa;
- A criação de uma plataforma de comunicação interativa com empresas e consumidores, no sentido de garantir um elevado grau de transparência e resposta ao mercado;
- A implementação de soluções (e.g. *web crawlers*) que lhe permita monitorizar o mercado de forma eficaz e atuar rapidamente na reposição da legalidade, incluindo em empresas sediadas fora da União Europeia;
- A criação de uma plataforma que permita aos operadores calcular os custos de

# Propostas de Ação: a Importância de Investir no *e-commerce* em Portugal

implementação de nova regulamentação nacional e internacional, permitindo-lhes efetuar análises de risco e planear a alocação ajustada de recursos humanos e financeiros;

- O desenvolvimento de um canal de comunicação entre autoridades reguladoras, de forma a que estas partilhem entendimentos e iniciativas de *enforcement*, garantindo assim uma harmonização jurídica na aplicação da lei e partilha de esforço na supervisão do mercado;

Seguindo a conclusão do Tribunal de Contas Europeu, que referiu não estarem a serem plenamente explorados pelos Estados-Membros os mecanismos disponíveis de cooperação administrativa, será igualmente importante assegurar a utilização e promoção dos canais de cooperação administrativa intracomunitária e internacional, no sentido de garantir o cumprimento da lei pelos operadores sediados fora de Portugal,

independentemente do valor da sanção aplicada, e restabelecer a concorrência no mercado digital.

02



## Controlo alfandegário seletivo de produtos suspeitos

Na elaboração deste estudo ficou claro que uma grande parte dos produtos que não cumprem as normas de segurança e proteção do consumidor têm traços comuns, designadamente terem um preço abaixo dos €22, o que os torna isentos de IVA, ou serem qualificados como oferta ("gift").

Estes produtos, maioritariamente de origem asiática, acabam por não ser alvo de controlo

alfandegário e não estão, frequentemente, em conformidade com as normas de segurança exigidas para produtos produzidos e comercializados dentro do espaço europeu.

Para que estes produtos sejam impedidos de entrar em Portugal ou, em alternativa, sejam sujeitos às mesmas regras legais e fiscais aplicáveis a todos os outros operadores, recomenda-se que as autoridades reguladoras

levem a cabo uma fiscalização regular das encomendas internacionais de forma seletiva, e não aleatória, com especial enfoque nos produtos com estas características.

Será assim necessário capacitar as autoridades reguladoras dos recursos humanos e tecnológicos que lhes permitam efetuar esta fiscalização regular.

# Propostas de Ação: a Importância de Investir no *e-commerce* em Portugal

03



## Reforço do cumprimento das obrigações fiscais

De forma a penalizar os comportamentos desleais de empresas de *e-commerce* ativas na União Europeia, recomenda-se que as autoridades reguladoras portuguesas criem uma lista de empresas que não cumprem a lei de forma regular e sistemática e atribuir sanções adequadas, nomeadamente através da proibição da entrada de produtos no mercado nacional, à semelhança do que foi promovido na Suécia.

Outra necessidade identificada prende-se com a isenção do IVA de importações de países externos à UE para produtos com valor inferior a 22€ que resulta, frequentemente, na subvalorização artificial do preço dos produtos para evitar o pagamento do IVA.

Verifica-se ainda uma isenção de taxas aduaneiras a produtos valorizados abaixo dos 150€, o que leva, mais uma vez, a uma

subvalorização artificial do preço dos produtos para evitar pagar estas taxas adicionais. Esta lei estará em vigor até 2021.

Neste sentido, à semelhança do que foi promovido na Suécia, recomenda-se que seja avaliada a possibilidade de antecipar a abolição da isenção do IVA e das taxas aduaneiras para o ano de 2020 para evitar a distorção no preço verificada atualmente.

04



## Investimento na formação de talento

Sendo significativo o desfasamento atual entre a procura e a oferta de profissionais na área das TIC, torna-se imperativo investir na qualificação de profissionais nas áreas de maior procura em ciência, engenharia, tecnologia e informática.

Para isto, recomenda-se que sejam reforçados os esforços como a iniciativa nacional

“Competências Digitais e.2030” e a “Portugal INCoDe.2030” que tenciona requalificar até 2020, 18 mil pessoas diplomadas da área das ciências, tecnologias, engenharias e matemáticas com cursos de fraca empregabilidade, para serem profissionais de TIC, alinhando as necessidades das empresas com as competências dos profissionais.

Seria importante analisar ainda a possibilidade de redesenhar, conjuntamente com empresas portuguesas, programas de estudo superior que promovam um progressivo alinhamento entre a oferta e a procura de mercado a médio e longo prazo.

# Deloitte.

“Deloitte” refere-se a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, uma sociedade privada de responsabilidade limitada do Reino Unido (DTTL), ou a uma ou mais entidades da sua rede de firmas membro e respetivas entidades relacionadas. A DTTL e cada uma das firmas membro da sua rede são entidades legais separadas e independentes. Aceda a [www.deloitte.com/pt/about](http://www.deloitte.com/pt/about) para saber mais sobre a nossa rede global de firmas membro.

A Deloitte presta serviços de auditoria, consultoria, financial advisory, risk advisory, consultoria fiscal e serviços relacionados a clientes nos mais diversos setores de atividade. Quatro em cada cinco empresas da Fortune Global 500® recorrem aos serviços da Deloitte, através da sua rede global de firmas membro presente em mais de 150 países, combinando competências de elevado nível, conhecimento e serviços de elevada qualidade para responder aos mais complexos desafios de negócio dos seus clientes. Para saber como os aproximadamente 245.000 profissionais criam um impacto positivo, siga a nossa página no Facebook, LinkedIn ou Twitter.