

QA#004/ Maio.2014

Mónica Veloso * Área Jurídica da Unidade Empreendedorismo ANJE

“ O Comércio Eletrónico ”

Na Quarta edição da QuickAid – Notas Informativas Jurídicas da Unidade de Empreendedorismo ANJE, vamos abordar o tema do comércio eletrónico alertando para questões de regulamentação, segurança jurídica a que este setor obriga, tendo, também, presente o facto de estar em permanente desenvolvimento e ser altamente competitivo.

Introdução

Nos últimos anos temos vindo a assistir a uma dinâmica e crescimento das tecnologias de informação o que levou a uma disseminação da internet e consequente desenvolvimento do comércio eletrónico. O mercado das comunicações eletrónicas trouxe uma forte dinâmica competitiva às empresas, preparou-as mais para os constantes desafios que esta era da globalização acarreta, sendo, indiscutivelmente um incentivo à cooperação empresarial e uma oportunidade para as PME.

Nesse sentido, importa aqui referir no que consiste o comércio eletrónico, quais os tipos de comércio eletrónico, quais benefícios e riscos na sua utilização, que entidades regulam estas comunicações e tem uma atuação relevante nesta matéria.

Definição de Comércio Eletrónico

O comércio eletrónico consiste na transação de bens e serviços via internet ou qualquer outro meio eletrónico (rede digital, e-mail, telefone, etc). Distingue-se do comércio tradicional pela forma como a informação é colocada entre as partes intervenientes - uma encomenda é colocada no mercado ou aceite através do uso de tecnologias diversas. É, sem dúvida, um meio diferente de comercializar bens e

serviços e uma boa oportunidade para as PME, que assim acedem ao mercado eletrónico global.

Tipos de Comércio Eletrónico/E-Commerce

Business -To- Business (B2B) – Engloba todas as transações entre empresas e desenvolve-se em três áreas: Marketplaces, onde as empresas estabelecem ligações comerciais assumindo a posição de vendedor ou comprador; E-Procurements que servem de suporte ao aprovisionamento das organizações, permitindo otimizar a cadeia de fornecimento (Tempo/custo) e automatizando as ligações com fornecedores; E-Distributions que integram as empresas com os seus distribuidores, filiais, representantes.

Conclusão: Potencia a cooperação empresarial e a competitividade das empresas.

Business –To- Consumer (B2C) – Engloba as relações comerciais entre empresas e consumidores finais, nomeadamente através das lojas virtuais. Não existe objetivo comercial para quem adquire os bens ou serviços (exemplos: CD's, livros, produtos alimentares, roupa, bilhetes para espetáculos).

Conclusão : Potencia o relacionamento da empresa com clientes

Business – to – Administration (B2A) – Engloba transações comerciais entre empresas e a administração pública. Diversidade de serviços ao nível do fisco, segurança social, registos comerciais e prediais.

Consumer – to – Administration (C-2-A) – Engloba transações entre indivíduos e a administração pública- Diversidade de serviços ao nível da saúde, impostos, educação, segurança social.

Conclusão: Torna mais céleres, logo mais transparentes e com maior qualidade os serviços públicos.

Principais Benefícios

Para as empresas, torna o comércio mais abrangente, na medida em que abarca o mercado nacional e internacional, reduz o tempo e custo na obtenção de produtos e/ou serviços; Para os consumidores, permite aceder mais facilmente a uma oferta diversificada/diferentes opções de escolha, o que leva a uma melhor decisão do consumidor, disponibiliza de forma mais célere e acessível produtos e/ou serviços.

Principais Riscos: Segurança, Fiabilidade e Privacidade

Como garantir a segurança Jurídica neste âmbito?

A segurança e confiabilidade no cumprimento dos contratos são essenciais ao bom funcionamento de qualquer mercado. Em Portugal, a entidade com competência genérica em matéria de comércio eletrónico relativamente a prestadores de serviços, é o ICP – ANACOM. Esta competência deve ser entendida em razão da matéria, uma vez que só deverá intervir não existindo competência setorial de outra entidade.

O sistema jurídico português salvaguarda, assim, o necessário para que o tráfego de documentos eletrónicos se processe com segurança, havendo, por tal motivo, mecanismos legais atuantes nesta nova era economia digital. Assim sucede com os documentos eletrónicos e com assinatura digital, os quais tem valor probatório e são reconhecidos do ponto de vista legal.

Entidades Relevantes

ICP – ANACOM - Autoridade Nacional de Comunicações

www.anacom.pt

CNPD – Comissão Nacional de Proteção de Dados

www.cnpd.pt

ACEPI - Associação do Comércio Eletrónico e Publicidade Interativa

www.acepi.pt



**ACADEMIA DOS
EMPREENDEDORES**



DGC – Direção – Geral do Consumidor
www.consumidor.pt

Legislação Relevante

Diretiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e Conselho de 8 Junho de 2000. Visa reforçar a segurança jurídica deste tipo de comércio com vista a aumentar a confiança dos internautas.

Diretiva 2002/58/CE, de 12 de Julho – Privacidade e comunicações eletrónicas

Lei 42/2013, de 3 Julho

Lei 10/2013, de 28 Janeiro

Lei nº 46/2012, de 29 de Agosto

Decreto-Lei nº 62/2009, de 10 de Março

Decreto –Lei nº 7/2004, de 7 de Janeiro

Decreto-Lei 290-D/99, de 2 de Agosto

Código da Publicidade – DL 330/90, 23 de Outubro, lei 8/2001, de 11 Abril, DL 57/2008, 26 de Março

Lei de Defesa do Consumidor – 24/96, 31 Julho

Lei de Proteção de Dados Pessoais - Lei 67/98, 26 de Outubro

Artigo 35º da Constituição da República Portuguesa