



Comprar na Internet

www.comercioelectronico.pt

É cada vez maior o número de portugueses a aderir às compras *online*, através da Internet e do telemóvel, beneficiando de mais tempo para si, com elevada comodidade e flexibilidade.

Compras em Diversidade e Qualidade

Praticamente todos os produtos que se encontram nos canais tradicionais podem ser comprados *online*.

Serviços Públicos na Internet

O investimento da Administração Pública para colocar os seus serviços *online* reflecte-se em maior facilidade na interacção do cidadão com o Estado.

índice

Mais tempo para viver	Pág. 02
Vantagens de comprar na Internet ..	Pág. 04
Compras em diversidade e qualidade	Pág. 06
Semana do Comércio Electrónico	Pág. 16
Serviços Públicos na Internet	Pág. 18
Educação em Linha	Pág. 22
Compra e venda entre particulares ..	Pág. 24
Compradores naturais	Pág. 26
Consumir com direitos	Pág. 28
Questões a ter em conta	Pág. 30
Ligações úteis	Pág. 32



Semana do Comércio Electrónico

Debater,
Informar,
Experimentar

Todos os anos a ACEP promove a semana do comércio electrónico na qual são organizadas conferências e *workshops* temáticos. A iniciativa pretende ainda dinamizar a experimentação das compras electrónicas nas lojas portuguesas, promovendo um passatempo que distribui vários prémios.

Mais informação pode ser encontrada no site

www.comercioelectronico.pt

A edição deste Guia é organizada pela ACEP em parceria com a UMIC



ACEP – Associação do Comércio Electrónico em Portugal

www.comercioelectronico.pt

Taguspark, Edifício Inovação I

Sala 212 A

Tel. 309 906 071

acep@comercioelectronico.pt



Com o apoio de:



Diário de Notícias

Com o patrocínio de:



NETeabo



Mais tempo para viver !



É cada vez maior o número de utilizadores que faz compras em plataformas electrónicas, usando a Internet ou o telemóvel e beneficiando da comodidade e poupança de tempo garantida por este sistema.

No ritmo acelerado do dia-a-dia é fundamental que se consigam otimizar tarefas para conseguir libertar tempo para actividade de maior valor e enriquecimento pessoal e familiar. Ganhar tempo para ir a um concerto, brincar com os filhos ou simplesmente ler um bom livro em frente ao mar num fim de tarde é um luxo a que só alguns conseguem ter acesso, mas há cada vez mais ferramentas para simplificar a vida dos cidadãos, sobretudo na realização de compras – fundamentais para o bom

Sabia que...?

Em média uma deslocação física às lojas consome 2 a 3 horas, às quais se somam os transportes, tempo que podia ser usado para outras actividades se fizesse compras *online*.

funcionamento de qualquer lar – e na execução de alguns serviços, onde a Internet e os telemóveis se podem tornar uma ajuda fundamental. Basta pensar no tempo que se perde para ir a um supermercado ou a um centro comercial escolher alguns produtos, limitados a horários definidos pela loja, enfrentando o trânsito, os transportes e muitas vezes a multidão de compradores, para valorizar a possibilidade de ter uma experiência positiva de compra sem sair de casa ou do escritório, escolhendo produtos com calma, comparando-os, pagando-os e recebendo-os depois comodamente em casa.



Naturalmente continuará a haver espaço para a compra nas lojas físicas, mas vale mais reservá-la para produtos especiais do que para as compras rotineiras, nas quais não há qualquer valor acrescentado em serem feitas directamente em vez de usar o comércio electrónico.

Tendências globais

A tendência para abraçar os meios de compra electrónicos é global, estando porém mais desenvolvida em países onde a sofisticação das lojas e da oferta está mais apurada, como nos Estados Unidos e na Europa, ou onde os clientes perceberam mais rapidamente as vantagens destes sistemas, como os países do norte da Europa e o Japão. À medida que as plataformas das lojas são mais fáceis de usar e que as ligações Internet são mais rápidas os clientes podem ter

acesso a experiências de compra mais ricas, com apresentação de imagens e vídeos sobre os produtos, construção de listas de compras habituais e sistemas de comparação de características que tornam todo o processo mais agradável e prático. Também nas entregas a tendência promove a facilidade, com a possibilidade de receber os produtos em casa em entregas personalizadas, como fazem os supermercados, ou de sistemas de logística porta a porta. A entrega via correio, com a encomenda a chegar à casa do cliente ou a ser levantada na estação de correios, são também possibilidades usadas pelos lojistas, que querem eliminar as barreiras de compra e oferecem muitas vezes os custos de porte para cativar os clientes.

Mais ligações e mais velocidade

A par do desenvolvimento das plataformas de comércio electrónico das lojas, o crescimento do número de computadores nos lares portugueses e a maior velocidade das ligações Internet facilitam a adesão dos cidadãos, que reconhecem a facilidade e comodidade deste meio para escolher, comparar e comprar os seus produtos e serviços preferidos.

Vantagens de comprar na Internet

Comodidade + flexibilidade

Comprar um produto que se escolhe num site bem feito e fácil de usar, pagar e receber a encomenda em casa traz vantagens evidentes para os utilizadores que querem tirar mais partido da comodidade garantida pelos meios electrónicos.

Ter um mundo de lojas disponíveis sem sair de casa é um cenário que as plataformas electrónicas como a Internet e os telemóveis vieram trazer aos utilizadores, que podem saltar de loja em loja de forma fácil e rápida e escolher entre os diversos produtos, comparar características e preços e fazer a transacção de forma fácil, recebendo depois os produtos em casa. As compras *online* já entraram nos hábitos de

milhares de portugueses, que, tal como os internautas de todo o mundo, perceberam as vantagens da comodidade e conveniência de poderem fazer compras 24 horas por dia e escolherem as lojas com os melhores produtos e os preços mais apelativos sem estarem limitados ao comerciante da rua ou do bairro. A escala global aplica-se aqui eficazmente e em muitos produtos não há grande diferença entre comprar dentro da mesma cidade, país ou continente. À questão da comodidade e da conveniência junta-se a facilidade de comparar produtos e preços. Basta usar um motor de busca ou visitar três ou quatro lojas para encontrar a melhor oferta, mais completa e com mais garantia de serviço ou assistência pós venda. A

Processo de compra

À semelhança do que acontece numa loja, também na Internet o processo de compra passa por escolher o produto, verificar características, comparar preços, colocar no carrinho de compras e dirigir-se à caixa para pagar. Da mesma forma, pode desistir antes do pagamento, abandonando a compra ou uma parte dos produtos escolhidos. No fim, para pagar, pode escolher diversos meios de pagamento, desde o cartão de crédito ao pagamento por Multibanco/Telemultibanco, ou ainda o pagamento por cheque quando receber o produto.

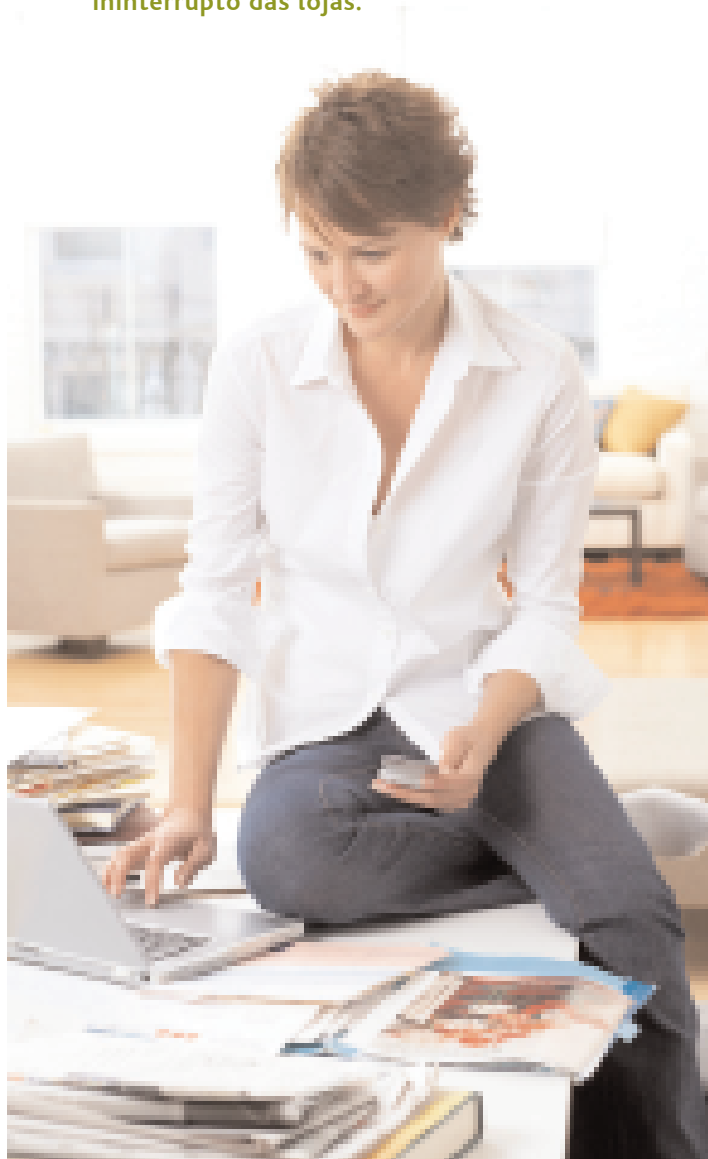
criação de uma relação de confiança é fundamental e por isso muitas vezes os utilizadores optam por comprar *online* na loja da marca a que já recorrem no mundo físico.

Fluxo de compra



Satisfação em larga escala

Num inquérito realizado recentemente a grande maioria dos compradores *online* mostrou-se satisfeito com os sites que visita e reconhece no comércio *online* vantagens como a comodidade, o acesso a melhores preços e o funcionamento ininterrupto das lojas.



Compras em diversidade e qualidade

O que comprar na Internet ?

Praticamente todos os produtos que hoje pode encontrar à venda por canais tradicionais estão já comercializados na Internet, muitas vezes com vantagens a nível da comodidade e preço.

Aos produtos que tradicionalmente se compram na Internet, como livros e CDs, que deram um grande impulso inicial ao comércio electrónico, juntam-se novas classes de artigos e serviços desmaterializados, como a música ou vídeos dos quais pode beneficiar imediatamente após a compra, ouvindo o novo álbum de um artista que ainda não chegou às lojas ou vendo um documentário ainda não editado em DVD.

Dos artigos do dia-a-dia, como as mercadorias de supermercado, às compras especiais – de produtos de luxo ou de um novo automóvel, a

variedade e a diversidade tornam mais apelativa a procura pela Internet onde também se podem encontrar produtos tradicionais portugueses e de outros países e regiões. E ainda que a compra possa não ser finalizada *online*, a decisão passa pela escolha e comparação na Internet.

Artigos de supermercado à porta de casa

Passear pelos corredores do supermercado com um carrinho que se vai enchendo de produtos segundo uma lista predefinida pode ser uma tarefa feita a partir do conforto do lar, evitando cansaço e filas para

78%

dos utilizadores de Internet portugueses já fizeram compras *online*. Os produtos preferidos cobrem as áreas da informática, electrónica, bilhetes para espectáculos e desporto.

pagar, assim como o trabalho de transportar até à porta de casa as dezenas de sacos com os produtos. Os principais supermercados portugueses têm serviços na Internet, embora ainda de abrangência regional limitada, e facilitam a vida das donas de casa nesta tarefa essencial para o bom funcionamento de qualquer lar. Os produtos estão organizados por secções e podem ser adicionados ao carrinho de compras consoante as quantidades ou peso pretendido, sendo possível definir uma lista de compras habituais para que numa próxima compra seja mais fácil encontrar o item ou marca preferida. Como vantagem adicional tem a garantia de que os frescos e congelados chegam nas melhores condições a casa, já que são transportados em caixas térmicas não passando

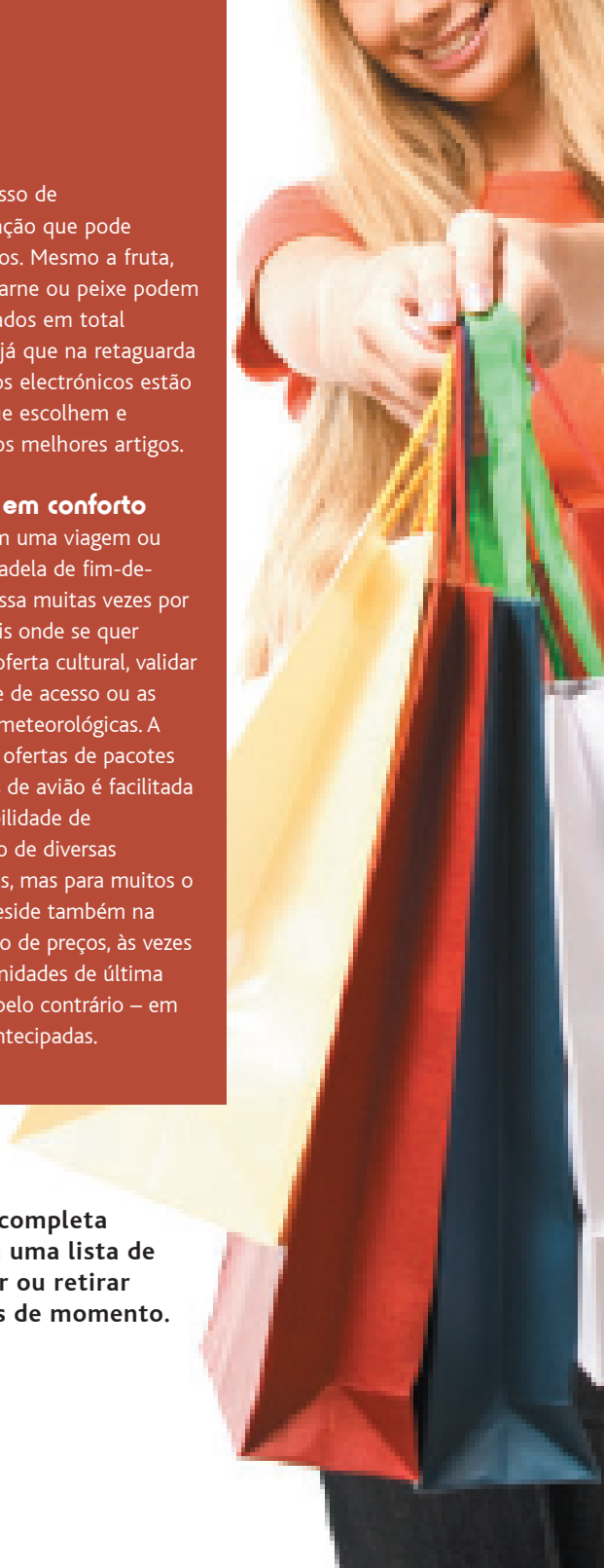
pelo processo de descongelação que pode deteriorá-los. Mesmo a fruta, legumes, carne ou peixe podem ser comprados em total segurança já que na retaguarda dos serviços electrónicos estão pessoas que escolhem e embalam os melhores artigos.

Viagens em conforto

Sonhar com uma viagem ou uma escapadela de fim-de-semana passa muitas vezes por ver os locais onde se quer passear, a oferta cultural, validar a facilidade de acesso ou as condições meteorológicas. A procura de ofertas de pacotes ou bilhetes de avião é facilitada pela possibilidade de cruzamento de diversas ferramentas, mas para muitos o atractivo reside também na optimização de preços, às vezes em oportunidades de última hora ou – pelo contrário – em compras antecipadas.

Recomendação

Para evitar passar sempre pela lista completa de produtos de supermercado defina uma lista de compras habituais à qual pode juntar ou retirar elementos conforme as necessidades de momento.



O que comprar na Internet ?



A oferta nesta área é cada vez mais vasta e vale a pena comparar os preços e serviços oferecidos, tendo em atenção que muitas agências de viagens colocam já todo o pacote na Internet mas que também as transportadoras aéreas, os hotéis e outros serviços de alojamento disponibilizam reservas e compras *online*, bastando apresentar o documento impresso que substitui o bilhete ou o *voucher*.

Artesanato e Cultura portuguesa para todo o mundo

Através da Internet é possível comprar um bocadinho de cada canto de Portugal, aproveitando o melhor que o artesanato e o fabrico personalizado e manual dos produtos pode trazer. De qualquer lado do mundo podem ser encomendadas as alheiras de Mirandela, os doces típicos de Aveiro ou as esculturas em barro de Évora. Negócios que

não teriam escala para chegar tão longe fora da plataforma de comércio electrónico.

A venda *online* leva também a todos as peças mais emblemáticas das lojas dos museus portugueses, que podem ser compradas *online* através da loja do Instituto Português dos Museus, onde se encontram livros, catálogos, mas também faianças, porcelanas, têxteis, serviços e cristais ou jgos.

Bilhetes desmaterializados

A aquisição de bilhetes é outra das áreas a que as plataformas electrónicas trouxeram uma nova facilidade. Comprar um bilhete para o cinema ou para um espectáculo é agora mais fácil a qualquer hora e sem sair de casa. Somando-se a estas vantagens pode ver-se de imediato uma pequena apresentação em vídeo do filme escolhido ou ler uma crítica do

Tecnologia portuguesa

Algumas empresas já deram um novo passo na desmaterialização dos bilhetes, como acontece em algumas salas da Lusomundo e no Pavilhão Atlântico. O ingresso foi substituído por uma mensagem curta para o telemóvel que é depois lida num dispositivo especial e serve de entrada.

bailado ou teatro que está em cena. Os lugares podem ser escolhidos no momento, com a percepção clara da localização face ao palco ou ao ecrã. Os bilhetes serão mais tarde recebidos em casa, por correio, ou, em alguns casos, o tradicional ingresso é substituído por um simples número de transacção que tem de ser apresentado na bilheteira física da sala de espectáculo.

Cinema e concertos em casa

Com a tecnologia de exibição de vídeos e música a evoluir de forma rápida, ver cinema em casa e ouvir um concerto ou um CD de alta qualidade faz parte das rotinas de muitos utilizadores. Os CDs e DVDs comprados nas lojas ou alugados em clubes de vídeo têm uma alternativa digital, de aquisição à medida das necessidades e interesses. As lojas de música *online* que

comercializam faixas de canções de um *portfólio* de milhões de álbuns, músicos e bandas, que depois podem ser descarregadas para o PC, para o leitor de MP3, ou gravadas num CD, já ganharam a adesão dos mais jovens mas também de adultos que querem ouvir edições raras ou novidades que ainda não estão disponíveis nas lojas. Da mesma forma os serviços de *pay per view*, disponíveis nas redes de cabo ou na televisão por IP (IPTV) dão maior flexibilidade na escolha de uma série ou filme que se pretende ver em determinado momento, sem exigir que se saia de casa para ir ao clube de vídeo.

Entretenimento e Educação

O lado lúdico do ensino é também explorado em muitos jogos que permitem aos mais novos aprender de forma fácil conceitos complexos, como raciocínios matemáticos ou o

funcionamento da digestão. Alguns conteúdos estão disponíveis em sites portugueses de forma gratuita, em formato de jogos, mas há também conteúdos educativos com uma componente de *eLearning* especialmente dirigidos ao



Sabia que...?

A Televisão por IP e as redes de cabo têm associados serviços de *pay per view* para que o cliente possa escolher uma série ou filme e visualizá-la a uma hora determinada, uma opção também presente em alguns jogos de futebol transmitidos em canais *premium*. O sistema está também a ser usado em telemóveis através da tecnologia DVB-H.

O que comprar na Internet ?

acompanhamento curricular de determinadas disciplinas de diversos graus de ensino e que podem ser usados como ferramentas de apoio escolar.

Ver, escolher e quase tocar

O sector automóvel é um dos que já percebeu claramente a vantagem da Internet para captação de clientes. As principais marcas de fabricantes e alguns *stands* têm *online* verdadeiras obras-

primas de usabilidade para um utilizador interessado em comprar um carro novo. A apresentação dos modelos, com possibilidade de visualização de pacotes de equipamento e motorização, comparativos simples de visualizar e simuladores de preços são acompanhados muitas vezes de aplicações que deixam antever o resultado final na escolha de uma determinada cor, combinação de estofos e jantes.

Quem passou já pela tortura de visitar *stands* e navegar entre catálogos dá mais valor às vantagens de poder estar confortavelmente sentado em casa e ver com o resto da família quais os automóveis que correspondem aos gostos e necessidades de todos. Mesmo que a compra não seja finalizada ainda pela Internet, o certo é que quando se chega ao local a escolha já está muitas vezes feita.

Modelos à medida

A compra de vestuário é outro sector que adoptou a Internet. Algumas das principais lojas de roupa *online* herdaram a experiência dos catálogos, colocando na Internet as imagens, informações e preenchimento de cupões de compras que antes eram apenas distribuídos pelo correio, chegando assim de forma mais rápida e fácil aos clientes. Mas, há também um novo segmento de empresas a entrar nesta área, tirando partido das ferramentas de adaptação e visualização que estão disponíveis. A venda de sapatos e roupa por medida tem no comércio electrónico uma forma de alargar horizontes e responder de forma mais eficiente às necessidades específicas de cada cliente.

Procurar e encontrar casa nova

Com a ajuda de fotografias de vários ângulos dos imóveis e descrições detalhadas, as imobiliárias portuguesas têm colocado na Internet milhares de casas à venda, facilitando a pesquisa por localização e tipo de residência, seja andar, moradia ou quinta rústica. O crescente interesse dos utilizadores por vídeos, e a maior capacidade dos computadores e das ligações



de acesso Internet, permitem já usar novas ferramentas para mostrar melhor as casas, entre as quais se contam as imagens panorâmicas, os vídeos e a geolocalização – com fotografias de satélite das redondezas.

Os sites permitem ainda que os utilizadores coloquem as suas propriedades à venda directamente, criando páginas específicas e personalizadas para melhor promoverem as casas.

Produtos financeiros com vantagens

Os bancos, seguradoras e empresas de corretagem usam a Internet como veículo de comunicação e interacção com os seus clientes. Longe do tempo em que se pensava que o sector bancário podia dispensar a interacção pessoal e os balcões, substituindo-os por plataformas electrónicas (na Internet e telefone), hoje

a tendência aponta para a especialização do contacto directo, enquanto as tarefas rotineiras são deixadas para o *homebanking* e os sites das instituições.

Fazer transferências, gerir e consultar saldos e até subscrever produtos bancários e de corretagem fazem parte do quotidiano de muitos portugueses, que também optam por recolher informação sobre seguros *online*, onde podem também participar sinistros.

Euromilhões sem filas

Cinco minutos antes das 7 horas da tarde de sexta-feira, antes de encerrar o período das apostas, é possível avançar ainda com os números para o sorteio do Euromilhões sem enfrentar as filas que se acumulam nos balcões das lojas que recebem apostas. No site da Santa Casa da Misericórdia as apostas para os vários jogos

Personalize o que vale a pena

A especialização no uso dos serviços faz com que o próprio utilizador possa e deva escolher de forma mais racional os serviços que completa *online* e *offline*. Se algumas compras podem ser feitas pela Internet, a aquisição de produtos de maior valor financeiro ou sentimental pode ser realizada por contacto directo, mesmo depois de uma pesquisa de informação *online*.



O que comprar na Internet ?

estão disponíveis de forma segura, bastando adquirir um cartão de jogador e carregá-lo com um valor monetário – por pagamento de serviços em Multibanco ou *homebanking*. O processo pode decorrer totalmente *online*, seleccionando-se os números da aposta ou optando por uma aposta aleatória. Caso os números sejam premiados o apostador recebe a informação por correio electrónico e o valor pode ser

creditado no cartão (se for inferior a 25 euros) ou depositado numa conta bancária.

Livros e CDs directamente para a estante

Começaram por ser os produtos mais comprados pelos internautas mas apesar de outras tendências se terem afirmado continuam a estar entre as preferências, sobretudo os livros, onde os formatos digitais de *eBooks* ainda não conquistaram totalmente quem gosta de folhear uma edição em papel. Os CDs tiveram uma evolução menos positiva, devido à disponibilização de músicas e

álbuns para *download*, mas continuam a ser referidos pelos utilizadores entre os produtos eleitos para compras *online*. Há já alguns anos que um dos períodos mais importantes de venda de livros pelas livrarias *online* é o início do ano escolar, já que os educadores optaram pela facilidade de encomendar todos os livros recomendados pela escola na Internet. Os serviços das livrarias estão também a especializar-se contendo bases de dados dos livros recomendados para cada ano e cada escola, pesquisáveis através de mapas de Portugal, o que aumenta ainda mais a simplicidade da tarefa de fazer a encomenda.

Os jornais estão também a juntar-se à tendência de desmaterialização, facilitando o *download* de formatos PDF nos seus sites, o que permite a leitura de edições de publicação localizada em qualquer parte do país e no estrangeiro. Estes sistemas estão disponíveis mediante assinatura ou mais tarde que a versão comercializada em banca para não roubarem audiência ao papel.

Gadgets e downloads

Tirando partido do facto dos primeiros utilizadores de Internet serem claramente pessoas com mais

12.4 milhões

É o número de assinantes de telemóveis contabilizado pela Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM) no final do primeiro semestre deste ano. A taxa de penetração de assinantes móveis em Portugal já ultrapassou os 100% em 2004 e a taxa de crescimento do serviço continua a subir sustentadamente.

conhecimentos e interesse por tecnologia, as lojas de electrónica tiveram um grande crescimento na presença *online*, que se mantém pela qualidade do serviço prestado e vantagens de preço em relação às lojas *offline*. Mais uma vez a possibilidade de comparar características e procurar uma marca de confiança, onde o nível de serviço pós-venda está assegurado, são factores relevantes para quem usa esta plataforma para escolher ou finalizar a compra de um novo *gadget*. Já ao nível das aplicações a Internet veio criar um novo mercado de pequenas empresas ou programadores que desenvolvem *software* específico para determinada funcionalidade mas que pode ser comercializado de forma global. Basta muitas vezes o pagamento para desbloquear o código de protecção de

uma aplicação que pode ser descarregada directamente do site e usada imediatamente, resolvendo um problema de forma rápida.

Fotografias: do digital para o papel

As máquinas fotográficas digitais mudaram a forma como a maior parte das pessoas encara a fotografia e partilha as suas imagens com a família e amigos. Os sites de armazenamento de arquivos fotográficos oferecem cada vez mais serviços, como a possibilidade de editar as imagens, criando novos efeitos ou retirando alguns elementos menos bem conseguidos, mas também a possibilidade de colocar em papel as melhores fotografias.

Basta escolher entre o acervo de fotos as que quer colocar em papel e pedir a sua impressão, definindo as dimensões e recebendo pelo

correio o resultado. Se quiser ser mais criativo pode colocar também a foto num *poster*, *puzzle*, *T-shirt*, caneca ou até almofada, e transformar a imagem num presente.

Telemóvel: uma plataforma para mil utilidades

Companheiro indispensável, o telemóvel é também uma plataforma de compra electrónica e muitas das aquisições *online* são realizadas

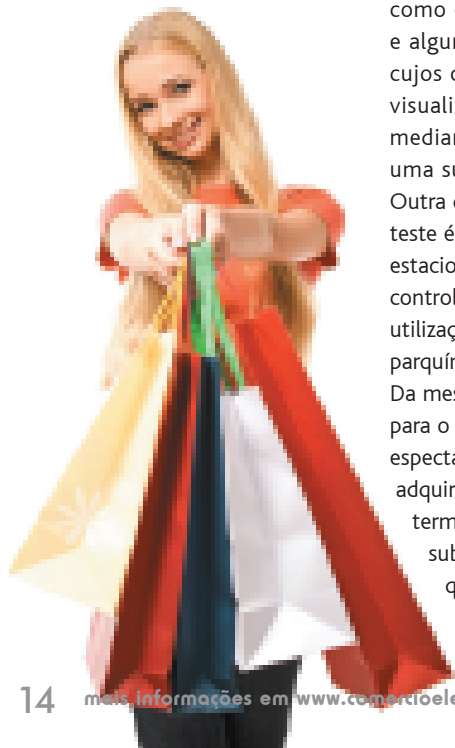


Telemultibanco em qualquer lugar

Transpondo para o telemóvel as vantagens do serviço Multibanco, os três operadores móveis portugueses permitem aos clientes usar o terminal móvel como plataforma de transacções bancárias, realizando consulta do saldo e movimentos, pagamento de serviços e transferências entre contas.

O que comprar na Internet ?

de forma transparente pelos utilizadores destes dispositivos. Os toques, *walpapers* e jogos estão entre as preferências de diversos públicos, dos mais novos aos mais velhos que já



reconhecem a facilidade de comprar estes conteúdos e os associam a outros alertas, como informação noticiosa ou meteorológica. Acedendo directamente aos portais multimédia dos operadores ou enviando um SMS para compra dos serviços, a facilidade de pagar no final do mês na conta do operador, ou de descontar o valor do saldo, ajudam à adesão em massa dos portugueses.

Outros produtos já estão a juntar-se às plataformas móveis para dar mais comodidade ao acesso e compra. Os sites bancários e até a caixa Multibanco têm uma versão móvel, assim como os sítios de informação e algumas redes de televisão, cujos conteúdos são visualizados no telemóvel mediante o pagamento de uma subscrição.

Outra das utilizações já em teste é o pagamento de estacionamento em zonas controladas, substituindo a utilização de moedas em parquímetros. Da mesma forma os bilhetes para o cinema e alguns espectáculos podem ser adquiridos directamente pelo terminal móvel que até substituiu o bilhete físico, já que através de uma tecnologia desenvolvida

em Portugal uma imagem enviada por SMS serve de código que é lido por um aparelho à entrada do evento. As mensagens curtas podem ainda ser usadas para receber códigos de desbloqueio para compras em máquinas de *vending* ou serviços de aluguer de bicicletas, mas esta é ainda uma possibilidade pouco usada em Portugal, embora a tendência seja para que se assista a uma multiplicação destes serviços.

Futuro (tão) próximo

Tal como tem acontecido nos últimos anos, a tendência é para que mais produtos e serviços se venham a juntar à lista dos já disponíveis na Internet. A legislação portuguesa já prevê a venda de produtos farmacêuticos de venda livre na Internet e em breve as farmácias vão estar *online* para prestar mais este serviço aos cidadãos. Outra das tendências é a conjugação da globalização da Internet com os serviços locais. A utilização da georeferenciação permite oferecer serviços numa determinada zona geográfica, por Internet, em sites como o Google Earth, ou no telemóvel, e esta será certamente uma funcionalidade de que o comércio electrónico irá beneficiar.

Serviços Públicos na Internet

Governo em linha

Respondendo a uma tendência de maior utilização da Internet por parte dos cidadãos, os serviços da Administração Pública têm cada vez mais uma componente web que permite resolver uma parte significativa das necessidades de interacção.

Pedir certidões, entregar o IRS e pagar o imposto de circulação automóvel, também conhecido como o selo do carro, são algumas das tarefas que os cidadãos já podem cumprir através da Internet, evitando deslocação aos serviços com a perda de tempo associada. O Estado português tem investido de forma significativa na disponibilização de mais serviços *online*, com resultados na facilidade de interacção com os cidadãos mas que também se reflectem na posição de Portugal nos *rankings* internacionais desta área.

Para além dos serviços interactivos – que podem ser completados totalmente *online* – há ainda uma série de formulários que podem ser descarregados, impressos, preenchidos e depois entregues aos balcões dos serviços, facilitando também o processo.

Impostos na frente da inovação

A área dos impostos e das contribuições é uma das que tem sido alvo de um maior desenvolvimento em termos de serviços na Internet mas também da adesão dos utilizadores. A Internet é já o meio preferido pela maioria dos cidadãos para entrega da declaração do rendimento anual (IRS). Este ano mais de 2,9 milhões de declarações de IRS foram entregues pela Internet, beneficiando dos prazos alargados nesta

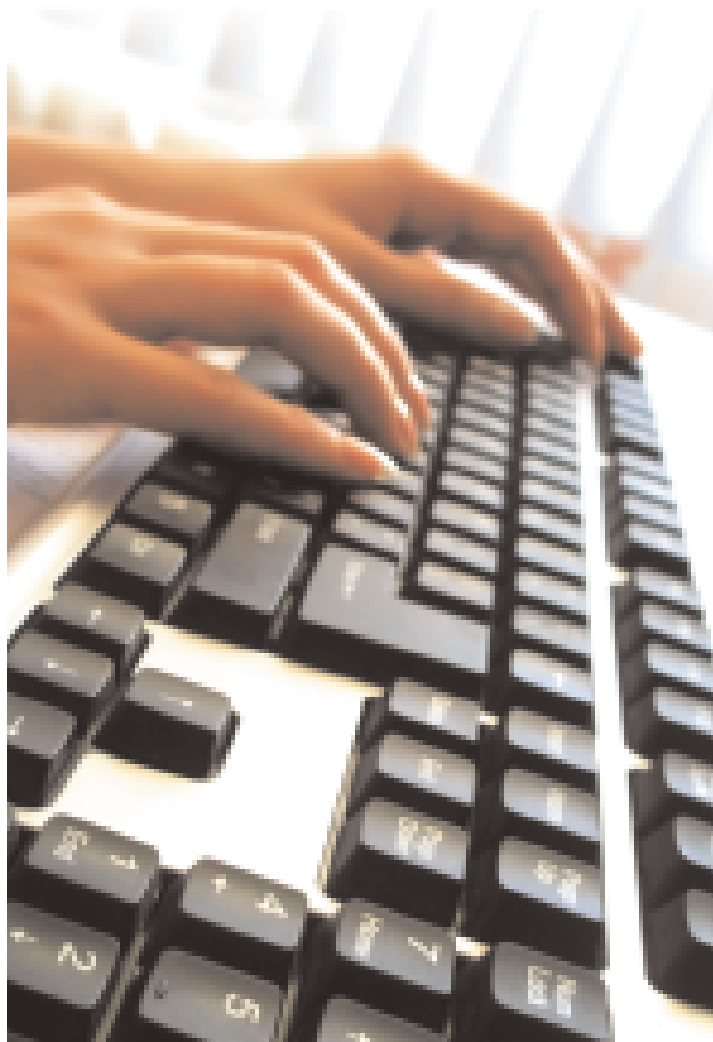
Sabia que...?

Os serviços públicos portugueses na Internet estão entre os mais bem classificados do mundo. Um estudo de uma Universidade britânica coloca Portugal em sétimo lugar na disponibilização de serviços de Governo Electrónico *online*.

plataforma, da comodidade e do pré-preenchimento de alguns elementos de que os serviços de impostos já dispõem nas suas bases de dados. A disponibilização de simuladores assim como de programas intuitivos que ajudam no preenchimento das declarações e podem ser descarregados para o computador não é alheia a este sucesso, a par da percepção clara das vantagens por parte dos cidadãos. O pagamento do imposto de circulação automóvel – o selo do carro – é também apontado como um caso de sucesso da adesão dos contribuintes ao pagamento de serviços na Internet. Este sistema está disponível desde 2006 e em 2007 mais de 880 mil pedidos foram feitos *online*, onde os donos dos automóveis podem solicitar os vários dísticos ligados aos

Recomendação

Antes de se deslocar aos serviços verifique se a tarefa que quer completar não pode ser feita na Internet, pelo menos de forma parcial. Mesmo que o serviço não possa ser completado *online* pode informar-se logo dos documentos necessários e até imprimir e preencher formulários. A Loja do Cidadão tem um serviço de gestão de filas de espera que pode ser usado para saber quanto tempo irá demorar a tratar um determinado assunto num dos serviços.



Serviços Públicos na internet



SIMPLEX para simplificar

Muitas das metas de oferta de serviços da Administração Pública *online* estão definidas no SIMPLEX, um programa gerido pela Secretaria de Estado da Modernização Administrativa que, de uma forma muito prática, calendariza a execução de acções nesta área. Depois de um programa de 2006 cumprido de forma eficaz, foram alinhadas 235 medidas a cumprir este ano, cujo enfoque é dado na simplificação dos serviços ao cidadão usando plataformas electrónicas.

carros que possuem e fazer o pagamento, recebendo depois os selos em casa, pelo correio.

Prioridade à Saúde e Educação

Na Saúde já começam a ser disponibilizados serviços que permitem a consulta de informação e a marcação de consultas pela Internet está também na agenda governamental para ser implementada brevemente. Alguns hospitais avançaram mais rapidamente neste projecto, como o Hospital de Santa Maria em Lisboa, e já permitem a marcação de consultas e de exames *online*.

Da mesma forma, na área da Educação a informação multiplica-se, com acessos às bases de dados e acervos de bibliotecas, assim como a possibilidade de ver os livros adoptados para determinada

escola a nível nacional para o ano em curso, aos quais se juntam Guias de acesso ao ensino secundário e um roteiro das escolas que abrange desde o pré-escolar ao ensino básico e secundário. Para quem se candidata ao Ensino Superior há também um simulador onde pode ser escolhido um curso e simulada a nota de candidatura exigida, verificando se estão reunidas as condições para matrícula. O Plano Tecnológico para a Educação, definido por este Governo, prevê ainda a desburocratização e desmaterialização do processo de matrículas, dando a possibilidade destas decorrerem *online* e facilitando também a circulação de documentos entre professores e secretaria através de uma plataforma electrónica de apoio à gestão

escolar, sem necessidade de recorrer ao papel.

Direitos e Documentos em registo

A apresentação da Queixa Electrónica e as denúncias ambientais são dois exemplos de serviços online na área de Direitos. O serviço de queixas é relativo a reclamações sobre serviços das autoridades locais, enquanto as denúncias ambientais estão ligadas ao Serviço de Protecção da Natureza e do Ambiente da Guarda Nacional Republicana. É ainda possível fazer queixas sobre a qualidade e segurança alimentar e actividades económicas e produtos perigosos, tudo na Internet. Ainda nesta área está aberto o acesso online ao Diário da República. Outro serviço de enorme importância é o pedido de

Certidões e Registos, que podem ser feitos pela Internet para as certidões de nascimento, casamento e óbito mas também para as certidões prediais. As primeiras são úteis para tratar de documentos como o Bilhete de Identidade, enquanto a certidão predial é utilizada para fornecer informação constante do arquivo das Conservatórias do Registo Predial, respeitante à situação jurídica dos prédios. As vantagens deste serviço estendem-se além fronteiras já que também os emigrantes podem aceder facilmente aos documentos sem se deslocarem aos consulados.

Recomendação

Pode consultar a lista de todos os serviços que estão *online*, agrupados por áreas de interesse, no Portal do Cidadão, em www.portaldocidadao.pt, seguindo o menu de Acesso Rápido a Serviços.

Educação em linha

A Internet traz vantagens no acesso a cursos de formação interactivos, onde as plataformas de comunicação e produtividade trazem vantagens indiscutíveis, entre as quais se destaca a possibilidade de fazer cursos em universidades internacionais sem sair do país.



Com o desenvolvimento das tecnologias da informação o paradigma do ensino/aprendizagem está a mudar rapidamente, alterando papéis de formandos e formadores e potenciando a aprendizagem ao longo da vida. A Internet é uma das ferramentas mais importantes nesta transformação, colocando em prática as suas potencialidades de comunicação e interactividade, fornecendo a alunos e professores novas maneiras de interagirem e acesso ao conhecimento através dos computadores.

As empresas perceberam rapidamente as vantagens de poderem formar os seus trabalhadores sem que estes se ausentassem do local de trabalho, usando o tempo de expediente ou o período pós laboral, mas as escolas – sobretudo as Universidades – estão também a tirar partido da Internet para oferecerem aulas a alunos que não podem deslocar-se à escola em alguns períodos, garantindo mesmo diplomas em alguns graus com alguma componente de formação presencial. Um pouco por todo o mundo a tendência é a mesma e algumas das Universidades mais prestigiadas já colocaram muitos dos seus cursos *online*, acessíveis de forma gratuita,

para quem quiser enriquecer a sua formação em diversas áreas. Há também cursos de formação pagos de diversas especialidades que são realizados pela Internet sem prejuízo de serem feitas depois algumas aulas e acompanhamento regular por formadores. As aulas de Inglês de alguns institutos são apenas uma das muitas opções disponíveis, às quais se juntam também cursos técnicos, com uma componente prática. As *webcams*, *chats* e *whiteboards* mitigam o sentimento de isolamento e a falta de interacção pessoal entre os alunos, bem como com os professores, que embora em localizações geográficas diversas podem conversar e trocar ideias.

Sabia que...?

O MIT – Instituto de Tecnologia de Massachusetts começou a colocar cursos *online* em 2003, de forma gratuita. Os materiais das aulas são os mesmos a que os alunos daquela Universidade norte americana têm acesso. Actualmente estão disponíveis mais de 1.400 disciplinas diferentes.

Compra e venda entre particulares

Comércio fora dos circuitos habituais

Os leilões são um dos bons exemplos de como as plataformas electrónicas facilitam a compra e venda de produtos e serviços entre utilizadores de Internet, mas há mais modelos.

À margem das lojas *online* desenvolve-se um negócio de compra e venda entre utilizadores particulares que querem colocar no mercado produtos usados ou serviços. A ideia é herdada das trocas directas realizadas desde sempre, ou das vendas no mercado, e mais recentemente dos sistemas de classificados e anúncios pessoais, mas ganha nova dimensão global com a Internet, que disponibiliza também novas ferramentas de avaliação da comunidade que podem ajudar a identificar os bons e maus vendedores.

Algumas plataformas *online* funcionam especificamente para facilitar estes contactos e os sites de leilões são um dos melhores exemplos. Nestes o utilizador que quer vender um produto tem de se registar e criar um perfil, usando uma ou mais fotografias e descrição do artigo. É definido um preço base à partida e abre-se a possibilidade dos outros utilizadores licitarem acima deste valor. Numa data predeterminada o leilão é fechado e a maior licitação "ganha" a compra o produto. A possibilidade de criar referências para um determinado vendedor é uma das mais valias desta plataforma electrónica face aos sistemas tradicionais. Um utilizador que coloque com regularidade artigos nestas plataformas terá um histórico de sucesso ou insucesso nas

Novos ou usados

Normalmente a venda de produtos entre utilizadores está ligada a artigos já usados, mas em bom estado. Algumas livrarias já permitem que a comunidade de utilizadores coloque as suas propostas de venda

***online* ao lado dos livros novos, normalmente com descontos significativos de preço. A estratégia facilita a escolha por parte dos clientes que procuram uma determinada obra e aparentemente não prejudica o negócio da livraria electrónica.**

transacções e pode ser avaliado em termos de eficácia, qualidade do produto ou tempo de entrega pelo comprador, informação que fica como referência para futuros negócios.

Note-se porém que nem tudo é tão claro. Se um vendedor pouco escrupuloso quiser pode abandonar um determinado registo – mal classificado – e abrir um novo na mesma plataforma ou no site ao lado...

Conhecimento disponível

A compra e venda *one to one* está muito implementada na área de imobiliário e automóvel, e começa a ser também mais utilizada para livros e outros artigos de menor dimensão, sobretudo em leilões. Mas, começa agora a crescer a venda de serviços e de conhecimento dos utilizadores em alguns sites, onde se podem "oferecer" as capacidades de tradução, produção de documentos à medida ou *papers* já feitos. Esta venda de conhecimento decorre a par da venda de *software* ou de pequenas aplicações que respondem a necessidades muito específicas e podem ser compradas por meia dúzia de euros, que se podem tornar milhares pela escala global do mercado.

Recomendação

Se encontrou um produto interessante num leilão ou num site de compra e venda entre particulares verifique se o vendedor tem um histórico de transacções bem sucedidas. De qualquer forma é prudente avaliar bem o produto antes de decidir já que as garantias são menores do que se comprar numa loja.



Compradores naturais

Quem compra na Internet?

O número de utilizadores de Internet que fazem compras *online* tem vindo a aumentar à medida que mais artigos ficam disponíveis para venda nas várias plataformas digitais. A procura de marcas de confiança continua a ser uma tendência.

Tal como acontece a nível internacional, a maior maturidade do mercado na Internet está a ajudar ao crescimento do número de utilizadores que compram *online* a par de uma maior solidez e diversidade das lojas disponíveis, com produtos atraentes que muitas vezes não podem ser encontrados de forma fácil em lojas físicas. Um estudo recente realizado pela ACEP – Associação do Comércio Electrónico em Portugal e pela Netsonda indica que 78% dos internautas portugueses já realizaram compras através da Internet.

A pesquisa revela que é por sugestão de amigos, anúncios publicitários ou através de *newsletters* que os internautas escolhem os sites onde fazem compras, mas não fazem distinção entre lojas nacionais e estrangeiras, sendo que metade dos inquiridos admite fazer compras de forma indiferenciada nesta área. A procura de marcas de confiança, muitas vezes as que conhece do mundo físico, é uma tendência assumida, já que a segurança e conhecimento dos produtos e da sua qualidade é relevante. A facilidade de pesquisa de informação na Internet está a atrair os compradores conscientes para as vantagens de comparar características, preços e condições antes de comprar. Em muitos casos a navegação acaba por não se traduzir na compra *online*.

Sabia que...?

A grande maioria dos sites de comércio electrónico portugueses registou um aumento no número de clientes durante o segundo trimestre de 2007, o que denota uma maior apetência dos internautas pelas compras e comparação de produtos.

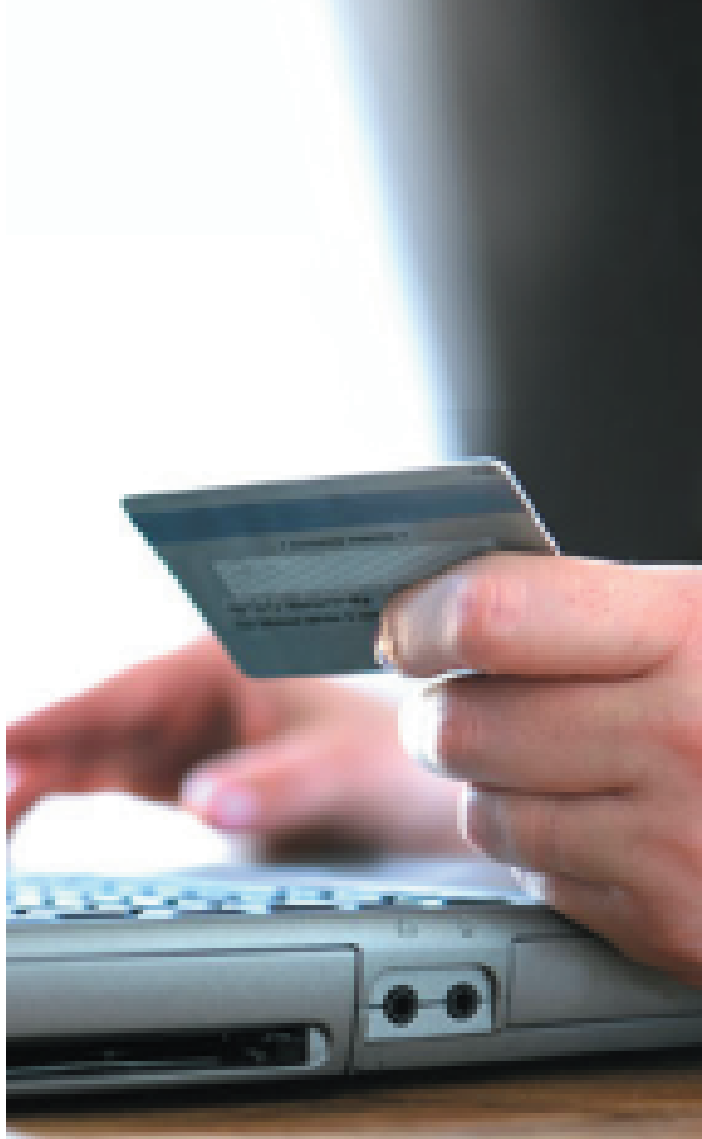
mas irá resultar numa aquisição na loja física, já com os produtos seleccionados.

Da procura de informação à aquisição dista muitas vezes apenas um passo, que poderá ser solidificado com a confiança de uma segunda compra depois de uma primeira experiência bem sucedida. Um indicador positivo nesta área é que a grande maioria dos compradores *online* se mostra satisfeita com os sites que visita e reconhece no comércio *online* vantagens como a comodidade, o acesso a melhores preços e o funcionamento ininterrupto das lojas.

Gastos médios de 25 euros

A maioria dos compradores admite que gasta menos de 50 euros por mês nas aquisições pela Internet. Em números, 51,8% dos utilizadores faz compras de menos de 25 euros na Internet por mês, enquanto 25,6% adquirem produtos ou serviços avaliados entre 25 e 50 euros por mês.

Quanto aos produtos mais comprados nos canais de venda *online* cobrem as áreas da informática, electrónica, bilhetes para espectáculos e desporto, que assumem o grosso das



preferências, mas estendem-se a outros artigos.

Para os pagamentos a maioria escolhe o cartão de crédito mas também o pagamento de serviços e o MBNet são também meios populares, a par do envio à cobrança.

Entre os inquiridos neste

estudo que ainda não fizeram nenhuma compra *online*, mais de 65% admite vir a fazê-lo, mas sem querer comprometer-se com uma data para esta primeira experiência. **E você, já experimentou?**

Consumir com direitos

Os direitos de que goza o consumidor sempre que faz uma compra numa loja física ou por catálogo são extensíveis às transacções electrónicas na Internet. Vale a pena conhecer as leis que defendem os consumidores e as formas de resolução de litígios.

Mesmo que se sigam todas as recomendações inerentes a uma boa compra, por vezes o resultado não é satisfatório. O produto não tem a mesma aparência que reconheceu nas fotografias mostradas no site, não serve os seus objectivos ou simplesmente não funciona, tudo problemas que também podem acontecer quando se compra algo numa loja física.

Nas lojas na Internet os

Quem contactar?

Caso surjam problemas numa compra realizada *online* deve contactar numa primeira fase o fornecedor e pedir o cumprimento das regras de devolução. Se não resultar deve recorrer à Direcção-geral do

fornecedores são obrigados a prestar toda a informação que permita ao consumidor fazer uma escolha livre e informada. Como não se trata de uma compra presencial a informação tem de ser mais completa, substituindo a aprovação feita pelo contacto directo. Assim, as medidas, peso e a descrição do produto devem ser muito detalhadas, enquanto a fotografia deve ser elucidativa.

Também o preço deve ser claro, apresentando o valor total a cobrar pelo produto antes de terminado o processo de compra. Note porém que quando faz uma aquisição fora da União Europeia os produtos terão de ser taxados com IVA e podem incorrer em custos adicionais pelo transporte, uma informação que pode estar presente apenas no momento final da compra. O prazo de entrega, contado

a partir da data de recepção da encomenda, e o regime de garantia e assistência pós-venda fazem parte da informação obrigatória.

Verifique também se são claros os dados da entidade vendedora, que é obrigada a apresentar informação sobre nome e domicílio. Pela legislação portuguesa não é permitido indicar apenas contactos de telefone, correio electrónico e apartados, facilitando o contacto directo já que em caso de conflito poderá ser mais fácil dirigir-se a uma loja física da marca ou à sede para fazer a reclamação.

Qualquer comprador tem direito a comunicar a sua desistência no prazo de 14 dias a partir da data de assinatura do contrato ou da recepção dos produtos. Deve apresentar a sua desistência através de carta registada com aviso de recepção e pode

devolver o produto até 30 dias após a sua recepção. As garantias dos produtos são também iguais independentemente da plataforma onde tenha sido realizada a transacção. Os direitos de que o consumidor goza perante uma compra são equivalentes *online* e *offline*, por isso pode optar por pedir apoio às entidades competentes na mediação de conflitos, mas não se esqueça que estas só serão eficazes se a entidade à qual fez as compras se reger pela lei internacional e puder ser identificada, pelo que não deixe de observar sempre os cuidados já apontados durante uma compra.

Consumidor ou aos Centros de arbitragem de conflitos de consumo da sua área. Se o site pertencer a alguma associação ou tiver uma certificação pode ainda recorrer a esta entidade.

Recomendação

Leia sempre com muita atenção todo o contrato de fornecimento de bens ou produtos, mesmo as letras pequeninas, e opte pelos sites onde são dadas garantias de "satisfação ou devolução".

Questões a ter em conta

Cuidados a observar

As compras na Internet são tão seguras como nas lojas convencionais, mas há alguns detalhes a observar para que a experiência decorra de forma positiva.

Tal como acontece no mundo físico, as compras na Internet devem reger-se por alguns princípios que, se observados, garantem uma experiência positiva. Da mesma forma que

não iria comprar produtos falsificados num qualquer vendedor na rua, também *online* é preciso validar o que está a adquirir e a quem. Por isso as **marcas de confiança** se tornam importantes e vale a pena procurar uma loja com a qual já se tem experiência directa ou recomendações de amigos. Lembre-se que mais vale fazer uma compra segura do que o “negócio da China” mas ter a certeza de que vai receber os produtos que adquiriu em bom estado. A comparação dos artigos e a leitura atenta de todas as características e condições de entrega fazem também parte

dos cuidados básicos a observar. Se não está muito familiarizado com línguas estrangeiras **opte por comprar num site português**, onde a comunicação será facilitada e a proximidade traz mais garantias de que serão observadas as leis locais que regem as compras e vendas. A legislação de protecção do consumidor não é igual em todos os países e se tiver uma reclamação a fazer terá mais dificuldade num país longínquo do que em Portugal. Note ainda que, da mesma forma, nem todos os países possuem o conceito de protecção de dados pessoais que a Europa desenvolveu e que se fornecer informação pessoal ela poderá ser usada por parceiros dessa empresa para fazerem ofertas comerciais, inundando-lhe a caixa de correio de *spam*. Se é a primeira vez que está a fazer compras numa

Recomendação

Na finalização do processo de compra verifique bem se introduziu todas as informações de forma correcta e guarde uma cópia da transacção que servirá de comprovativo para contactos futuros.



determinada loja *online* verifique também se o site tem **informação de contacto**. Não arrisque aquisições em sítios que apenas indicam o endereço de correio electrónico ou um apartado postal já que pode não conseguir voltar a contactá-lo se surgir algum problema com a encomenda.

Validar para garantir

É igualmente importante validar que o site onde vai fazer a sua aquisição está devidamente identificado. Uma das técnicas usadas por *hackers* na Internet consiste em "disfarçar" os sites, dando-lhes um aspecto de um sítio familiar, levando os Internautas a introduzir dados pessoais e informação de pagamento. Verifique sempre se o endereço que aparece na barra de topo do navegador é o correcto e se o site usa **protocolos seguros para**

comunicação de dados, o que é mostrado pela mudança do endereço de topo para "https" e a utilização de uma imagem de um cadeado, o que acontece na versão mais recente de alguns navegadores de Internet. Muitos dos sites com mais experiência no comércio electrónico possuem também certificações feitas por entidades independentes, como a ACEP. **É uma boa estratégia apostar nas compras nestes sítios** já que têm os procedimentos validados por estas entidades, que também podem servir de mediadores de conflitos. Se todas estas recomendações foram observadas não há razão nenhuma para que a experiência de compra não seja um sucesso e crie uma relação de continuidade, na qual também o vendedor está interessado.

Os pagamentos na Internet são seguros?

Os sistemas actuais garantem maior segurança na transmissão de dados entre o comprador e a loja, o que evita que essa informação possa ser roubada. Procure sempre o

símbolo do cadeado que é mostrado no *browser* e verifique se o endereço do site começa por "https", que denota a utilização do protocolo de segurança.

A utilização do cartão de crédito é segura, mas vale a pena também optar pelo MBNet, um sistema criado

pela SIBS para pagamentos *online*. Se não se sentir confortável com nenhum dos meios pode pagar contra reembolso, mas este sistema obriga ao levantamento da encomenda nos correios e muitas vezes são cobradas taxas adicionais.

Ligações úteis

ACEP – Associação do Comércio Electrónico em Portugal

www.comercioelectronico.pt

A ACEP - Associação de Comércio Electrónico em Portugal é uma organização independente sem fins lucrativos, de pessoas individuais e colectivas, visando o estudo e a implementação das diversas formas de Comércio Electrónico, constituindo um fórum independente e aberto para o debate, potenciação, promoção, generalização e dignificação do Comércio Electrónico em Portugal. No site da ACEP pode ainda encontrar um directório com todos os sítios de comércio electrónico associados, assim

como informação sobre o processo de acreditação. Estão ainda disponíveis estudos sobre o sector e a legislação que regula esta área.

UMIC - Agência para a Sociedade do Conhecimento

www.umic.pt

A UMIC – Agência para a Sociedade do Conhecimento, IP é o organismo público português com a missão de coordenar as políticas para a sociedade da informação e mobilizá-la através da promoção de actividades de divulgação, qualificação e investigação.

ANACOM

www.anacom.pt

A ANACOM foi designada entidade de supervisão central do Comércio Electrónico em Portugal, função que acumula com a de autoridade reguladora nacional dos sectores das comunicações electrónicas e

dos serviços postais.

Neste contexto, recairão sobre a ANACOM, entre outras, novas funções ao nível da regulamentação, supervisão, contencioso e informação. Neste espaço encontrará informação relevante, sistematizada e actual, relacionada com o comércio electrónico.

Direcção-geral do Consumidor

www.consumidor.pt

Instituto público ao qual estão cometidas funções na área da formação e informação dos consumidores e de apoio às associações de consumidores, no domínio da segurança de produtos e serviços de consumo e no sector da publicidade, neste caso fiscalizando e instruindo processos de contra-ordenação.

Ligar Portugal

www.ligarportugal.pt

Ligar Portugal é um programa de acção governamental ligado ao Plano Tecnológico que estabelece várias metas com o objectivo de dinamizar o acesso à Sociedade da Informação.

Portal do Cidadão

www.portaldocidadao.pt

Site que congrega informação de todos os serviços da administração Pública ligados às necessidades dos cidadãos.

<http://www>