

As compras na Internet entraram nos hábitos de muitas famílias que tiram partido dos computadores e dos telemóveis para facilitar a aquisição de produtos e serviços.

Comprar na Internet



Produtos e serviços para todas as necessidades p.6

Serviços Públicos na Internet p.20



UNIÃO EUROPEIA
FEDER



Índice

Liberdade para escolher	p.02
Vantagens de comprar na Internet ..	p.04
Produtos e serviços para todas as necessidades	p.06
O mundo no ecrã do telemóvel	p.16
Cidadãos em linha directa	p.20
Formar com flexibilidade	p.25
Particulares em leilões e vendas <i>one-to-one</i>	p.28
Comparar e escolher	p.30
Compradores informados	p.32
Consumir com direitos	p.34
Cuidados naturais	p.38
Ligações úteis	p.40

Semana do Comércio Electrónico

Experimente e Ganhe prémios!

A Semana do Comércio Electrónico gera uma ampla acção de mobilização nacional em torno do Comércio Electrónico, com acções de divulgação e prémios para quem comprar na Internet. Se não sabe por onde começar na sua pesquisa das melhores lojas *online* consulte o Directório de empresas criado pela ACEP em 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
 Núcleo Central 275
 2740-122 Oeiras
 Tel: (+351) 309 906 071
acep@comercioelectronico.pt



Mediapartners

Diário de Notícias

Jornal de Notícias

P
Público



Liberdade para escolher + tempo para viver

A Internet, através do computador ou do telemóvel, é o ponto de partida para a compra de produtos e serviços.

A comodidade, a diversidade da oferta e a poupança de tempo são os trunfos conseguidos por quem faz compras em plataformas electrónicas.

A UTILIZAÇÃO DAS NOVAS Tecnologias da Informação para otimizar tarefas diárias, libertando tempo que se investe em actividades de maior valor e enriquecimento pessoal e familiar, é uma das conquistas dos anos mais recentes, onde a Internet e os telemóveis desempenham um papel crucial.

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, se recorrer às ferramentas que foram criadas para simplificar a vida dos cidadãos, sobretudo na realização de compras – fundamentais para o bom funcionamento de qualquer lar – na relação com o Estado e na execução de alguns serviços, verá que este é um cenário mais próximo do que pensa.

Se fizer contas ao tempo que perde para ir a um supermercado ou a um centro comercial escolher alguns produtos, limitados a



8 em cada 10

internautas portuguesas já fez compras *online*

Fonte: Nielsen, Fevereiro 2008

horários definidos pelas lojas, enfrentando o trânsito, os transportes e muitas vezes a multidão de compradores, irá valorizar mais 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 reservar estas compras para produtos especiais do que para as aquisições rotineiras, nas quais não há qualquer valor acrescentado em serem feitas directamente em vez de usar o comércio electrónico.

MERCADO GLOBAL

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, é outra das possibilidades usadas pelos lojistas, que querem eliminar as barreiras de compra e oferecem muitas vezes os custos de porte para cativar os clientes.

Ganhar tempo

Fazer as compras pela Internet evita deslocações às lojas e as filas de trânsito. A possibilidade de escolha entre produtos está garantida e no fim a encomenda pode ser entregue em casa.

Vantagens



Comprar um produto que se escolhe num site bem construído e fácil de usar, pagar e receber a encomenda em casa traz benefícios 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 milhões 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 sua rua ou do seu 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. Apesar de tudo, a criação de uma relação de confiança continua a ser fundamental e por isso muitas vezes os utilizadores optam por comprar *online* na

de Comprar na Internet

loja da marca a que já recorrem no mundo físico.

COMÉRCIO SUSTENTÁVEL

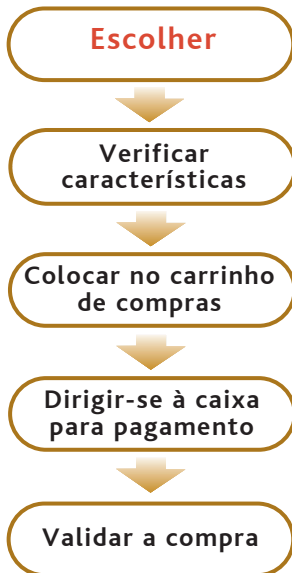
A eco-consciência está a contagiar também o comércio electrónico e há já uma faixa de consumidores que se preocupam com o

conhecimento da origem, do tipo de fabrico e componentes dos produtos que compram. A história dos artesãos e das regiões de onde os produtos são originários dá outra valor a um artefacto comprado numa loja *online*. Este é um mercado que valerá este ano 206 mil milhões de dólares só nos EUA.

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.



Produtos e serviços para todas as necessidades

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*, pelo processo de decisão passa a escolha e comparação na Internet.

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 sua oferta cultural, validar a facilidade de acesso ou as condições meteorológicas. A procura de ofertas de





Livros para a Escola

Para além dos livros de romance e ficção ou manuais de referência, os livros escolares são cada vez mais encomendados *online*. Algumas livrarias têm serviços e descontos específicos para este fim.

pacotes ou bilhetes de avião é facilitada pela possibilidade de cruzamento de informação em diversas ferramentas, mas para muitos o atractivo reside também na busca dos melhores preços, às vezes em oportunidades de última hora ou – pelo contrário – em compras antecipadas. 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 os seus pacotes 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 DE PORTUGAL PARA 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.

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 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 esta 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

descongelamento 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.



4 milhões

É o número de **utilizadores de Internet em Portugal**. O valor cresceu mais de **8 vezes** na última década.

Fonte: Bareme Internet, 2008, referente a utilizadores no continente

BILHETES DESMATERIALIZADOS

A aquisição de bilhetes é outra das áreas a que as plataformas electrónicas trouxeram uma nova facilidade, seja na Internet ou no telemóvel. 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 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, ou uma mensagem SMS com um código especial.

CINEMA E CONCERTOS EM CASA

Com a velocidade do acesso Internet a aumentar exponencialmente e 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 telemóvel ou 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.

Cineclube privado

Alguns serviços de operadores de televisão por subscrição já permitem o aluguer de filmes para visualização em casa.

Sem qualquer dificuldade, basta escolher de uma lista de títulos o que quer visualizar e fazer o pedido.



ESCOLHER E COMPARAR

O sector automóvel já percebeu claramente as vantagens da Internet para atrair 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 ainda não seja finalizada pela Internet, o certo é que quando se chega ao local a escolha já está muitas vezes feita.

0,99
euros

É o preço normal de uma faixa de música comprada nas lojas *online*. Um valor que justifica cada vez menos o *download* pirata, punível por crime.

ROUPA E CALÇADO À MEDIDA

O vestuário também encontrou na Internet uma montra global. Algumas das lojas de roupa *online* herdaram a experiência dos catálogos, colocando na Internet as imagens, informações e preenchimento de cupões de compras que antes eram distribuídos pelo correio. Para além do pronto-a-vestir, há 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. É só tirar as medidas e escolher um modelo

virtual que depois veste as roupas para que o cliente possa ver como lhe fica, sem passar pela maçada de ir à loja.

JANELAS E PORTAS PARA A 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.

O BANCO DENTRO DE CASA

Os bancos, seguradoras e empresas de corretagem usam já há alguns anos 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 o contacto 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.

Montras Interactivas

Os clientes podem manter pela Internet uma maior ligação às suas lojas preferidas. As novas colecções ou as promoções especiais para compradores fiéis podem ser vistas nos sites da marca, mesmo que depois a compra acabe por se concretizar na própria loja.

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 STRESS

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 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



716 mil

utilizadores de Internet em Portugal visitaram sites de compra e venda de casas nos primeiros oito meses de 2007.

O número corresponde pelas contas da Marktest a **23,7% dos internautas portugueses.**

Fonte: Marktest, Netpanel 2007

13 milhões

é o número de páginas de sites de música vistas pelos internautas portugueses entre Janeiro e Maio de 2008. 31,4 % dos utilizadores de Internet afirma ouvir música na Internet.

Fonte, Netpanel da Marktest, 2008, para utilizadores residentes no continente com 4 e mais anos



edição em papel. Os CDs tiveram uma evolução menos positiva, devido à disponibilização de músicas para *download*, mas continuam a ser referidos entre os produtos eleitos para compras *online*.

Há já alguns anos que um dos períodos mais importantes de venda 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 encomenda.

Os jornais estão igualmente 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 uma assinatura ou com publicação algumas horas mais tarde que a versão comercializada em banca.

ELECTRÓNICA FÁCIL

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

OBRAS DE ARTE EM FOTO

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

Basta escolher entre o arquivo de fotos 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 livro, *poster*, *puzzle*, *T-shirt*, caneca ou até almofada, e transformar a imagem num presente.

Em alternativa pode criar um álbum *online*, gerindo as permissões apenas com a família e amigos. Aqui pode publicar um grande número de fotos e depois partilhá-las sem problemas de distância geográfica.

Grande parte destes serviços são gratuitos, embora tenham limites de tamanho do arquivo.



Livros para recordar

Com as fotografias digitais é possível mandar imprimir autênticos livros ilustrados, onde conjuga à sua maneira as fotos das férias, do casamento ou de outra ocasião especial.

FUTURO CADA VEZ MAIS PRÓXIMO

Tal como tem acontecido nos últimos anos, o número de produtos e serviços que se juntam à lista dos já disponíveis na Internet não pára de aumentar. A conjugação da globalização da Internet com os serviços locais faz parte das tendências e a utilização da georeferenciação permite oferecer serviços numa determinada zona geográfica, por Internet, em sites como o Google Earth ou o Virtual Earth da Microsoft, ou no tele-móvel, e esta será certamente uma funcionalidade de que o comércio electrónico irá beneficiar.

O mundo no ecrã do telemóvel



Absorvendo cada vez mais funcionalidades antes limitadas a um computador, os telemóveis, ou *smartphones*, são uma das plataformas do futuro também para o comércio electrónico.

COMPANHEIRO INDISPENSÁVEL no dia-a-dia, o telemóvel deixou de ser um comunicador de voz para guardar toda a vida profissional e pessoal, desde a agenda e contactos ao *email* e fotografias da família. A ligação à

mação noticiosa ou meteorológica.

Outros produtos 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 assinatura. 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.

Touch me

O iPhone é um dos *smartphones* da moda e está a fazer mais pela navegação *web* a partir do telemóvel do que qualquer outro terminal. A facilidade com que se acede a portais e serviços justifica este crescimento.

Internet, abre também um novo mundo do comércio electrónico e muitas das aquisições *online* são já realizadas de forma transparente pelos 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 infor-

Cidadãos em linha directa

Um passo mais à frente do que outros serviços comerciais ou da Sociedade Civil, a Administração Pública está a reforçar a componente *web* do contacto com o cidadão e permite resolver uma parte significativa das burocracias através da Internet.

lidade 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



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 faci-

podem ser descarregados, impressos, preenchidos e depois entregues aos balcões dos serviços. Neste caso a Internet funciona como facilitador da informação, evitando deslocações duplas aos serviços da AP e facilitando o processo.

IMPOSTOS ONLINE MAIS SIMPLES

A área dos impostos e das contribuições é uma das que tem sido alvo de um

5º lugar

É a classificação de Portugal entre os países da União Europeia no que diz respeito à utilização dos serviços electrónicos para relacionamento com o cidadão. A avaliação é da Brookings Governance Studies e verifica a dinâmica anual em 12 características dos sites de governo electrónico de cada país.

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 3,2 milhões de declarações de IRS foram entregues pela Internet, beneficiando dos prazos alargados nesta 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 novo serviço Automóvel On-Line, que permite solicitar e obter registos relativos aos veículos através da Internet, foi lançado há um ano e já permitiu quase 45 mil operações através da Internet, evitando deslocações e reduzindo os custos em 50%. Antes deste serviço, um acto de registo automóvel implicava a deslocação à conservatória ou o envio do pedido em papel, por correio, um processo substituído pelo pedido do registo através da Internet.

SAÚDE E EDUCAÇÃO RENOVADAS

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

implementação da Escola Simplex, com 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.

Serviços integrados

O enfoque no cidadão passa também pela criação de serviços transversais, independentes das entidades que os prestam, numa filosofia de *end-to-end*. Conheça alguns destes serviços, que ainda estão disponíveis apenas em algumas zonas do país:

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,

Balcão Nascer Cidadão

Permite fazer o registo de nascimento das crianças directamente nos hospitais e maternidades sem necessidade de deslocação posterior às conservatórias do registo civil. Está previsto que possa também tratar de pedidos de criação de número de segurança social, sistema nacional de saúde e contribuinte para as crianças que acabam de nascer.

Balcão das Heranças

É um serviço de atendimento único onde se podem realizar diversas operações relacionadas com a sucessão por morte, como a habilitação de herdeiros, partilha e registos, assim como o cumprimento das obrigações fiscais respeitantes à sucessão hereditária e necessários registos.

Escola Simplex

Previsto no Plano Tecnológico da Educação, este projecto quer colocar online uma série de procedimentos que antes tinham de ser feitos em papel, como as matriculas.

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.

Balcão Divórcio com partilha

O balcão Divórcio com partilha é um serviço em atendimento único que concretiza uma nova forma de efectuar a partilha por divórcio ou separação de pessoas e bens e os respectivos registos de forma mais rápida, reduzindo formalidades e custos.

Balcão Empresa na Hora

Permite a constituição de uma empresa num local único, integrando actos que anteriormente estavam dispersos por diferentes organismos da AP. Os interessados podem escolher uma firma da lista de firmas pré-aprovadas, seleccionar os modelos de pactos disponíveis e depois deslocarem-se presencialmente para elaborar o pacto da sociedade e efectuar o registo comercial.

Formar com Flexibilidade

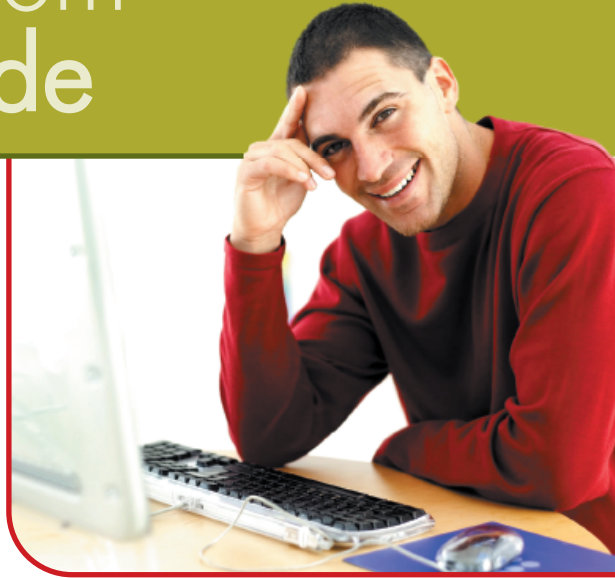
Para quem tem pouco tempo ou limitações na deslocação geográficas, a Internet traz vantagens no acesso a cursos de formação interactivos.

COM O DESENVOLVIMENTO das TI 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, potenciando a comunicação e interactividade entre alunos e professores e dando acesso ao conhecimento através dos computadores.

As empresas perceberam rapidamente as vantagens de poderem formar os seus trabalhadores usando o tempo de expediente ou o período pós laboral, mas as escolas – sobretudo as Universidades – estão também a tirar partido da Internet, 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, Há também cursos de formação pagos de diversas especialidades que são realizados pela Internet sem prejuízo de serem feitas



Abertura Universitária

Algumas universidades têm já componentes de *elearning* nos seus cursos e disponibilizam-nos por vezes de forma gratuita, como é o caso do MIT, uma das mais prestigiadas instituições mundiais.

depois algumas aulas e acompanhamento por formadores. As aulas de Inglês de alguns institutos são 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.

Particulares em leilões e vendas *one-to-one*



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 con-

O comércio *online* passa também pelas transacções entre particulares que compram e vendem produtos muitas vezes já usados. 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.

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

Note-se porém que nem tudo é tão claro.

Movimento

60%

Se um vendedor pouco escrupuloso quiser abandonar um determinado registo – mal classificado – e abrir um novo na mesma plataforma ou no site ao lado...

CONHECIMENTO DIPONÍVEL

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

É o **desconto** que pode conseguir se comprar um **livro já usado** em vez da edição nova. Algumas livrarias já optaram por abrir espaço à comunidade de utilizadores para que coloquem as suas propostas de venda **online** ao lado dos livros novos.

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 transformar em milhares pela escala global do mercado.

Leilão em 4 Passos

Se tem um produto que gostava de vender *online*, experimente os leilões. Em cinco passos pode completar o negócio

1º Colocar anúncio

2º Definir base de licitação

3º Esperar propostas

4º A melhor proposta compra o produto

5º Assegurar pagamento e entrega do produto



Comparar e Escolher



Mais fácil do que passar de loja em loja, com o caderno de apontamentos na mão, é comparar num único local as várias ofertas e preços de produtos. Os serviços de comparação na Internet são cada vez mais eficientes.

CERTAMENTE JÁ PASSOU pela experiência de passar de loja em loja à procura do melhor preço para um determinado produto – ou mesmo a comparar as características de diferentes ofertas para um equipamento que quer comprar. A Internet mais uma vez facilita todo este processo, permitindo a



navegação fácil entre diversos sites de comércio electrónico onde as páginas podem ser comparadas lado a lado, de forma fácil e rápida.

Ainda mais práticos são os serviços que extraem preços de uma grande variedade de lojas, apresentando nas suas respostas o melhor preço em cada um dos sites. Este tipo de serviços tem vindo a florescer e a ganhar qualidade, abrangendo já diferentes categorias de produtos.

Os sites podem ser também um bom Guia de Compras, apresentando os produtos por áreas e indicando quais são os mais procurados. A apresentação de resultados dá depois a ligação directa ao site do lojista que tem o melhor preço, orientando o utilizador directamente para a página do produto que procura, sem ter de passar pelo processo de pesquisa novamente.

Uma vantagem adicional destes serviços advém do contributo da comunidade. Os utilizadores podem fazer comentários e dar pontuação aos produtos que ajudam a orientar a compra.

Note porém que nem sempre o melhor preço indicado corresponde ao custo total. Valide o valor final já no site da loja *online* onde vai comprar o produto, tendo em atenção os custos associados, como portes e taxas de serviço.

Compradores Informados



A crescente disponibilização de computadores e ligação à Internet, assim como a familiaridade com serviços *online*, potencia o crescimento das compras na Internet. 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 realizado a nível mundial pela consultora Nielsen no início do ano indica que mais de 85% dos utilizadores de Internet fazem compras *online*, o que corresponde a um número significativo de 875 milhões de utilizadores.

Nos últimos anos o salto foi gigantesco. Em 2006 apenas 10% dos consumidores online compravam pela internet.

O país que mais compra *online* é a Coreia do Sul, com 99% dos utilizadores de Internet a usarem esta plataforma para compras. Segue-se o Reino Unido, o Japão e a Alemanha, com 97% dos internautas a fazer aquisições em lojas virtuais. Em Portugal os números são mais tímidos, mas o estudo da Nielsen indica que 8 em cada 10 internautas já fez compras *online*.

Segundo a Nielsen, a frequência de compra ainda está abaixo dos níveis europeus, com 34% dos portugueses a referirem ter feito aquisições no último mês, enquanto 22% o fizeram entre um e três meses, e 43% compraram há mais de três meses.

A pesquisa geral pela melhor loja *online* e o mesmo site onde regularmente costumam comprar são os principais factores de escolha do site de compras, mas as sugestões de amigos são também importantes, assim como a publicidade *online*.

7 em cada 10

utilizadores referem ter utilizado a Internet para pesquisar informação de produtos que querem comprar

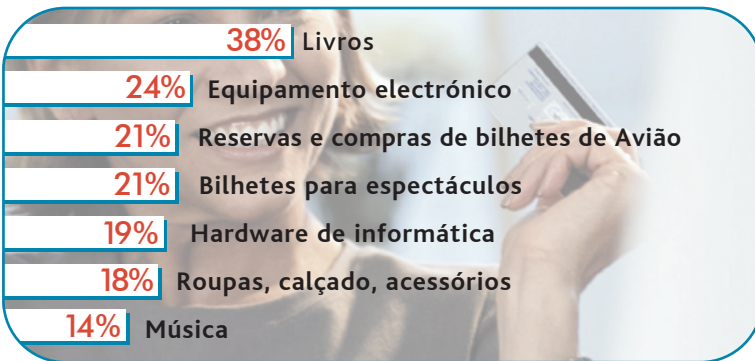
Fonte: Nielsen, Fevereiro 2008,

PAGAMENTOS DIFERENCIADOS

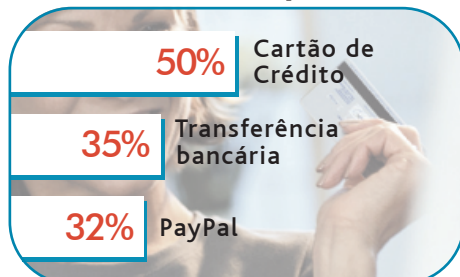
Mais do que no tipo de produtos adquiridos e hábitos de compra, os portugueses mostram alguma diferença em relação a outros consumidores europeus nas formas de pagamento escolhidas na Internet. Os

Cartões de Crédito e as Transferências Bancárias são os métodos mais usados, mas Portugal é ainda um dos países Europeus que prefere o pagamento no acto da entrega, sendo nesta área apenas superados pelos Checos, Gregos, Polacos e Espanhóis.

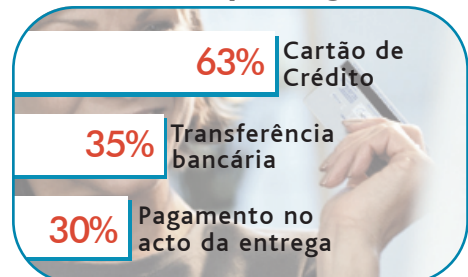
Produtos mais comprados pela Internet



Métodos de pagamento Internautas europeus



Métodos de pagamento Internautas portuguesas



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 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 lei determina que 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





Pela legislação portuguesa não é permitido indicar apenas contactos de telefone, correio electrónico e apartados. A morada das lojas tem de estar completa.

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 enco-

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.

Recursos válidos

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 Direção-geral do 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.

O comprador tem o direito de 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.

Para reforçar os direitos dos consumidores nas compras à distância foi publicado em 2008 um novo diploma que estabelece que quando o direito de resolução tiver sido exercido pelo consumidor e o fornecedor não fizer o reembolso no prazo de 30 dias fica obrigado a restituir o dobro da quantia paga inicialmente pelo produto.

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.

menda, 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

Cuidados Naturais

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. A opção por marcas de confiança, sites conhecidos e credenciados fazem parte dos cuidados básicos nas compras online



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 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 determinada loja *online*

Questões a considerar

1

Procure marcas e lojistas de confiança

2

Compare com cuidado os artigos, características e condições de entrega

3

Opte por comprar num site português

4

Verifique as normas de protecção ao consumidor

5

Proteja a sua informação pessoal

6

Não introduza os seus dados de pagamento em sites não seguros

7

Prefira sites com certificação de segurança e/ou de entidades do sector

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 nas versões mais recentes 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.

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.unic.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 contraordenação.

DIRECTÓRIO ACEP

directorio.comercioelectronico.pt

No Directório da ACEP pode encontrar uma lista dos sites de comércio electrónico em Portugal, organizados por áreas. Esta lista poderá ser um excelente ponto de partida para localizar novas lojas e produtos.

PORTAL DO CIDADÃO

www.portaldocidadao.pt

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