



DOSSIÊ TEMÁTICO – LOJA ONLINE

GABINETE DE DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO E
EMPRESARIAL
MAIO 2021

Índice

1-	OBJETIVO DESTE DOSSIÊ TEMÁTICO	2
2-	DEFINIÇÃO E ENQUADRAMENTO DA ATIVIDADE	2
4-	QUAL O TIPO DE PRESENÇA NA INTERNET	6
4.1-	SITE INSTITUCIONAL.....	6
4.2-	LOJA ONLINE	6
5-	REGISTAR DOMÍNIO.....	6
6-	ALOJAR O SITE NA WEB	7
7-	MODO DE PAGAMENTO	7
8-	GARANTIR UMA BOA LOGÍSTICA.....	7
9-	SOFTWARE DE FATURAÇÃO	8
10-	CONTA BANCÁRIA COMERCIAL	8
11-	INFORMAÇÃO SOBRE OS PRODUTOS/SERVIÇOS.....	9
12-	GARANTIR O CUMPRIMENTO DAS QUESTÕES LEGAIS.....	9
12.1-	INFORMAÇÕES OBRIGATÓRIAS.....	10
12.2-	GUIA RÁPIDO SOBRE ESTAS INFORMAÇÕES OBRIGATÓRIAS	11
12.2.1-	IDENTIFICAÇÃO E INFORMAÇÕES GERAIS	11
12.2.2-	ENVIO E PAGAMENTOS.....	11
12.2.3-	PREÇOS E REDUÇÕES DE PREÇO.....	12
12.2.4-	FATURAÇÃO	13
13-	REGRAS ESPECÍFICAS A SABER	13
13.1-	ALIMENTOS VENDIDOS PELA INTERNET.....	14
13.2-	REGISTO DA ATIVIDADE	14
13.3-	REGRAS VENDAS À DISTÂNCIA	15
14-	LEGISLAÇÃO APLICÁVEL.....	18
15-	LIVRO DE RECLAMAÇÕES ELETRÔNICO	20
16-	CIAC INFORMA.....	22
17-	LINKS ÚTEIS.....	23
18-	CONTACTOS	23

1- OBJETIVO DESTE DOSSIÊ TEMÁTICO

Este dossiê temático tem por objetivo detalhar os passos a ter em consideração na “abertura” de uma loja na internet. Atendendo à situação em que vivemos de plena pandemia, a Internet tem possibilitado a interação com o mundo exterior, e consequentemente nas atividades diárias, como seja trabalhar, comunicar e fazer compras sem sair de casa. Esta ferramenta juntamente com todas as restrições impostas a uma grande parte dos estabelecimentos comerciais, acrescido ainda das novas tendências dos consumidores, tornaram mais evidentes, o acelerar das vendas online. Hoje em dia, esteja onde se estiver e em qualquer horário, desde que tenhamos acesso à internet, através de um smartphone ou de um computador podemos entrar numa loja online, colocar um produto no carrinho de compras, pagar e aguardar a sua entrega na comodidade do nosso lar!

Podemos então dizer, que este é um método cómodo, simples e eficaz. Mas, para quem pretende avançar com este tipo de vendas será de todo aconselhável procurar informação útil para abrir a sua loja online! E muito embora, no que toca às questões mais técnicas/específicas com o desenvolvimento deste tipo de loja, como é uma área que não está diretamente no âmbito de atuação dos municípios, no entanto ao elaborarmos este dossiê pretendemos alertar para aspetos importantes a ter em conta para o pleno exercício desta atividade que serão desenvolvidos nos pontos que se seguem.

2- DEFINIÇÃO E ENQUADRAMENTO DA ATIVIDADE

De acordo com a Classificação Portuguesa de Atividades Económicas, Revisão 3, abreviadamente designada por CAE-Rev.3, (Decreto-Lei n.º 381/2007 de 14/11/2007) para desenvolver uma atividade é necessário escolher desde logo o código de atividade económica – CAE que melhor corresponda ao negócio que se quer avançar. E existe um CAE específico para o comércio por correspondência ou **via internet**. O **CAE 47910 - Comércio a retalho por correspondência ou via internet**, o qual compreende o comércio a retalho em que se oferece ao consumidor a possibilidade de encomendar pelo correio, telefone, televisão ou outro meio de comunicação, os bens ou serviços divulgados através de catálogos, revistas, jornais, impressos, ou quaisquer outros meios gráficos ou audiovisuais. Inclui comércio a retalho e leilões, **via Internet**.

Não inclui:

- Comércio a retalho de veículos automóveis, motociclos e suas partes, via Internet (45);
- Organização de leilões por conta de terceiros (82990).

A saber!

Quando já se desenvolve uma atividade comercial, com loja aberta ao público, por exemplo uma sapataria, cujo CAE é **47721 Comércio a retalho de calçado, em estabelecimentos especializados**, o qual compreende o comércio a retalho de calçado novo e seus acessórios de qualquer natureza (couro, tecido, borracha, etc.) destinado (passeio, trabalho, etc.) a homem, senhora, criança e bebé (**não inclui**: · Comércio a retalho de calçado especial para desporto (ex: botas de esqui) - 47640), será conveniente acrescentar mais um CAE que espelhe a sua nova atividade. Neste caso, o melhor será a empresa para além do CAE principal (comércio), ter um outro CAE para a atividade de comércio eletrónico (CAE 47910).

3- CRIAÇÃO DA EMPRESA

Na criação da empresa propriamente dita, ou seja na sua constituição legal, o primeiro passo poderá ser realizado em formato online. Para tal o [Portal da Empresa](#) desenvolveu ferramentas que permitem criar de forma simples e segura, no **criar empresas online**, ou também é possível usar os serviços [empresa na hora](#). Estes serviços permitem criar as seguintes tipologias de empresas:

- **Sociedades por quotas;**
- **Sociedades unipessoais por quotas;**
- **Sociedades anónimas.**

O custo para criar uma empresa pode ascender aos 582 euros, dos quais 360 euros para criar empresa na hora (online custa 180 euros), mais 200 euros para registo da marca, (online custa 100 euros), acrescido de 15 euros a 22 euros para **registar um domínio que é válido por um ano.**

Caso pretenda desenvolver a sua atividade como **empresário em nome individual - ENI**, já não é possível recorrer aos serviços referidos, no entanto o processo também é mais simples, sem grandes burocracias ou papeladas. Os **passos indicados pela Autoridade Tributária são os seguintes:**

1. Preenchimento da Declaração de Início de Atividade numa repartição local ou através do Portal das Finanças;
2. Enquadramento na Segurança Social através do preenchimento do Mod. RV1000-DGSS.

A saber!

Nota 1- Qual a diferença entre ENI e Trabalhador Independente

Para a Autoridade Tributária ambos são trabalhadores independentes, pois não trabalham por conta de outrem. Existem, no entanto, diferenças. O trabalhador independente é um prestador de serviços que emite faturas-recibos (anteriores recibos verdes). Por sua vez, o empresário em nome individual pode vender produtos, para além de prestar serviços e tem a possibilidade de optar pelo [regime simplificado ou regime de contabilidade organizada](#).

Nota 2- Qual a Diferença entre ENI e Sociedade Unipessoal?

Existem várias diferenças entre o empresário em nome individual e uma sociedade unipessoal:

- O ENI não precisa de capital social mínimo, ao contrário da sociedade unipessoal;
- Não há divisão de património no caso do empresário em nome individual. Nas sociedades unipessoais a responsabilidade do sócio está limitada ao valor do capital social;
- O ENI pode optar pelo regime de tributação, enquanto que numa sociedade unipessoal é apenas possível o regime de contabilidade organizada.

De referir, que após a empresa estar devidamente constituída, é a altura de escolher a solução online que melhor corresponda ao pretendido, ou seja qual vai ser o software, pois os custos e as funcionalidades disponíveis no mercado variam, pelo que é necessário ter sempre em atenção de entre as soluções existentes as que se encontram acreditadas, garantindo assim estar em conformidade com os requisitos exigidos por lei. Algumas das soluções de que temos conhecimento, são elencadas seguidamente:

WEBNODE – ferramenta para criação fácil e rápida de sites. Disponibilizando a solução **Loja Virtual**, através do site <https://www.webnode.pt/> aqui poderá consultar o manual para criar uma loja online, no qual são descritos de forma bastante

simplificada os passos necessários, bem como modelos adaptados a diversos tipos de negócio. Veja neste link: [Criar loja online](#)

LOJAS NA NET – soluções e serviços profissionais de comércio eletrónico, através do site www.lojas-na.net/

https://www.lojas-na.net/epages/Store.sf/pt_PT/?ObjectPath=/Shops/SINFIC.Lojas-na-Net.061004/Categories/epages6-Lojas

PT COMMERCE – disponibiliza um conjunto de soluções como Sistemas de e-commerce, lojas online, web sites e páginas. Web design de lojas virtuais, serviço domínios e alojamento web. Servidores web em Portugal. Aceda em através do site www.ptcommerce.net

CTT

Recentemente também os CTT com intuito de apoiar os retalhistas avançaram com um serviço novo para possibilitar a [criação de lojas online](#). Este serviço de apoio aquando da criação de uma loja na sua plataforma e o serviço poderá ser contratado por pacotes, de acordo com o número de produtos. Será ainda "garantida a configuração da loja para se poder começar a vender".

A gestão da sua loja é efetuada de forma rápida e simples bem como todas as entregas são asseguradas pelos CTT e, por isso, beneficia da integração da plataforma online com o envio das suas encomendas. Este serviço dos CTT, lançado em março do ano passado, pode ser pedido através deste link <https://bit.ly/3tw2XdM>

Estas são algumas das soluções, mas garantidamente que existem muitas mais no mercado, ao qual pode recorrer, depois de uma análise cuidada e comparativa das mesmas.

Ainda com o intuito de obter esclarecimentos mais específicos sobre a criação da loja online, poderá aceder à página da **AETICE – Associação das Empresas de Tecnologias de Informação, Comunicação e Eletrónica**, no seu diretório de associados <https://www.aetice.pt/nossosassociados/> e estabelecer contacto com as empresas da área.

4- QUAL O TIPO DE PRESENÇA NA INTERNET

A presença de uma loja na internet pode ser feita de duas formas, que consideradas como as principais, ou seja através de um site institucional ou através de uma loja online.

4.1- SITE INSTITUCIONAL

No site institucional pode ou não incluir produtos, **mas sem possibilidade de venda online**. Esta hipótese serve para as empresas que queiram dar a conhecer o seu negócio, os produtos/serviços, mas que nesta fase ainda não queiram fazer negócios através da internet. Nesta situação, por exemplo, poderá [registar gratuitamente a empresa](#) na **Plataforma Bizfeira** do Município de Santa Maria da Feira acedendo em www.bizfeira.com

A Bizfeira é uma plataforma de negócios coordenado pelo Gabinete de Desenvolvimento Económico e Empresarial – GDEE, integrado na estrutura orgânica da autarquia, a qual visa promover as empresas, funcionando como uma montra de negócios, facilitando o networking, informando de espaços para instalação empresarial e divulgando diversa informação do foro económico e empresarial.

A saber! Brevemente irá ser disponibilizado um novo serviço integrado na **Plataforma Bizfeira** destinado à promoção do comércio local, alojamento e restauração. Igualmente **gratuito**. Mais informação em www.bizfeira.com

4.2- LOJA ONLINE

Através da loja online, propriamente dita, a qual é um **site transacional que permite a venda de produtos e o pagamento online, para as empresas que queiram dar a conhecer o seu negócio bem como vender produtos e serviços através da internet**.

5- REGISTAR DOMÍNIO

O registo do domínio, é condição para poder exercer a sua atividade na Internet, pelo que é fundamental o registo do domínio da loja virtual. O domínio é o nome da página que aloja a sua marca e que vai servir para localizar e identificar a sua loja online, o qual deve ser um nome simples e de fácil memorização. Para registar o domínio não basta escolher um nome, também é necessário escolher entre domínio nacional **(.pt)** ou internacional **(.com)**. Neste sentido, se pretender vender no mercado português, o

domínio **.pt** é o mais aconselhável, mas caso pretenda vender no estrangeiro o domínio **.com** será a melhor opção.

6- ALOJAR O SITE NA WEB

De acordo com a estratégia definida e o investimento calculado para o seu negócio digital, pode optar por alojar o site num servidor físico, nas instalações da empresa, ou pela computação em nuvem ('cloud'- alojamento na internet sem equipamento informático e respetivo software). Na primeira opção, as empresas são obrigadas a fazer um investimento inicial, enquanto na nuvem pagam por norma uma mensalidade ou anuidade pelo serviço.

Guias informativos:

[Guias informativos – Compras online!](#) segurança dos consumidores que fazem compras por esta via.

[Guia alojamento de sites.](#)

7- MODO DE PAGAMENTO

Ter uma loja online, implica vender através da Internet e forçosamente disponibilizar opções de pagamento. Existem várias soluções, para que possa fazê-lo como por exemplo a **REDUNICRE**, uma plataforma segura em Visa e Mastercard, com facilidade de integração. Existe também o **MB NET**, desenvolvido pela SIBS, que se trata de um sistema com suporte num cartão de crédito ou débito e cria um cartão temporário, permitindo fazer compras online sem que os dados reais sejam conhecidos pelos gestores dos sites. Por último, o **Paypal** é um dos sistemas de pagamento mais conhecidos a nível internacional, funcionando como um “porta moedas” que pode ser usado online.

8- GARANTIR UMA BOA LOGÍSTICA

Ao vender através da Internet, é necessário decidir qual vai ser o sistema de entrega dos artigos por forma a entregar em tempo útil, sem quaisquer reclamações e garantindo a satisfação do cliente. Neste sentido, é importante pesquisar de forma a contratualizar com uma **transportadora com qualidade** e boa reputação dentro da área de atuação do seu negócio.

Uma outra situação que está intimamente ligada a esta questão é a **gestão do stock**, para isso, siga estas regras:

- mantenha o stock em linha com as vendas;
- prepare a organização para responder a picos de encomendas;
- o cliente deve estar sempre informado dos processos ('tracking');
- dê prioridade à resposta a dúvidas e reclamações (mail, chats e fóruns);
- avalie a importância dos custos de envio;
- e garanta a rapidez e fiabilidade na entrega.

9- SOFTWARE DE FATURAÇÃO

Atualmente verificamos uma oferta alargada de programas/software para construção de lojas online. Existem soluções pagas ou em regime gratuito (open source), bem como soluções à medida, personalizadas para cada negócio, como já referimos anteriormente (ver ponto 3). No entanto, a par deste software, será necessário um sistema informático de gestão empresarial ou ERP (Enterprise Resource Planning) que integre todas as funções mais importantes da gestão da sua empresa, que seja certificado e permita a emissão do ficheiro SAF-T PT (Standard Audit File for Tax Purposes) para a Autoridade Tributária e Aduaneira – AT (Finanças) e se assim o entender juntar-lhe um CRM (Customer Relationship Management) ou sistema informático de gestão de clientes.

De referir então, que é obrigatória, na sua loja online, a utilização de um software de faturação certificado, para emissão automática de faturas e exportação mensal do ficheiro SAF-T PT, de modo a poder emitir faturas com validade fiscal.

Em suma, este software de faturação certificado é obrigatório, e permite, entre outras funcionalidades, a emissão de faturas e recibos, criação de relatórios de vendas, gestão organizada da informação dos clientes, emissão do ficheiro SAF-T, etc.

Cada fatura deve ser emitida logo após o pagamento do produto ou serviço e que tem de usar assinatura digital para envio de faturas eletrónicas. Caso as vendas para outros países ultrapassem os 100.000€ por ano, deverá comunica-las ao banco de Portugal.

10-CONTA BANCÁRIA COMERCIAL

Para vender na internet, deve criar uma conta bancária comercial para gerir as transações financeiras online bem como um gateway de pagamento, ou seja, uma aplicação para e-commerce instalada num servidor remoto e mantida por uma

operadora financeira que autoriza pagamentos de transações feitas online (ver ponto 7). Se não pretende sistemas complexos de pagamento, opte por uma solução para pequenos negócios colocando um carrinho de compras PayPal (gratuito).

11-INFORMAÇÃO SOBRE OS PRODUTOS/SERVIÇOS

É importante que a loja online seja apelativa e intuitiva para cativar os seus clientes e uma boa maneira de o fazer é organizar toda a informação possível sobre os produtos ou serviços que vai oferecer, nomeadamente:

- categorias e subcategorias
- opções dos produtos/serviços
- vantagens/benefícios dos produtos/serviços
- descrição
- fotografias (se possível de diferentes ângulos)
- referência numérica dos produtos/serviços
- preços
- portes a pagar
- impostos a pagar

Neste sentido, é extremamente importante disponibilizar aos seus clientes toda a informação de qualidade possível de modo a que estes possam escolher com a maior facilidade o que procuram.

12- GARANTIR O CUMPRIMENTO DAS QUESTÕES LEGAIS

Para que tudo possa funcionar em pleno, convém não descurar as questões legais. Por esta razão é extremamente importante obter junto da ACEPI a certificação para lojas online, assegurando o cumprimento dos requisitos legais. Entenda-se aqui que existem regras de obrigatoriedade de informação, prazos de devolução e proteção de dados dos consumidores que o seu negócio deve cumprir e que devem estar explícitas na informação sobre as condições de compra no site.

12.1- INFORMAÇÕES OBRIGATÓRIAS

Utilize este checklist para validar se a sua loja online está em conformidade com a legislação aplicadas pela **ASAE**!

Tópico	Validação (estas informações são apresentadas na loja online?)
Identificação e informações gerais	<input type="checkbox"/> Nome ou denominação social
	<input type="checkbox"/> Endereço geográfico
	<input type="checkbox"/> Endereço eletrónico
	<input type="checkbox"/> Número de registo comercial
	<input type="checkbox"/> Número de identificação fiscal
	<input type="checkbox"/> Entidade de RAL e respetivo website
Envios e pagamentos	Validação (estas informações são apresentadas na loja online?)
	<input type="checkbox"/> Países/regiões para onde envia (e exceções dentro destes)
	<input type="checkbox"/> Métodos de pagamentos aceites
	<input type="checkbox"/> Apresentação de custos adicionais à entrega (caso existam)
Preços	Validação (estas informações são apresentadas na loja online?)
	<input type="checkbox"/> O preço total, incluindo taxas, impostos, custos de transportes e outros encargos é apresentado antes do utilizador efetuar a compra
Reduções de preço	Validação (estas informações são apresentadas na loja online?)
	<input type="checkbox"/> Modalidade de venda (saldos, promoções ou liquidação)
	<input type="checkbox"/> Tipo de produtos
	<input type="checkbox"/> Percentagem de redução
	<input type="checkbox"/> Data de início e período de duração
	<input type="checkbox"/> Comunicação à ASAE (quando se fazem saldos)
Faturação	Validação (estas informações são apresentadas na loja online?)
	<input type="checkbox"/> A fatura é emitida imediatamente após o pagamento
	<input type="checkbox"/> A fatura tem assinatura eletrónica (quando é enviada por email)

12.2- GUIA RÁPIDO SOBRE ESTAS INFORMAÇÕES OBRIGATÓRIAS

A **Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE)**, as Finanças ou outras autoridades podem aplicar coimas pesadas às empresas caso uma loja online não esteja em conformidade com os termos previstos na lei. E no caso da ASAE, esta autoridade efetua precisamente “ações planeadas de fiscalização aos sites que procedem à venda de bens e à prestação de serviços à distância” (lojas virtuais/comércio online) para verificar se cumprem as regras e apresentem todas as informações obrigatórias exigidas nesta modalidade de venda.

De referir, que as coimas podem ir até **30 ou 50 mil euros**, mediante a lei infringida. Assim, torna-se crucial precaver destas punições, por isso descrevemos um conjunto destas informações obrigatórias a apresentar ao consumidor nos websites de comércio eletrónico.

12.2.1- IDENTIFICAÇÃO E INFORMAÇÕES GERAIS

A loja online deverá apresentar elementos completos de identificação da empresa/vendedor, nomeadamente:

- Nome ou denominação social;
- Endereço geográfico em que se encontra estabelecido e endereço eletrónico;
- Registo comercial
- Número de identificação fiscal.

Do mesmo modo, deve ser apresentada a [entidade de resolução alternativa de litígios de consumo \(RAL\)](#) designada e o respetivo website. Poderá ainda constar a morada e os contactos telefónicos da mesma.

Caso a atividade da empresa esteja [sujeita a autorização prévia](#), deve ser apresentada informação relativa à entidade que autorizou o exercício da atividade.

12.2.2- ENVIO E PAGAMENTOS

Devem ser indicadas eventuais restrições geográficas ou outras à entrega, assim como aos meios de pagamentos aceites. Estas restrições devem ser indicadas o mais tardar no início do processo da encomenda. Eventuais custos adicionais devem ser indicados previamente à aquisição dos produtos/serviços. Por exemplo, indicação de que podem ser cobrados encargos suplementares de transporte, de entrega, postais ou outros.

Indicação do preço total, com todos os encargos acrescidos!

Alguns sites admitem o envio gratuito a partir de determinado montante. Se quiser fazê-lo deve ter esta situação bem sinalizada, por forma a aumentar as suas vendas e em simultâneo favorecer o cliente!

12.2.3- PREÇOS E REDUÇÕES DE PREÇO

- Preços

Muita atenção aos preços, pois o preço total dos produtos, incluindo taxas, impostos, custos de transporte ou outros encargos que possam existir, devem ser apresentados antes do consumidor efetuar a compra.

- Reduções de Preço

Ainda em relação ao preço, também deve ser claro quando faz campanhas ou promoções com valores mais reduzidos.

Neste sentido, nas baixas de preço, é necessário apresentar a seguinte informação:

- Modalidade de venda (saldos, promoções ou liquidações);
- Tipo de produtos;
- Percentagem de redução;
- Data de início e período de duração.

De referir, que é obrigatório que estas reduções de preço se enquadrem numa destas modalidades:

- **Saldos** – venda praticada a um preço inferior, com o objetivo de acelerar o escoamento de produtos existentes, normalmente são realizados no final da estação.
- **Promoções** – venda promovida a um preço inferior ou com condições mais vantajosas, com vista a potenciar a venda de produtos ou o lançamento de um produto não comercializado anteriormente, bem como o desenvolvimento da atividade comercial, não realizadas em simultâneo com uma venda em saldos.
- **Liquidação** – venda de produtos com um carácter excecional que se destine ao escoamento acelerado com redução de preço da totalidade ou de parte das existências do estabelecimento, resultante da ocorrência de motivos que determinem a interrupção da venda ou da atividade no estabelecimento.

Deste modo, **é proibida a utilização de outras expressões**, ainda que similares, para anunciar vendas com redução de preços (por exemplo “OPORTUNIDADES”).

Os saldos podem realizar-se em quaisquer períodos do ano, desde que não ultrapassem a duração de quatro meses por ano, ou seja um total de 124 dias por ano.

Os saldos devem ser comunicados à ASAE, com uma antecedência **mínima de cinco dias úteis**, com a seguinte informação:

- Identificação e domicílio do comerciante ou morada do estabelecimento;
- Número de Identificação fiscal;
- Indicação da data de início e fim do período de saldos em causa.

As promoções podem ser feitas em qualquer momento, **mas não podem decorrer ao mesmo tempo que os saldos.**

No que se refere às **Liquidações**, e sempre que o comerciante as pretenda realizar, seja a efetuar em estabelecimento físico, à distância ou por outros métodos, nomeadamente através de comércio on-line, fica sujeito à obrigação de proceder a uma **comunicação à ASAE com a antecedência mínima 15 dias úteis.**

De referir, que **o consumidor deve dar o consentimento prévio** para que lhe sejam enviadas comunicações não solicitadas.

12.2.4- FATURAÇÃO

A fatura deve ser emitida imediatamente após o pagamento de uma compra online.

O envio de faturas em formato digital, deve cumprir vários requisitos, nomeadamente o da assinatura eletrónica.

De referir, que é necessário comunicar ao Banco de Portugal as operações com outros países (entradas e saídas) quando estas ultrapassem os cem mil euros anuais.

13-REGRAS ESPECÍFICAS A SABER

No mundo atual cada vez mais existem inúmeros produtos a ser comercializados através da internet, por esta razão é fundamental ter conhecimento das regras específicas para proceder à sua venda, respeitando as regras de acordo com a tipologia do produto.

Por exemplo, quando a pretensão é a venda de produtos alimentares, há que cumprir o [Regulamento nº 1169/11/EU](#), relativo aos rótulos digitais. Este regulamento veio estabelecer procedimentos em matéria de segurança dos produtos de consumo alimentares adquiridos ou consultados nas plataformas digitais, abrangendo todos os operadores e retalhistas que disponham de portais de compra e venda online. Este diploma veio assim salvaguardar os direitos do consumidor, para que este sempre que pretenda realizar uma compra, digitalmente ou um espaço comercial físico, tenha acesso a toda a informação relevante e credível sobre o artigo adquirido, tal como valores nutricionais, ingredientes ou instruções de utilização.

Apresentamos um conjunto de pontos a ter em consideração no caso de pretender proceder à venda de produtos alimentares online.

13.1- ALIMENTOS VENDIDOS PELA INTERNET

Como já referimos o comércio através da Internet tem vindo a crescer continuamente oferecendo aos consumidores uma oportunidade sem fronteiras de aquisição de bens e serviços cada vez mais abrangente e sem restrições de horários. Contudo, apesar de todas estas vantagens há situações de que devemos acautelar. Alertamos que as compras de alimentos através da internet podem representar riscos para a saúde e segurança dos consumidores, pelo que o cumprimento das regras para o exercício desta atividade se torna ainda mais relevante.

13.2- REGISTO DA ATIVIDADE

Os responsáveis pela venda de alimentos pela Internet, enquanto operadores na cadeia alimentar, devem proceder ao registo dessa sua atividade, conforme prevê o **artigo 6º** do [Regulamento \(CE\) nº852/2004](#). E no que se refere à classificação desta atividade económica, segundo a CAE- Rev. 3, insere-se na atividade Comércio via internet com o código já referido **CAE 47910**.

13.3- REGRAS VENDAS À DISTÂNCIA

Todas as relações comerciais devem ser realizadas com respeito pelos princípios da boa fé, da lealdade nas transações e da proteção das pessoas com incapacidade de exercício dos seus direitos. Neste sentido, as informações devem ser sempre fornecidas ao consumidor em tempo útil e previamente à celebração de qualquer contrato à distância, devem ser claras e compreensíveis.

Como tal, nas vendas realizadas via online devem ser asseguradas as seguintes garantias:

- Garanta a Credibilidade do Site

Identifique a sua empresa através do nome ou denominação social, registo comercial, número de identificação fiscal e adicione os contactos: endereços geográfico e virtual completos e telefones disponíveis, por forma a responder a Quem Somos e Nossos Contactos.

Discrimine ainda os Termos e Condições bem como a Política de Privacidade, que se tornam legalmente válidos a partir do momento da encomenda. É muito importante, que estabeleça corretamente a Política de Devolução, clarificando muito bem as eventuais exceções.

- Garanta a Segurança do Site

Trabalhe o seu site de uma forma profissional e briosa escrevendo corretamente, por forma a evitar erros ortográficos ou gramaticais. Trabalhe com cuidado as imagens apresentadas, pois estas têm bastante impacto visual, apresentando fotografias de boa qualidade e resolução de preferência da sua autoria. Mantenha uma linha segura e fiável de apoio ao consumidor.

- Garanta a Proteção dos Interesses do Consumidor

Certifique-se que cumpre a Legislação Alimentar Europeia e Nacional e que utiliza o Símbolo Cadeado na barra de URL e protocolos e certificados de segurança (HTTPS, SSL...) que garantam a segurança e proteção dos dados dos consumidores.

- Garanta a Segurança dos Alimentos

Os alimentos vendidos pela internet devem ser provenientes de estabelecimentos autorizados e que cumpram os requisitos de higiene e segurança alimentar. Assegurando todas as condições especiais de conservação, nomeadamente deverá ser mantida a cadeia de frio, pelo que deve ser verificado o controlo da temperatura em todas as fases até à sua entrega ao consumidor.

- Garanta que Apresenta Todas as Menções Obrigatórias dos Alimentos

Nos alimentos pré-embalados refira todas as menções obrigatórias em língua portuguesa, tais como:

Denominação de Venda;

Lista de Ingredientes;

Declaração Nutricional;

Declaração de Alergénios (se aplicável);

Quantidade de Ingredientes de Destaque (%);

Quantidade de Produto (peso/volume/unidade);

Indicações relativas ao Produtor ou Embalador;

País de Origem (se aplicável);

Volume Alcoólico, entre outras.

Nos alimentos não pré-embalados deve constar as seguintes menções:

Denominação de Venda;

Declaração de Alergénios (se aplicável);

As Condições Especiais de Conservação e/ou Utilização;

País de Origem (se aplicável);

Modo de Emprego (se aplicável);

De referir, que as menções obrigatórias devem constar antes da compra e no momento da entrega

- Verifique com Regularidade o RASFF - (*Rapid Alert System for Food and Feed*)

O **RASFF** é um sistema onde os Estados-Membros, os países da EEA-EFTA e a Comissão partilham informação sobre géneros alimentícios e alimentos para animais que possam representar riscos para a saúde dos consumidores.

O **Regulamento (CE) nº 178/2002** de 28 de janeiro estabelece, no seu artigo 50º, um sistema de alerta rápido em rede para a notificação de riscos diretos ou indiretos para a

saúde humana, ligados a géneros alimentícios ou a alimentos para animais. Este sistema abrange os Estados-Membros, a Comissão e a Autoridade em que, cada um, designa um membro da rede como ponto de contacto. A Comissão é responsável pela gestão da rede. Em Portugal, o ponto de contacto, é a **Direção Geral de Alimentação e Veterinária** (DGAV), no GTI - Gabinete de Trocas Intracomunitárias. E o nº 2 do artigo 50º do mesmo diploma, estabelece que sempre que um membro da rede dispuser de informações relacionadas com a existência de um risco grave, direto ou indireto, para a saúde humana, ligado a um género alimentício ou a um alimento para animais, essas informações serão imediatamente comunicadas à Comissão através do sistema de alerta rápido. A Comissão transmite de imediato essas informações aos restantes membros da rede, para os mesmos agirem em conformidade. **A ASAE** ao receber (via DGAV) **Notificações** que dizem respeito a produtos a ser comercializados em Portugal, procede à elaboração de Ordens de Operações, com vista à retirada dos mesmos do circuito comercial.

Por esta razão, é importante verificar este sistema de alerta, por forma a garantir a eficácia na recolha ou retirada efetiva de certos alimentos não seguros no seu site. Como tal consulte com regularidade o [portal RASFF](#)

- Torne Público o Feedback dos Consumidores

Uma forma de tornar o seu site mais credível para quem o está a tentar fazer uma primeira compra, é permitindo que os consumidores façam comentários sobre o (s) produto (s), atendimento ou o próprio site, em modo público, para que outros consumidores possam ter acesso.

- Apresente Todos os Possíveis Encargos Antes da Compra

Ao anunciar o preço do seu produto, é conveniente ter em atenção tudo o que pode interferir no mesmo, ou seja inclua todas as despesas de entrega e taxas ou impostos em vigor, dispondo de métodos de pagamento diversificados e seguros, incluindo, o pagamento à cobrança.

- Forneça Informações Sobre O Processo De Entrega

Esta questão é muito importante, pois ao fornecer todos os detalhes específicos relativo ao meio e condições de transporte, acondicionamento e tempo de entrega, seguramente agradar ao consumidor.

- Permita a Possibilidade de Suspensão de pagamento

Caso o consumidor, se arrependa da aquisição do produto, permita que possa suspender o pagamento do serviço, antes de fornecer os dados do cartão de pagamento. Informe, previamente ao pagamento, os consumidores acerca das políticas de reembolso vigente, assim como das políticas de cancelamento de uma encomenda, caso aplicável.

De referir, que o cancelamento de uma encomenda não se aplica em determinadas circunstâncias, principalmente quando se trata de **produtos perecíveis**.

- Forneça Todos os Comprovativos da Compra

Garanta o fornecimento de documentos comprovativos do pagamento, que poderão ser necessários para estabelecer os termos e condições da venda e para provar pagamentos realizados.

A Saber!

Ao vender alimentos pela internet é responsável pelo cumprimento e verificação de todos os requisitos da legislação alimentar.

14-LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

Legislação Nacional

[Lei n.º 40/2020, de 18 de agosto](#)

Reforça o quadro sancionatório e processual em matéria de crimes contra a liberdade e autodeterminação sexual de menores e estabelece deveres de informação e de bloqueio de sítios contendo pornografia de menores, concluindo a transposição da Diretiva 2011/93/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 13 de dezembro de 2011, alterando o Código Penal e o Decreto-Lei n.º 7/2004, de 7 de janeiro.

[DL n.º 78/2018, de 15 de outubro](#)

Altera o regime legal aplicável aos contratos celebrados à distância e aos contratos celebrados fora do estabelecimento comercial, completando a transposição da Diretiva (UE) 2015/2302.

Portaria n.º 201-A/2017, de 30 de junho

Aprova o modelo, edição, preços, fornecimento e distribuição do livro de reclamações nos formatos físico e eletrónico.

Decreto – Lei n.º 26/2016, de 9 de junho

Informação aos consumidores sobre os géneros alimentícios não pré-embalados.

Decreto – Lei n.º 118/2015, de 23 de junho

Relativo à rotulagem dos suplementos alimentares.

Lei n.º 47/2014, de 28 de julho

Procede à quarta alteração da lei n.º 24/96, de 31 de julho, que estabelece o regime legal aplicável à defesa dos consumidores e à primeira alteração ao Decreto-Lei n.º 24/2014, de 14 de fevereiro, transpondo parcialmente a Diretiva n.º 2011/83/EU do parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro de 2011.

Decreto – Lei n.º 24/2014 de 14 de fevereiro

Regime legal dos contratos celebrados à distância e fora do estabelecimento comercial.

Decreto – Lei n.º 7/2004 de 07 de janeiro

Transpõe para a ordem jurídica nacional a Directiva n.º 2000/31/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de Junho de 2000, relativa a certos aspetos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrónico, no mercado interno.

DL n.º 156/2005, de 15 de setembro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 74/2017, de 21 de junho

Estabelece o regime jurídico do livro de reclamações e cria o formato eletrónico do livro de reclamações.

Legislação Comunitária

Regulamento (UE) n.º 1169/2011, de 25 de outubro

Relativo à informação aos consumidores sobre os géneros alimentícios.

Regulamento (CE) nº 1924/2006, de 20 de dezembro

Relativo às alegações nutricionais e de saúde sobre os alimentos.

Regulamento (CE) nº 852/2002, de 24 de abril

Relativo à higiene dos géneros alimentícios.

Regulamento (CE) nº 178/2002, de 28 de janeiro

Determina os princípios e normas gerais da legislação alimentar, cria a Autoridade Europeia para a Segurança dos Alimentos e estabelece procedimentos em matéria de segurança dos géneros alimentícios.

15-LIVRO DE RECLAMAÇÕES ELETRÓNICO

Algumas das questões mais colocadas sobre este assunto, as quais estão esplanadas na página oficial da **Direção - Geral do Consumidor** em <https://bit.ly/3vCEtR9> no que se refere à obrigatoriedade de “disponibilização” do Livro de reclamações **no formato eletrónico nas lojas online!**

1-Quem deve ter o livro de reclamações eletrónico?

Todos os operadores económicos que tenham livro no seu estabelecimento físico, bem como aqueles que tenham presença na Internet, desenvolvendo uma atividade económica através de um sítio.

Ou seja, o livro de reclamações eletrónico destina-se a todos os fornecedores de bens e prestadores de serviços que:

- i. Estejam obrigados a ter Livro de Reclamações Físico;
- ii. Estejam obrigados a ter Livro de Reclamações Físico e que também tenham representação/presença na Internet encontram-se abrangidos, através de um sítio onde desenvolvem também a sua atividade económica;
- iii. Não estando obrigados a ter o Livro de Reclamações Físico por não terem estabelecimento físico, mas tenham representação/presença na Internet, através de um sítio, onde desenvolvem uma atividade económica, abrangida pelo regime jurídico do livro de reclamações.

2-Tenho apenas um site de apresentação de produtos e/ou receção de encomendas estou obrigado a ter o livro de reclamações eletrónico?

Entende-se que, qualquer sítio que disponibilize informação sobre um bem ou serviço, designadamente, indicando os contactos para onde possa ser efetuada a compra do bem ou serviço, obriga a que estes operadores económicos tenham de ter o livro de reclamações no seu formato eletrónico, devendo para tal, proceder ao seu registo na plataforma do livro de reclamações eletrónico.

3- Como posso proceder a este registo na plataforma?

Os prestadores de serviços e fornecedores de bens cujas entidades reguladoras e/ou fiscalizadoras já estejam disponíveis na plataforma do livro de reclamações eletrónico devem fazer o seu registo através do seguinte link <https://www.livroreclamacoes.pt/pt/web/guest/registar>.

4-Sou obrigado a informar o consumidor de que há a possibilidade de fazer a reclamação através da plataforma? Há um dístico especial?

O operador económico apenas está legalmente obrigado a informar o consumidor/utente da existência do formato eletrónico do livro de reclamações, **quando possui um sítio na internet.**

Neste sentido, deve assim, divulgar no seu sítio da internet em local visível e de forma destacada o acesso à plataforma www.livroreclamacoes.pt. Sobre este tema deve previamente consultar as orientações da Direção-Geral do Consumidor que constam do sítio desta entidade em: “Regras de utilização do Logotipo do Livro de Reclamações no Formato Eletrónico” <https://bit.ly/3xHEDbU>

16- CIAC INFORMA

O **CIAC** de Santa Maria da Feira, em parceria com a DECO, informa qual o procedimento (em tempos de quarentena) a seguir caso tenha ficado insatisfeito com algum produto.

Ao efetuar uma compra a um vendedor profissional através da internet, o consumidor dispõe de um direito de arrependimento que pode ser exercido no prazo de 14 dias a contar da data em que recebe o equipamento que adquiriu.

Essa devolução pode ocorrer sem que tenha de prestar justificação alguma à empresa onde comprou o seu artigo online, podendo, assim, entregá-lo à procedência pelo simples motivo de que o bem em questão não correspondeu às suas expectativas.

A devolução do artigo que comprou e que não o satisfaz tem custos?

O consumidor terá de suportar as despesas ou custos de envio do bem que comprou. No entanto, terá, posteriormente, direito ao reembolso do preço da compra e das mencionadas despesas de envio.

Saiba também, que para exercer este direito basta uma qualquer declaração em que demonstre a sua vontade de cancelar a compra efetuada. Preferencialmente, aconselhamos que tal intenção seja manifestada por um meio de suporte duradouro à sua escolha, como por exemplo email, carta registada com aviso de receção ou outro.

Porém, existem já algumas lojas online que disponibilizam no seu site um campo destinado ao exercício daquele direito de arrependimento. Neste caso, sugerimos que seja prudente. Se o vendedor profissional não acusar a receção da sua mensagem no prazo máximo de 24h, não deixe de exercer o seu direito. Faça-o, simplesmente, por uma das outras vias já referidas.

Por fim, deixamos-lhe dois alertas:

- Seja suficientemente cuidadoso na experimentação do artigo que tiver adquirido, de forma a evitar a sua desvalorização e evitar, com isso, ser responsabilizado por tal depreciação.
- Tenha em atenção o direito de arrependimento só se aplica se estiver a comprar a um profissional. Se comprar a um particular, não se aplica.

Para mais informações poderá contactar o CIAC através da linha verde 800203194 / 256370873 ou por email ciac@cm-feira.pt.

(texto cedido pelo serviço CIAC do Município de Santa Maria da Feira)

17-LINKS ÚTEIS

Neste ponto reunimos um conjunto de informação avulsa, que poderá ser igualmente bastante útil para quem pretende avançar com este tipo de negócio. Para o efeito, basta aceder aos links abaixo e encontrará textos e/ou notícias sobre questões de segurança no pagamento neste tipo de compras, certos produtos vendidos desta forma e ainda direitos do cliente final, ou seja, na perspetiva do consumidor.

- . [Fazer compras online em segurança exige outros elementos de autenticação, recorda deco](#)
- . [O novo regulamento geral de proteção de dados \(GDPR\) da UE e o impacto nos negócios de ecommerce](#)
- . [Compras em sites do Reino Unido têm novas regras](#)
- . [As novas etiquetas energéticas](#)
- . [Lojas online e marketplaces com regras diferentes](#)
- . [Como comprar medicamentos online em segurança](#)
- . [Comprar pela Net sem perder direitos](#)
- . [14 dias para refletir](#)
- . [Criação de empresa online – perguntas úteis](#)
- . [Academia do Comercio Digital](#)
- . [Brochuras – comercio eletrónico](#)

18-CONTACTOS

ASAE- AUTORIDADE DE SEGURANÇA ALIMENTAR E ECONÓMICA

Autoridade de Segurança Alimentar e Económica

Rua Rodrigo da Fonseca, nº 73

1269-274 Lisboa

Telefone: (+351) 217 983 600

Email: correio.asae@asae.pt

Website: <https://www.asae.gov.pt/>

UNIDADE OPERACIONAL I - PORTO (ASAE)

Rua Gil Vicente, 30

4000-255 Porto

Telefone: (+351) 225 070 900

ACEPI - ASSOCIAÇÃO DA ECONOMIA DIGITAL

Rua Alfredo Allen, 455

4200-135 Porto

Telefone: +351 92 628 0546

Email: geral@acepi.pt

Website: <https://www.acepi.pt/>

AETICE – Associação das Empresas de Tecnologias de Informação, Comunicação e Eletrónica

Rua Interior ao Europarque, Centro Empresarial

4520-153 Santa Maria da Feira

Telefone: (+351) 304 500 580

Email: geral@aetice.pt

Website: www.aetice.pt

BIZFEIRA - Plataforma de Negócios

Telefone: (+351) 256 370 803

Telemóvel: (+351) 926 664 130

Telemóvel: (+351) 965 017 029

Email: bizfeira@cm-feira.pt

Website: <http://www.bizfeira.com/pt/>

DIREÇÃO GERAL DO CONSUMIDOR

Atendimento telefónico ao consumidor: +351 21 356 46 00 | 2ª, 4ª e 6ª feiras das 10h00 h. - 13h00 h.

Em caso de dificuldade de ligação, utilizar os dois formulários tipo:

1-Para reclamações de consumo:

<https://formulariosonline.sgeconomia.gov.pt/Runtime/Runtime/Form/Form.DGC.ComplaintRequest>

2-Para pedidos de informação:

<https://formulariosonline.sgeconomia.gov.pt/Runtime/Runtime/Form/Form.DGC.InformationRequest>

3-Para outros assuntos: utilize o correio eletrónico da Direção-Geral do Consumidor dgc@dg.consumidor.pt

Website: <https://www.consumidor.gov.pt/>

CIAC – Centro de Informação ao Consumidor

Município de Santa Maria da Feira

Rua dos Descobrimentos - Mercado Municipal – loja 04

4520 – 201 Santa Maria da Feira

Telefone: +351 256 370 873

Linha Verde 800 203 194

Email ciac@cm-feira.pt

Horário de Atendimento: 9h00 - 17h00



Informa-se que para a elaboração deste dossiê, recorreu-se à consulta da legislação aplicável, bem como a informação disponibilizada pelas entidades reguladoras e/ou competentes nestas matérias. No entanto, e porque a informação não é estanque e continua em constante atualização, aconselhamos que para esclarecimentos específicos sejam estabelecidos contactos com estas entidades diretamente bem como a leitura da legislação mencionada na íntegra.