



COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS

Bruxelas, 16.04.1997  
COM(97) 157 final

COMUNICAÇÃO DA COMISSÃO

AO CONSELHO, AO PARLAMENTO EUROPEU,  
AO COMITÉ ECONÓMICO E SOCIAL  
E AO COMITÉ DAS REGIÕES

**Uma iniciativa europeia para o comércio electrónico**



# Índice

Resumo	3
Introdução	6
1. A revolução do comércio electrónico	7
Comércio electrónico: A revolução Internet	7
Os mercados da próxima geração	8
As oportunidades para a Europa	10
Comércio electrónico: Comparações internacionais	11
Articular as forças da Europa	12
Necessidade de consenso mundial	13
2. Garantir o acesso ao mercado mundial: Infra-estruturas, tecnologias e serviços	14
Maximizar os efeitos da liberalização das telecomunicações	14
Maximizar os benefícios da liberalização dos mercados das TI	15
Eliminar os estrangulamentos de capacidade	16
Garantir a interoperabilidade num ambiente concorrencial	16
Oferecer serviços de comércio electrónico conviviais: a I&D europeia	18
Cooperação industrial internacional em matéria de infra-estruturas, tecnologias e serviços	19
3. Criar um quadro regulamentar favorável	19
Criar confiança e segurança	19
Assegurar pleno acesso ao mercado único	20
Princípios para um quadro regulamentar do comércio electrónico	21
Características essenciais de uma abordagem regulamentar	22
Uma abordagem regulamentar que desenvolve políticas horizontais adequadas	25
Criar um quadro regulamentar coerente a nível mundial	27
4. Promover um ambiente comercial favorável	28
Consumidores: Sensibilizar e criar confiança	28
Empresas: Sensibilizar e encorajar as melhores práticas	29
Administrações públicas: Promover um maior dinamismo no sector público	31
Pôr o comércio electrónico ao serviço do cidadão	32
Conclusões	33

## **PREFÁCIO**

A presente comunicação e as iniciativas conexas, bem como a legislação em preparação podem ser obtidas por via electrónica em <http://www.ispo.cec.be/Ecommerce>.

## **RESUMO**

O objectivo desta iniciativa europeia é incentivar o crescimento vigoroso do comércio electrónico na Europa. Sector em rápida evolução, o comércio electrónico produzirá um impacto considerável na competitividade da Europa nos mercados mundiais. Baseando-se nos trabalhos realizados até agora pela Comissão, esta iniciativa fornece um quadro político coerente para uma acção comunitária futura e pretende estabelecer uma posição europeia comum que permita obter um consenso mundial através de negociações internacionais.

### **I. A REVOLUÇÃO DO COMÉRCIO ELECTRÓNICO: DESAFIOS E OPORTUNIDADES**

Predestinado a ser mundial, o comércio electrónico engloba um amplo espectro de actividades, a maioria das quais é muito recente, embora outras estejam já bem estabelecidas. Impulsionado pela revolução da Internet, o comércio electrónico conhece uma expansão espectacular e alterações radicais. Inclui o comércio electrónico indirecto (encomendas electrónicas de bens corpóreos), bem como o comércio electrónico directo (entrega em linha de bens incorpóreos). Ambiente em rápida evolução, o comércio electrónico está na origem de empresas inovadoras, mercados e comunidades comerciais múltiplas e diversas - criando novas funções e novos fluxos de receitas.

O comércio electrónico apresenta um enorme potencial de oportunidades para os consumidores e as empresas da Europa, e em especial para as PME. A sua rápida implementação constitui um desafio urgente para o comércio, a indústria e os governos na Europa. O comércio electrónico torna possível o comércio com baixos custos através de regiões e de fronteiras nacionais. Para colher plenamente os seus benefícios, é necessário o desenvolvimento de canais eficientes de distribuição e de redes transeuropeias para a entrega física de mercadorias encomendadas por via electrónica, o que implica também serviços postais eficientes e modernos.

Ao estimular a concorrência no mercado único, o comércio electrónico está já a provocar profundas mudanças estruturais. Serão necessárias novas competências para criar e manter novos empregos na Europa. Os principais concorrentes da Europa já aproveitaram com determinação as oportunidades oferecidas pelo comércio electrónico - tendo os Estados Unidos já conseguido um avanço substancial. No entanto, o comércio na Internet está a recuperar do atraso em vários Estados-membros. A este respeito, a Europa pode reunir e coordenar alguns dos seus pontos fortes específicos nos domínios das tecnologias, da criação de conteúdo e da diversidade cultural e linguística. Do mesmo modo, a utilização de uma moeda única no mercado único mais vasto do Mundo representará um incentivo poderoso para a adopção do comércio electrónico na Europa e, inversamente, o comércio electrónico pode contribuir para a aceitação do euro.

É, pois, urgente iniciar um primeiro debate político com vista a estimular o comércio electrónico e a evitar uma fragmentação deste mercado promissor.

## **II. ACESSO AO MERCADO MUNDIAL: INFRA-ESTRUTURAS, TECNOLOGIAS E SERVIÇOS**

O nível elevado das tarifas das telecomunicações constitui, desde há muito, um dos principais obstáculos ao comércio electrónico na Europa. No entanto, a aplicação do pacote de medidas de liberalização das telecomunicações está já a dar origem a um abaixamento dos preços e a políticas de preços mais flexíveis. A aceitação do comércio electrónico é significativamente mais elevada nos mercados mais competitivos. O acordo da OMC sobre as telecomunicações de base contribuirá directamente para a emergência de um mercado mundial do comércio electrónico. Do mesmo modo, os recentes acordos internacionais para eliminar os obstáculos tarifários (ATI) e não tarifários (ARM) deverão rapidamente fazer baixar o custo dos principais produtos das tecnologias da informação, incentivar a aceitação do comércio electrónico e reforçar a competitividade da Europa. A eliminação dos estrangulamentos de capacidade e o fornecimento de uma infra-estrutura com grande largura de banda constituem outro desafio para a Europa - um desafio que tem suscitado uma resposta enérgica quer do sector privado quer da Comunidade.

A garantia de interoperabilidade num ambiente concorrencial constitui outro incentivo poderoso. A Comissão está a promover activamente a interoperabilidade a nível mundial em domínios-chave como as tecnologias seguras e os sistemas de pagamento seguros e a atribuir especial importância em vários programas de I&D ao comércio electrónico, para assegurar a ampla disponibilidade e a facilidade de utilização das tecnologias e sistemas essenciais.

## **III. CRIAR UM QUADRO REGULAMENTAR FAVORÁVEL**

O quadro do mercado único provou ser benéfico para as formas tradicionais de comércio. Agora há que fazê-lo funcionar para o comércio electrónico. Aumentar a confiança das empresas e dos consumidores exige que sejam implantadas tecnologias seguras (como as assinaturas digitais, certificados digitais e mecanismos seguros de pagamento electrónico) e criar um quadro jurídico e institucional previsível que sirva de suporte a essas tecnologias. Para que os operadores do comércio electrónico possam beneficiar plenamente do mercado único, é essencial evitar as incoerências regulamentares e assegurar um quadro jurídico e regulamentar coerente para o comércio electrónico a nível da União. Na base desse quadro deverão estar os princípios fundamentais do mercado interno.

Há que procurar respostas regulamentares, quando adequado, em cada fase da actividade comercial, desde o estabelecimento da empresa até à promoção e à oferta das actividades do comércio electrónico, passando pela conclusão de contratos e os pagamentos electrónicos. Paralelamente, há que abordar várias questões "horizontais" centrais que afectam toda a actividade do comércio electrónico. Entre essas questões incluem-se a

segurança dos dados, a protecção dos direitos de propriedade intelectual e dos serviços de acesso condicional, a protecção da vida privada e um ambiente fiscal claro e neutro.

Considerando a natureza essencialmente transnacional do comércio electrónico, há que conseguir um consenso mundial. A Comissão procurará activamente estabelecer um diálogo internacional que envolva os governos e as empresas nos fóruns multilaterais adequados e, a nível bilateral, com os seus principais parceiros comerciais. Tal inclui a cooperação internacional na luta contra o crime transnacional organizado nas novas redes de comunicações (p. ex., P8).

#### **IV. PROMOVER UM AMBIENTE COMERCIAL FAVORÁVEL**

Para favorecer um ambiente comercial favorável haverá que reforçar a sensibilização e a confiança dos consumidores no comércio electrónico e encorajar as melhores práticas no seio das empresas europeias (particularmente através de programas para as PME, acções de apoio e de I&D e projectos-piloto do G7). Paralelamente, as administrações públicas terão um papel fundamental a desempenhar através da sua política de contratos públicos e da pronta implantação das tecnologias essenciais para o comércio electrónico. No futuro, deverá ser activamente encorajado o desenvolvimento de sinergias fortes entre o “comércio electrónico” e a “administração electrónica”, em benefício de todos os implicados.

Em suma, a presente iniciativa propõe um conjunto de acções gerais no domínio específico do comércio electrónico, domínio que é crucial para a competitividade da Europa nos mercados mundiais. Essas acções específicas devem ser consideradas no quadro mais vasto das iniciativas para a sociedade da informação e, nomeadamente, serão integradas no Plano de acção evolutivo para a sociedade da informação.

O objectivo político da Comissão é estabelecer com urgência, até ao ano 2000, este quadro coerente de acções tecnológicas, regulamentares e de apoio.

## INTRODUÇÃO

1. O objectivo desta iniciativa é encorajar o crescimento vigoroso do comércio electrónico na Europa. Na comunicação intitulada “Serviços: Um Plano de Trabalho”<sup>1</sup> foi realçada a importância fundamental do comércio electrónico, bem como o compromisso da Comissão de fazer da Europa o ponto central do comércio electrónico.
2. A presente comunicação baseia-se nos trabalhos da Comissão sobre a sociedade da informação efectuados até ao momento<sup>2</sup>, nomeadamente no plano de acção evolutivo<sup>3</sup>. A comunicação propõe um quadro político coerente para as futuras acções da Comissão no domínio do comércio electrónico e pretende sensibilizar e estimular o diálogo entre todas as partes em todos os níveis.
3. A expansão do comércio electrónico será orientada pelo mercado. A Europa está bem colocada para tirar proveito das oportunidades de negócio oferecidas a nível mundial que neste momento se abrem. A realização do mercado único, o desenvolvimento do saber-fazer e das competências da Europa e a introdução do euro dão força à economia e às empresas europeias para ocuparem a linha da frente do mercado mundial emergente da electrónica. O desafio agora colocado consiste em promover a ampla adopção do comércio electrónico como parte integrante do modo europeu de fazer negócios.
4. Esta iniciativa assenta nas características específicas das empresas europeias e na diversidade do seu tecido social e cultural, de modo a apresentar uma abordagem europeia própria e coerente do desenvolvimento do comércio electrónico no mercado mundial. Os principais elementos da iniciativa são os seguintes:
  - Promover a tecnologia e a infra-estrutura necessárias para garantir a competitividade do sector europeu do comércio electrónico e criar estruturas que ofereçam sistemas de acesso eficazes para os utilizadores actuais e potenciais. Para isso, há que garantir o efectivo estabelecimento de um mercado das telecomunicações plenamente concorrencial e aproveitar e recentrar os esforços em I&D para que o elevado nível científico e tecnológico da Europa se possa traduzir, com melhores resultados, em produtos e serviços comercializáveis. Há

---

<sup>1</sup> CSE (96) 6 final de 27.11.1996

<sup>2</sup> Nomeadamente: as comunicações “A Normalização e a Sociedade Global da Informação” (COM (96) 359 final de 24.07.1996); “Plano de acção para uma iniciativa europeia na educação - Aprender na Sociedade da Informação” (COM (96) 471 de 02.10.1996); “Conteúdo ilegal e lesivo na Internet” (COM (96) 487 de 16.10.1996); “A Coesão e a Sociedade da Informação” (COM (97) 7 de 22.01.1997); e os Livros Verdes “Viver e trabalhar na Sociedade da Informação” (COM(96) 389 de 24.07.1996) e “A protecção dos menores e da dignidade da pessoa humana nos serviços audiovisuais e de informação” (COM (96) 483 de 16.10.1996).

<sup>3</sup> “A Europa na vanguarda da Sociedade Global da Informação: Plano de Acção Evolutivo” (COM (96) 607 de 27.11.1996).

também que encorajar um amplo consenso em matéria de normas e de interoperabilidade dos sistemas do mercado electrónico.

- ❑ Tirar proveito do mercado único, garantindo um quadro regulamentar coerente para o comércio electrónico na Europa e em mercados mundiais mais amplos. Esse quadro deve fazer aumentar a confiança das empresas para investirem e dos consumidores para utilizarem o comércio electrónico, destruindo as barreiras jurídicas e regulamentares ainda existentes e prevenindo a criação de novos obstáculos.
- ❑ Contribuir para a criação de um ambiente comercial favorável ao comércio electrónico, através da promoção das competências adequadas e da sensibilização dos consumidores e da indústria para as oportunidades oferecidas pelo comércio electrónico. Para isso, recorrer-se-á a projectos de formação, informação e demonstração, explorar-se-ão as sinergias entre os governos e as empresas e serão aproveitadas as potencialidades específicas da Europa em termos de tecnologias, mercados e diversidade linguística e cultural.
- ❑ Procurar obter um consenso mundial a partir de uma posição comum europeia para garantir uma participação efectiva na actual cooperação e negociação internacional. A Europa deve identificar os seus próprios pontos fortes e interesses e argumentar em consequência nos fóruns e grupos internacionais onde tal seja mais adequado para este fim.

Esta iniciativa visa um quadro coerente para as acções tecnológicas, regulamentares e de apoio, que se reforçam mutuamente, destinadas a facilitar o desenvolvimento do mercado do comércio electrónico, salvaguardando simultaneamente, de modo adequado, os objectivos de interesse público. O objectivo político da Comissão é estabelecer com urgência, até ao ano 2000, este quadro coerente.

## **CAPÍTULO 1: A REVOLUÇÃO DO COMÉRCIO ELECTRÓNICO**

5. O comércio electrónico permite fazer negócios por via electrónica. Baseia-se no processamento e transmissão electrónicos de dados, incluindo texto, som e imagem. Abrange actividades muito diversas, que incluem o comércio electrónico de bens e serviços, a entrega em linha de conteúdo digital, as transferências financeiras electrónicas, o comércio electrónico de acções, conhecimentos de embarque electrónicos, leilões comerciais, concepção e engenharia em cooperação, determinação em linha das melhores fontes para aquisições (*sourcing*), contratos públicos, comercialização directa ao consumidor e serviço após venda. Envolve quer produtos (por exemplo, bens de consumo, equipamentos médicos especializados) quer serviços (por exemplo, serviços de informação, serviços financeiros e jurídicos), actividades tradicionais (por exemplo, cuidados de saúde, educação) e actividades novas (por exemplo, centros comerciais virtuais).

### **COMÉRCIO ELECTRÓNICO: A REVOLUÇÃO INTERNET**



6. O comércio electrónico não é um fenómeno novo. Há muitos anos que as empresas trocam dados através de uma variedade de redes de comunicação. O que se verifica agora é uma expansão acelerada e alterações radicais, provocadas pelo crescimento exponencial da Internet. Sendo até há pouco uma actividade de empresa a empresa, através de redes fechadas específicas, o comércio electrónico começa agora a expandir-se rapidamente numa complexa rede de actividades comerciais efectuadas à escala mundial entre um número cada vez maior de participantes, empresariais e individuais, conhecidos e desconhecidos, e em redes abertas como a Internet.

*Quadro 1: Para o comércio electrónico tradicional, a rede constitui um meio de circulação de dados. Para o comércio electrónico na Internet, a rede é o mercado.*

COMÉRCIO ELECTRÓNICO TRADICIONAL	COMÉRCIO ELECTRÓNICO NA INTERNET
<i>empresa a empresa apenas</i>	<i>empresa a consumidores empresa a empresa empresa a administração pública utilizador a utilizador</i>
<i>"clubes" fechados, muitas vezes específicos do sector</i>	<i>mercado aberto, escala global</i>
<i>número limitado de parceiros empresariais</i>	<i>número ilimitado de parceiros</i>
<i>redes específicas fechadas</i>	<i>redes abertas, não protegidas</i>
<i>parceiros conhecidos e de confiança</i>	<i>parceiros conhecidos e desconhecidos</i>
<i>segurança incorporada na concepção das redes</i>	<i>segurança e autenticação necessárias</i>
<b>O MERCADO É UM CLUBE</b>	<b>A REDE É O MERCADO</b>

7. O comércio electrónico abrange principalmente dois tipos de actividades: o comércio electrónico indirecto - encomenda electrónica de bens corpóreos, que continuam a ter de ser entregues fisicamente utilizando os canais tradicionais, como os serviços postais ou os serviços privados de correio expresso - e o comércio electrónico directo - a encomenda, pagamento e entrega directa (em linha) de bens incorpóreos e serviços, como software, conteúdo recreativo ou serviços de informação à escala mundial. Tanto o comércio electrónico directo como o indirecto oferecem oportunidades específicas. Ambos são muitas vezes efectuados pelas mesmas empresas (que, por exemplo, vendem software em linha e em lojas). O comércio electrónico indirecto está, no entanto, dependente de vários factores externos (como a eficácia do sistema de transportes). O comércio electrónico directo - que permite transacções electrónicas sem descontinuidades, de extremo a extremo, através das fronteiras geográficas - explora todo o potencial dos mercados electrónicos mundiais<sup>4</sup>

#### OS MERCADOS DA PRÓXIMA GERAÇÃO

<sup>4</sup> A experiência Minitel em França mostra que as empresas que vendem bens e serviços "incorpóreos" são inicialmente as principais beneficiárias do desenvolvimento do comércio em linha.

8. O comércio electrónico não se limita, obviamente, à Internet. Inclui uma ampla gama de aplicações em banda estreita (videotex), radiodifusão (televendas) e ambiente fora de linha (off-line) (vendas por catálogo em CD-ROM), bem como redes específicas de empresas (banca). No entanto, a Internet, com os seus protocolos robustos e independentes da rede, está a reunir rapidamente as diferentes formas de comércio electrónico. As redes de empresa estão a tornar-se *intranets*. Simultaneamente, a Internet está a criar muitas formas híbridas inovadoras de comércio electrónico (combinando, por exemplo a infopublicidade da televisão digital com mecanismos de resposta da Internet (para encomendas imediatas), catálogos em CD-ROM com ligações à Internet (para actualização de conteúdos ou de preços) e sítios Web comerciais com extensões em CD-ROM locais (para demonstrações multimedia memória-intensivas).

9. O comércio electrónico é um mercado emergente. Neste ambiente em rápida evolução e altamente fluido, observamos o desenvolvimento de uma vasta série de empresas, mercados e comunidades comerciais virtuais inovadores. É frequente hoje em dia as empresas transferirem, através da Internet, funções, como a execução de encomendas e os envios, para distribuidores especializados nesses serviços. Os próprios distribuidores estão a tornar-se “virtuais”, transferindo a armazenagem e o movimento de mercadorias físicos para especialistas em logística, como empresas privadas de correio expresso<sup>5</sup>. Os compradores, os vendedores e os intermediários estão a formar mercados da Internet específicos de sector em domínios tão diversos como a venda de imóveis, de componentes para automóveis e de equipamentos para construção. Do mesmo modo, as indústrias transformadoras a nível mundial, como a indústria automóvel, de computadores e aeroespacial estão a integrar activamente as suas cadeias de fornecimento através da Internet.

10. Estão a ser criadas novas funções. Intermediários virtuais inovadores começam a oferecer serviços de valor acrescentado - como corretagem, consultas e contactos - a outras empresas e consumidores. Organizadores de catálogos colectivos oferecem aos clientes “balcões únicos” para seleccionarem produtos ao melhor preço de muitos operadores de nichos de mercado. Supersítios de anúncios classificados apresentam pontos únicos de acesso a uma grande variedade de sítios que apresentam anúncios. Pontos de acesso patrocinados pelo Governo, como o sítio *Web Trade UK* do Ministério do Comércio e da Indústria britânico<sup>6</sup> oferecem uma via única para um grande número de empresas seleccionadas que realizam actividades comerciais na Internet. Operadores de rede, bancos e empresas de informática estão a gerar novas receitas com a sua actividade de ligação à Internet - oferecendo montras virtuais e centros comerciais virtuais prontos a utilizar.

11. A era da Web como uma economia de ofertas gratuitas está a chegar ao fim. Surgem novas formas de comércio de indivíduo a indivíduo, dado que os próprios utilizadores podem cobrar pequenas somas pelo conteúdo que publicam na Web. Do mesmo modo, os editores comerciais podem agora vender informação na Web “elemento

---

<sup>5</sup> As livrarias e as lojas de discos da Internet com maior êxito na Europa e nos Estados Unidos são assim verdadeiras “empresas virtuais”: as encomendas e o transporte são feitos directamente dos armazéns das editoras e as bases de dados dos fornecedores estão plenamente integradas com as empresas de transporte.

<sup>6</sup> Ver <http://www.tradeuk.com>

a elemento e não em grandes blocos”, página a página, artigo a artigo, fotografia a fotografia. Os pequeníssimos montantes a pagar por tais serviços geram novos fluxos de receitas, maximizam a utilização dos arquivos e encorajam o desenvolvimento generalizado do conteúdo.

#### **AS OPORTUNIDADES PARA A EUROPA**

12. O comércio electrónico oferece enormes oportunidades para a Europa. Calcula-se que as receitas do comércio electrónico na Internet poderão atingir 200 000 MECU em todo o Mundo no ano 2000<sup>7</sup>. Este crescimento revolucionário dará origem a profundas alterações estruturais. Sectores como o da venda a retalho e distribuição, com 20 milhões de trabalhadores, e o do turismo, com 6 milhões, terão de adaptar-se por forma a explorar essas oportunidades, alargar as actividades actuais e lançar novas actividades. Alguns serviços existentes serão substituídos por outros novos. Realizar-se-ão significativos ganhos de eficiência.

13. Deste modo, o comércio electrónico terá um impacto considerável na estrutura e funcionamento do mercado do trabalho. É necessária uma análise mais aprofundada para avaliar plenamente estas mudanças. Na actual fase é já evidente que o novo potencial de emprego residirá principalmente nos serviços de elevado valor acrescentado baseados na informação. Será necessário ensino e formação para criar estas novas competências. Colocados perante uma concorrência mundial intensa num ambiente digital sem fronteiras, temos de garantir que esses novos empregos sejam criados e mantidos no mercado único europeu.

14. Na Europa, o comércio electrónico oferece já incentivos consideráveis para os intervenientes já estabelecidos e para os novos intervenientes. As PME estão a aproveitar as oportunidades sem precedentes de acesso aos mercados mundiais oferecidas pela World Wide Web. Do mesmo modo, grandes sectores da economia (como o sector das vendas à distância na Europa) estão activamente a integrar a Internet nas suas estratégias de marketing e de execução de encomendas. O comércio electrónico proporciona uma melhor gestão das transacções e reforça a eficiência das empresas. Implica maior capacidade de resposta e responsabilização, bem como redução de custos. Diminui os obstáculos à entrada no mercado e alarga os mercados existentes, criando áreas de negócios totalmente novas para os produtos incorpóreos baseados no conhecimento, potencialmente um dos maiores pontos fortes da Europa.

15. Os consumidores têm também muito a ganhar. O comércio electrónico revoluciona a relação entre o consumidor e o comerciante. O consumidor beneficia de uma maior escolha, através da possibilidade de comparar e de fazer uma escolha imediata entre uma vasta gama de ofertas. Os produtos especializados estão cada vez mais disponíveis. É possível praticar preços mais baixos, uma vez que os custos operacionais e de instalações descem e a eficiência aumenta. Uma relação personalizada, de indivíduo a indivíduo, está a substituir as técnicas tradicionais de comercialização e distribuição em massa, dando lugar a serviços com maior capacidade de resposta.

16. Pela sua própria natureza, o comércio electrónico é transnacional e encoraja a encomenda e entrega transfronteiras de mercadorias e serviços. Estimula directamente a

---

<sup>7</sup>

Fonte: ActivMedia, Romtec, em Observatório Europeu das Tecnologias da Informação, 1997.

concorrência no mercado único. O mercado único, por sua vez, oferece ao comércio electrónico a possibilidade de uma massa crítica de empresas e clientes que ultrapassa as fronteiras nacionais. Além disso, o comércio electrónico oferece às regiões periféricas novas oportunidades de acesso aos principais mercados. O comércio electrónico representa, por conseguinte, um factor potencialmente vital para a coesão e a integração na Europa.

#### COMÉRCIO ELECTRÓNICO: COMPARAÇÕES INTERNACIONAIS

17. As oportunidades oferecidas pelo comércio electrónico têm sido habitualmente aproveitadas com a maior energia pelos principais concorrentes da Europa. Nos Estados Unidos, a Internet está a impulsionar uma economia vigorosa nela centrada, criando novas actividades, novos fluxos de receitas e, o que é mais importante, novos empregos. Os sectores económicos tradicionais, como o sector turístico ou das vendas por catálogo, estão a efectuar a migração de uma parte substancial das suas actividades comerciais em linha.

##### *Quadro 2: Novas actividades na Internet: Iniciativas e inovações*

- *O comércio na Internet nos Estados Unidos baseia-se numa força estrutural específica: as microempresas inovadoras. Os Estados Unidos têm já mais de 250 000 ciberempresas que utilizam a Internet para fins comerciais de variados modos.*
- *Nos Estados Unidos, os serviços de viagens e a distribuição de flores são exemplos concretos de histórias de sucesso. Os serviços de viagens representam actualmente mais de metade do comércio electrónico. O actual líder do mercado, lançado em Outubro de 1996, alega ter já 250 000 utilizadores. Existem cerca de 1 000 distribuidores de flores via Internet na Web, tendo o líder do mercado realizado 30 milhões de dólares em vendas, em 1996.*
- *Na Europa, o sector da marketing directo, que em 1995 apresentou receitas no valor de 37 000 milhões de ecus, está a aderir rapidamente à Internet. Por exemplo, uma das maiores empresas europeias de vendas pelo correio declarou ter realizado em 1996 vendas por comércio electrónico no valor de 400 milhões de marcos. Do mesmo modo, a maior cadeia de supermercados dos Países Baixos oferece um serviço inovador de telecompras na Internet.*
- *Estão a surgir, do mesmo modo, novas empresas na Europa em domínios estratégicos, como o das ferramentas e tecnologias do comércio electrónico. Entre as histórias de sucesso incluem-se, por exemplo, o líder mundial em tecnologia de cartões inteligentes, pioneiro no pagamento electrónico seguro, e o líder de mercado no ramo das "montras virtuais" seguras na Internet.*

18. Trata-se de um domínio fundamental para o futuro crescimento e competitividade. Impulsionado pelos intervenientes empresariais, o comércio na Internet nos Estados Unidos está também a ganhar forças com uma densa rede de microempresas. Idealmente adequadas para o ambiente Internet e gozando "essencialmente do mesmo acesso aos mercados mundiais que as empresas multinacionais", algumas destas novas empresas anunciam taxas de crescimento e rentabilidade impressionantes<sup>8</sup>. Neste

---

<sup>8</sup> Um recente inquérito do mercado realizado junto de 1 100 firmas baseadas na Web indicava que mais de 30% dessas firmas eram rentáveis ao fim de um ano e que outros 30% esperavam tornar-se rentáveis em dois anos. São comuns margens de lucro declaradas de 20% ou mais (números da ActivMedia, publicados na *Business Week* de 23/9/1996).

momento, os Estados Unidos conseguiram uma posição de liderança confortável em relação à Europa. Uma posição de liderança semelhante está a desenhar-se no sector estratégico das ferramentas, produtos e tecnologias do comércio electrónico, que estão na base do futuro desenvolvimento desse tipo de comércio. Do mesmo modo, o Japão e a região da Ásia/Pacífico estão a aproximar-se rapidamente. Estimulados pela indústria e os governos, estes países estão a registar um enorme crescimento a nível da conectividade e do comércio electrónico na Internet. Com base na actual taxa de crescimento e nos investimentos, esses países poderão rivalizar com a Europa em termos de receitas provenientes do comércio electrónico até ao ano 2000<sup>9</sup>.

#### ARTICULAR AS FORÇAS DA EUROPA

19. Números recentes indicam que, nalguns Estados-membros, a utilização do comércio via Internet igualou, e por vezes ultrapassou, os níveis do Estados Unidos. A Finlândia e os Países Baixos são dos mercados em linha mais dinâmicos no Mundo<sup>10</sup>. Neste contexto altamente competitivo, a Europa pode e deve articular as suas forças específicas.

A Europa dispõe de uma base forte em tecnologia e infra-estrutura. Possui operadores de telecomunicações poderosos (estabelecidos e também novos operadores), uma infra-estrutura de base altamente fiável e uma implantação rápida das redes digitais avançadas. O empenho na normalização, exemplificado pelo êxito das normas orientadas pela indústria, como a GSM e a DVB, constitui outro bem fundamental. Igualmente fundamentais são os avanços comerciais da Europa no domínio das tecnologias para o comércio electrónico, como os cartões inteligentes e os agentes inteligentes. O desenvolvimento de conteúdos constitui outro dos principais pontos fortes da Europa. O conteúdo - software, informações de negócios, vídeo para lazer - constitui a própria essência do comércio electrónico imaterial. As empresas europeias, nomeadamente o sector da edição e do multimedia, estão a saber utilizar os seus recursos e saber-fazer consideráveis nos mercados mundiais da informação electrónica. Do mesmo modo, PME altamente inovadoras estão a posicionar-se com êxito em mercados especializados, como o da produção multimedia e o da localização de conteúdos multilingues. A Europa dispõe ainda de um sector retalhista competitivo, com gamas de produtos adaptadas e um conhecimento profundo da diversidade de gostos existente no continente, o que constitui um ponto forte a aproveitar.

Além disso, a possibilidade de realizar comércio electronicamente numa moeda única - o euro - no mercado único de maior dimensão do Mundo dará às empresas europeias vantagens concorrenciais consideráveis. A transparência de preços transfronteiras

---

<sup>9</sup> Fonte: Gartner Group.

<sup>10</sup> Os Países Baixos são neste momento um dos mercados de comércio electrónico mais desenvolvidos do Mundo, com uma elevada penetração de PC (38% dos lares), elevado uso da Internet (22% dos utilizadores de PC têm acesso à Internet, contra 16% nos Estados Unidos e 12% na Alemanha) e uma elevada utilização do comércio electrónico (33% dos utilizadores da Internet utilizam-na para fazerem compras em linha, contra 22% nos Estados Unidos). Fonte: International Data Corporation/Link.

resultante da adopção do euro estimulará a utilização do comércio electrónico; por sua vez, o comércio electrónico facilitará a transição para o euro.

20. A Europa deve tirar partido do enorme poder da iniciativa empresarial e da força do mercado. É particularmente importante que a Comunidade e os seus Estados-membros tenham capacidade para controlar este processo: para terem êxito no mercado mundial e concorrencial do comércio electrónico de hoje, as nossas empresas necessitam de um ambiente óptimo onde possam funcionar.

Tal exige telecomunicações competitivas, a disponibilidade de normas e de soluções interoperáveis e uma I&D específica. Um quadro regulamentar sólido e flexível que crie confiança quer para as empresas quer para os consumidores e que garanta o acesso pleno e ilimitado ao mercado único é um factor essencial do êxito da Europa. Um quadro regulamentar com essas características constituirá ele próprio uma vantagem concorrencial importante. Devem igualmente tomar-se medidas para melhorar o contexto empresarial: intercâmbio de melhores práticas, facilitação do acesso ao capital de risco e estímulo à formação. Por último, há que encontrar soluções mundiais. A Comunidade deve estar na vanguarda da exploração e oferta de soluções a nível internacional. A evolução descrita e as acções a empreender são desenvolvidas no próximo capítulo. Trata-se de acções ambiciosas que exigem esforços e vontade política. Mas, caso sejam bem sucedidas, elas colocarão a Europa em boa posição para se tornar o núcleo do comércio electrónico.

#### **NECESSIDADE DE CONSENSO MUNDIAL**

21. O comércio electrónico é intrinsecamente uma actividade de dimensão mundial. A melhoria do acesso aos mercados mundiais é acompanhada pelo desafio das outras partes do Mundo. Actualmente, em muitos fóruns, estabelece-se um diálogo multilateral que envolve governos e indústria. O sector privado tem desempenhado um papel pioneiro, por exemplo no processo que conduziu ao estabelecimento de acordos mundiais decisivos, como o acordo sobre tecnologias da informação (ATI) e os acordos de reconhecimento mútuo sobre a avaliação da conformidade (ARM). Com a conclusão satisfatória das negociações da Organização Mundial do Comércio (OMC) sobre serviços (1993) e telecomunicações (1997), a Comunidade comprometeu-se ela própria, juntamente com os Estados-membros, a abrir a maioria das actividades ligadas ao comércio electrónico. Assim, qualquer acção a nível europeu para o comércio electrónico tem de ser compatível com estes compromissos assumidos na OMC.

Simultaneamente, a Comunidade continuará a combater os obstáculos ao comércio, para garantir o acesso à infra-estrutura e aos serviços de outros países. Tal será conseguido através do reforço dos compromissos multilaterais assumidos pelos parceiros da União Europeia na OMC. Muitas questões comerciais específicas do comércio electrónico terão igualmente de ser tratadas a nível bilateral, nomeadamente com os Estados Unidos. Nesta perspectiva, a New Trans-Atlantic Agenda, o Information Society Dialogue e o Trans-Atlantic Business Dialogue continuarão a desempenhar um papel fundamental.

22. Um problema cada vez mais preocupante é o aparecimento dos cibercrimes, como lavagem electrónica de dinheiro, jogos a dinheiro ilegais, intrusão maliciosa e violação dos direitos de autor. A cooperação internacional está já bastante avançada em várias áreas fundamentais, como a luta contra o crime transnacional organizado nas novas redes de comunicação. Colocados perante novas formas de alta tecnologia e de crimes

informáticos nas redes mundiais<sup>11</sup> (os casos detectados de intrusão estão a duplicar todos os anos), os governos têm respondido com determinação.

Na Europa (Europol), bem como no contexto internacional mais vasto (P8), foram criadas Task Forces especializadas e foi reforçada a cooperação operacional transfronteiras em áreas fundamentais como a “caça” em tempo real de criminosos em linha e a da “busca e apreensão” de elementos de prova digitais. Estão a desenvolver-se esforços para harmonizar a criminalização dos delitos informáticos e evitar os refúgios digitais. Um grupo de alto nível criado na sequência do Conselho de Dublin está a finalizar um plano de acção para combater o cibercrime. Estes esforços são fundamentais para reforçar a confiança e a segurança do comércio electrónico transnacional.

## **CAPÍTULO 2: GARANTIR O ACESSO AO MERCADO MUNDIAL: INFRA-ESTRUTURAS, TECNOLOGIAS E SERVIÇOS**

A adopção generalizada do comércio electrónico exige infra-estruturas, tecnologias e serviços de telecomunicações eficientes, a preços acessíveis e amplamente disponíveis. A Europa deve igualar o custo, a capacidade, o acesso, a escolha, a segurança e a facilidade de utilização desses recursos em todo o Mundo.

### **MAXIMIZAR OS EFEITOS DA LIBERALIZAÇÃO DAS TELECOMUNICAÇÕES**

23. Um mercado europeu das telecomunicações plenamente concorrencial, realizado através de uma liberalização efectiva das telecomunicações, reduzirá as tarifas e constituirá um importante incentivo ao desenvolvimento do comércio electrónico na Europa. Está neste momento a ser aplicada pelos Estados-membros uma legislação geral destinada a garantir a plena concorrência em todos os sectores de actividade a partir de 1 de Janeiro de 1998. Ao encorajar a maior concorrência entre os operadores estabelecidos e os novos operadores, a liberalização das telecomunicações está já a dar origem a preços de telecomunicações mais baixos e à introdução de regimes tarifários mais flexíveis para as empresas e os utilizadores privados em linha. Como resultado disso, a utilização da Internet está já a aumentar significativamente nos mercados mais competitivos, bem como a aceitação do comércio electrónico.

24. No contexto internacional mais vasto, o acordo da OMC recentemente concluído relativo às telecomunicações de base representa um marco importante. Este acordo contribui de um modo significativo para a emergência de um mercado global, uma vez que regista os compromissos de 69 países em matéria de acesso ao mercado e de tratamento nacional. O acordo abrange todos os serviços de telecomunicações, independentemente dos meios tecnológicos utilizados para a oferta desses serviços. A maior parte dos países reforçaram esses compromissos através de medidas

---

<sup>11</sup> A Federal Trade Commission dos Estados Unidos e a Gendarmerie Royale do Canadá mantêm sítios na Web para informarem os utilizadores dos vários tipos de sistemas ilegais e abusos na Internet. Ver <http://www.ftc.gov> e <http://www.rcmp-grc.gc.ca/html/scams-f.htm>.

regulamentares. A Comissão trabalhará com os Estados-membros da UE, bem como com os seus parceiros comerciais, para a implementação plena e em tempo oportuno deste acordo, que entrará em vigor em 1 de Janeiro de 1998.

25. As disparidades regionais a nível do custo, da qualidade e da acessibilidade da infra-estrutura e dos serviços do comércio electrónico devem ser reduzidas para permitir o pleno acesso das zonas remotas aos mercados mundiais e para vencer o isolamento regional. O comércio electrónico fornece um importante impulso para a revitalização das regiões e para a renovação e a continuidade dos serviços locais. Para que as PME possam explorar plenamente as oportunidades oferecidas, a infra-estrutura do comércio electrónico deve estar amplamente disponível a um preço atraente. No entanto, podem ainda manter-se em toda a Europa disparidades regionais significativas. As forças de mercado por si sós não poderão reduzir essas disparidades. A situação deve ser acompanhada de perto no contexto evolutivo da sociedade da informação. A Comissão abordou esta questão na sua comunicação intitulada "A Coesão e a Sociedade da Informação"<sup>12</sup> e continuará a tentar garantir que o sector empresarial seja consultado na procura de soluções eficazes.

#### **MAXIMIZAR OS BENEFÍCIOS DA LIBERALIZAÇÃO DOS MERCADOS DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO**

26. Os recentes acordos internacionais destinados a eliminar os obstáculos tarifários e não tarifários aos produtos no domínio das tecnologias da informação e das comunicações devem fazer descer rapidamente os custos, nomeadamente de instrumentos de base (computadores, software, ligação em rede, CD-ROM), e estimular directamente a aceitação do comércio electrónico.

A Declaração Ministerial sobre o Comércio de Produtos das Tecnologias da Informação acordada em Dezembro de 1996 prevê a expansão do comércio mundial das tecnologias da informação. Como resultado disso, o acordo relativo às tecnologias da informação (ATI) recentemente adoptado, que abrange mais de 90% do comércio mundial de produtos TI, prevê a eliminação gradual das tarifas sobre estes produtos, fundamentais para o comércio electrónico, até ao ano 2000.

Do mesmo modo, os acordos de reconhecimento mútuo da avaliação de conformidade (ARM) contribuirão significativamente para a eliminação dos obstáculos não tarifários aos produtos TI. Alargando o princípio do mercado único do reconhecimento mútuo ao ambiente mundial, os ARM garantem o reconhecimento dos procedimentos de certificação aplicados no país exportador - o que, por sua vez, deverá reduzir substancialmente os custos. Bem acolhidos pela indústria europeia das TI e das TIC, ambos os acordos reforçarão todo o sector do comércio electrónico, beneficiando directamente as empresas e os consumidores europeus. A Comissão orientará os seus trabalhos no sentido da plena aplicação destes acordos e garantirá que os respectivos compromissos assumidos, que dizem respeito especificamente aos calendários tarifários, sejam cumpridos.

#### **ELIMINAR OS ESTRANGULAMENTOS DE CAPACIDADE**

---

<sup>12</sup> COM (97) 7 de 22.01.1997.



27. A Europa deve tomar medidas para garantir a instalação de uma infra-estrutura com grande largura de banda, para garantir que consumidores e empresas aproveitem plenamente a actual evolução tecnológica que conduzirá, inevitavelmente, à necessidade crescente de maior capacidade de transmissão. O sector privado já está a procurar eliminar os estrangulamentos de capacidade existentes em alguns Estados-membros<sup>13</sup>. Os operadores de telecomunicações estão a investir fortemente em infra-estrutura e serviços para a Internet.

A Comissão adoptará uma abordagem europeia coordenada para solucionar os estrangulamentos de capacidade, através dos programas de I&D da União Europeia para as tecnologias da informação e das comunicações, incluindo acções no âmbito do Quinto Programa-Quadro, e para as redes transeuropeias. Tal implica a criação de uma rede operacional de elevado débito para investigadores, complementada com meios de ensaio das tecnologias e aplicações. A Comissão facilitará igualmente o envolvimento activo da indústria e dos organismos públicos da Europa no processo de tomada de decisões mundial sobre a evolução da Internet. Paralelamente, para promover a rápida utilização dos novos serviços em banda larga, desenvolver-se-ão iniciativas a nível de ensino e formação para as PME, escolas e autoridades locais.

28. A competitividade futura das empresas europeias depende do desenvolvimento sustentado de infra-estruturas da informação e de telecomunicações de elevado desempenho. É essencial agir imediatamente com vista ao rápido desenvolvimento e implantação de uma infra-estrutura da Internet<sup>14</sup> avançada e de elevada capacidade com base em redes terrestres e de satélites<sup>15</sup>.

#### **GARANTIR A INTEROPERABILIDADE NUM AMBIENTE CONCORRENCIAL**

29. Caso se mantenha a tendência actual para desenvolver normas incompatíveis<sup>16</sup>, tanto as empresas como os consumidores ficarão numa grave posição de desvantagem<sup>17</sup>. Existe o risco de os utilizadores ficarem “presos” a soluções específicas. Do mesmo modo, pode ser difícil realizar transacções entre sistemas mutuamente incompatíveis. Sem interoperabilidade, pode ser difícil alcançar uma massa crítica. São também necessárias tecnologias seguras para criar confiança na segurança da informação. Estas tecnologias estão na sua maioria disponíveis, mas há ainda que resolver importantes

---

<sup>13</sup> Exemplo disso é a Finlândia, onde investimentos maciços em infra-estrutura para a Internet pelos operadores de telecomunicações (em especial uma rede densa de redes ATM) eliminaram praticamente os estrangulamentos.

<sup>14</sup> COM(97) ..., Plano de Acção da UE nas comunicações via satélite na sociedade da informação.

<sup>15</sup> O governo dos EUA atribuiu 100 MUSD à iniciativa “Internet da próxima geração”, concebida para aplicações de elevada largura de banda

<sup>16</sup> O termo “norma” é utilizado no sentido de quaisquer especificação técnica formal ou informalmente aceite e não necessariamente apenas de documentos adoptados por um organismo de normalização reconhecido..

<sup>17</sup> Por exemplo, na Europa existem mais de 20 normas mutuamente incompatíveis para os cartões “porta-moedas electrónicos” (cartões que armazenam dinheiro semelhantes, no conceito, aos cartões telefónicos).

questões ligadas à interoperabilidade comercial ou técnica. Para facilitar a interoperabilidade dos vários serviços de comércio electrónico, a Comissão lançará uma acção específica relativa a projectos de normalização no comércio electrónico em Junho de 1997.

30. Surgiram novas formas de colaboração da indústria na normalização do comércio electrónico. Estão já a realizar-se esforços a nível da indústria (por exemplo, o consórcio Financial Services Technology; o Consórcio World Wide Web<sup>18</sup>) para garantir a interoperabilidade *de facto*, no ambiente mundial, de uma vasta gama de tecnologias fundamentais do comércio electrónico, como os sistemas de pagamento electrónico<sup>19</sup>. Do mesmo modo, a Comissão tem encorajado o consenso através do Memorando de Acordo relativo ao Acesso Aberto ao Comércio Electrónico para as PME Europeias<sup>20</sup>. O envolvimento da indústria e dos utilizadores europeus nos trabalhos de normalização e especificação será facilitado através de um sistema de grupos de trabalho flexíveis, ad-hoc, a nível europeu, de preferência no âmbito dos - ou em colaboração com os - organismos de normalização europeus CEN, CENELEC e ETSI. Tal permitirá que os participantes se antecipem e reajam prontamente à rápida evolução mundial. Além disso, serão dados passos para responder mais eficazmente às necessidades dos utilizadores, nomeadamente PME, no domínio da normalização.

31. A Comissão apresentará uma comunicação sobre a iniciativa europeia de normalização para o comércio electrónico. Essa comunicação identificará os obstáculos técnicos à aceitação do comércio electrónico e proporá medidas concretas para os eliminar, com a participação activa das empresas europeias. Além disso, a Comissão está a examinar propostas regulamentares destinadas a estabelecer um procedimento destinado a identificar e seleccionar especificações ao dispor do público para apoio às políticas comunitárias.

32. Os benefícios do comércio electrónico apenas serão realizados se a interoperabilidade for garantida a nível mundial. A Comunidade Europeia e os seus Estados-membros têm-se empenhado de um modo coerente no processo de normalização internacional e esperam que os seus principais parceiros comerciais façam o mesmo.

Para promover mais intensamente a normalização internacional, a Comissão organizará a conferência mundial sobre normalização intitulada "Construir a Sociedade Mundial da Informação para o século XXI", que se realizará em Outubro de 1997 e que terá como tema central a interoperabilidade e a normalização para a sociedade da informação. Será dada especial atenção ao comércio electrónico.

---

<sup>18</sup> A World Wide Web (WWW) foi inventada no CERN, o Laboratório Europeu de Física de Partículas.

<sup>19</sup> O Consórcio WWW, que reúne 160 empresas de informática, telecomunicações e conteúdo, metade das quais europeias, trabalha neste momento numa série de iniciativas para garantir a interoperabilidade *de facto* das tecnologias existentes no domínio dos sistemas de pagamento electrónico (Joint Electronic Payment Initiative) e assinaturas digitais (Digital Signature Project). O consórcio está igualmente a trabalhar em soluções inovadoras no domínio da filtragem de conteúdos (Platform for Internet Content Selection, ou PICS) e da protecção dos dados pessoais (Privacy and Demographics Project). Ver <http://www.w3.org>.

<sup>20</sup> Ver <http://www.eto.org.uk/ttrade/mou/> na World Wide Web.

## OFERECER SERVIÇOS DE COMÉRCIO ELECTRÓNICO CONVIVIAIS: A I&D EUROPEIA

33. Para melhorar a convivialidade e para criar oportunidades para a inovação nas empresas, há que trabalhar mais com base no forte envolvimento dos utilizadores. O objectivo é oferecer soluções simples e conviviais para o tratamento electrónico de cada fase da cadeia de transacções. Tal facilitará a aceitação generalizada do comércio electrónico, especialmente pelas PME, permitindo-lhes iniciar-se, utilizar e manter-se actualizadas no domínio das tecnologias do comércio electrónico. A Comissão contribui para que sejam ultrapassados os obstáculos tecnológicos, atribuindo uma importância especial ao comércio electrónico nos seus programas de I&D em áreas afins e estabelecendo ligações com trabalhos relacionados com estas matérias<sup>21</sup>. Já foram dados os primeiros passos nesse sentido com o lançamento de um convite à apresentação de propostas no domínio do comércio electrónico, no programa Esprit (tecnologias da informação). Trata-se de combinar medidas complementares de investigação, desenvolvimento tecnológico e implantação, para que o processo de inovação comercial seja apoiado no seu todo. Há também que explorar as oportunidades oferecidas pela I&D no domínio das questões socioeconómicas.

O comércio electrónico surge como acção-chave do programa “Criar uma Sociedade da Informação Convivial”, proposta como parte do próximo Quinto Programa-Quadro<sup>22</sup>. Os projectos de desenvolvimento tecnológico e de promoção da implantação integrados nos programas de I&D da União Europeia devem concentrar-se em fornecer uma ampla gama de módulos para o comércio electrónico interoperáveis e compatíveis. Estes módulos podem destinar-se a serviços, como pagamentos, gestão dos DPI, etc., para apoiar as diversas fases da cadeia de transacções. Esses projectos poderão igualmente abordar soluções integradas - por exemplo, integrar melhor a tecnologia dos cartões inteligentes, as comunicações móveis e os equipamentos da informação. Esses projectos deverão favorecer tecnologias que reduzam a necessidade de dados pessoais e melhorem, consequentemente, a protecção da vida privada dos consumidores (tecnologias que melhoram a protecção da vida privada). Deve igualmente ser garantido o acesso convivial à informação (em particular para abordar a questão da sobrecarga de informações). O multilinguismo, incluindo a tradução em linha, deve ser apoiado. Deve igualmente fazer-se uma utilização plena dos multimedia e dos sistemas baseados no conhecimento para simplificar a interface do utilizador e dar um melhor apoio aos utilizadores com características diferentes. Como indicado no Plano de Acção para a Inovação<sup>23</sup>, deverão ser igualmente abordados outros factores, para além da I&D, para criar um ambiente que favoreça plenamente a exploração da inovação.

## COOPERAÇÃO INDUSTRIAL INTERNACIONAL EM MATÉRIA DE INFRA-ESTRUTURAS, TECNOLOGIAS E SERVIÇOS

---

<sup>21</sup> Na World Wide Web, em <http://www.cordis.lu/esprit/src/ecomproj.htm>, pode encontrar-se um inventário dos trabalhos relacionados com o comércio electrónico nos programas Esprit (tecnologias da informação) e ACTS (tecnologias das comunicações).

<sup>22</sup> COM(97) 142.

<sup>23</sup> Plano de Acção para a Inovação, COM (96) 589 de 20.11.1996.

34. A infra-estrutura mundial deve ser controlada através da cooperação industrial e tecnológica internacional, particularmente em domínios como o comércio electrónico seguro, os pagamentos electrónicos internacionais, o suporte multilinguístico, etc. A Comissão Europeia realizou já várias acções de cooperação industrial internacional. Serão lançados projectos ao longo de 1997 como parte do “Plano de Acção de Praga”, que envolve os países da Europa Central e Oriental, e em cooperação com países mediterrânicos não-membros da União. Esses projectos ajudarão os países da Europa Central e Oriental na sua preparação para a adesão à UE. A cooperação industrial internacional no domínio do comércio electrónico com os grandes parceiros comerciais, como os EUA, o Canadá, a Austrália, os países do Espaço Económico Europeu, Israel e o Japão, faz parte do diálogo bilateral e dos acordos em matéria de ciência e tecnologia. A Comissão reforçará igualmente a sua cooperação internacional actual no domínio do comércio electrónico, através da promoção de projectos-piloto mundiais no quadro da colaboração no “Mercado Mundial para as PME” do G7.

### **CAPÍTULO 3: CRIAR UM QUADRO REGULAMENTAR FAVORÁVEL**

O ritmo e a extensão da obtenção dos benefícios do comércio electrónico por parte da Europa depende em grande medida da existência de legislação actualizada que responda plenamente às necessidades das empresas e dos consumidores. O objectivo da Comissão é estabelecer até ao ano 2000 o quadro regulamentar adequado. O actual quadro regulamentar do mercado único revelou-se útil para as formas tradicionais de negócios. É altura de o adaptar ao comércio electrónico, através da realização de dois objectivos complementares: criar confiança e segurança e assegurar o pleno acesso ao mercado único.

#### **CRIAR CONFIANÇA E SEGURANÇA**

35. O primeiro objectivo é criar confiança e segurança. Para que o comércio electrónico se desenvolva, consumidores e empresas devem estar seguros de que as suas transacções não serão interceptadas ou alteradas, de que o vendedor e o comprador são quem afirmam ser e de que existem mecanismos de transacção legais e seguros. Criar esta confiança e segurança é um pré-requisito para a adesão das empresas e dos consumidores ao comércio electrónico. Persistem ainda muitas preocupações sobre a identidade e solvência dos fornecedores, a sua real localização física, a integridade da informação, a protecção da vida privada e dos dados pessoais<sup>24</sup>, o cumprimento de contratos à distância, a fiabilidade dos pagamentos, a possibilidade de recurso na

---

<sup>24</sup> A protecção da vida privada é uma questão especialmente importante para os consumidores. Segundo o inquérito “Information Technology and Data Protection”, *Eurobarometer* 46.1, Janeiro de 1997, 2/3 dos respondentes estavam preocupados com os “rastos” de dados pessoais que permanecem quando se usam redes de informação digital. Além disso, centros comerciais virtuais com actividades transfronteiras podem tornar-se muito dominantes, logo que adquiram uma dimensão substancial.

sequência de erros ou fraudes ou eventuais abusos de posição dominante<sup>25</sup> - preocupações todas elas reforçadas no que respeita ao comércio transfronteiras.

36. As tecnologias seguras - de que são exemplos as assinaturas digitais e os certificados digitais - respondem já, de algum modo, a estes desafios. As assinaturas digitais permitem a confirmação inequívoca da identidade do remetente e da autenticidade e integridade dos documentos electrónicos. As assinaturas digitais, específicas do remetente e da mensagem enviada, são verificáveis e não repudiáveis. Do mesmo modo, a transferência de certificados digitais ("bilhetes de identidade para a Internet") através de um protocolo de início de ligação (*handshake*) automático entre computadores garante que as partes são quem afirmam ser e contribui para verificar se o serviço fornecido e as mercadorias ou serviços entregues são genuínos.

Os mecanismos de protecção dos direitos de autor, baseados também em tecnologias seguras, como cifragem e cartões inteligentes, asseguram a protecção do material digital e são um factor essencial no desenvolvimento de um mercado de massas da informação electrónica. Ainda com base em métodos criptográficos, os mecanismos seguros de pagamento electrónico oferecem o elemento final da confiança financeira, ou seja, a possibilidade de efectuar e receber pagamentos. Estas tecnologias seguras estão, na maior parte dos casos, plenamente operacionais e comercialmente disponíveis. No entanto, o necessário quadro regulamentar e institucional para estas tecnologias ainda não está completo, nomeadamente em áreas como a interoperabilidade e o reconhecimento mútuo transfronteiras.

#### ASSEGURAR O PLENO ACESSO AO MERCADO ÚNICO

37. O segundo objectivo é assegurar o pleno acesso do comércio electrónico ao mercado único. Dada a sua dimensão, o mercado único oferece potencialmente às empresas uma "massa crítica" de clientes, antes de estas se virarem para mercados mais globais. No entanto, confrontados com os novos desafios do comércio electrónico, os Estados-membros estão a reagir de diferentes modos. O desenvolvimento de abordagens jurídicas divergentes não só é ineficaz, dada a natureza transfronteiras do comércio electrónico, como pode fragmentar o mercado único e, deste modo, inibir o desenvolvimento do comércio electrónico na Europa. A proposta de directiva relativa a um mecanismo de transparência<sup>26</sup> destina-se precisamente a reduzir o risco de novas medidas, diferentes de Estado-membro para Estado-membro, restringirem a livre circulação dos serviços da sociedade da informação.

38. Embora seja importante evitar incoerências a nível regulamentar, desencorajando acções divergentes a nível nacional, a União deve também assegurar a criação, a nível europeu, de um quadro regulamentar coerente para o comércio electrónico. Este quadro

---

<sup>25</sup> Além disso, centros comerciais virtuais com actividades transfronteiras podem tornar-se muito dominantes, logo que adquiram uma dimensão substancial. Poderá ser necessária uma adaptação da regulamentação do sector retalhista.

<sup>26</sup> Proposta de directiva do Parlamento Europeu e do Conselho que altera pela terceira vez a Directiva 83/189/CEE relativa a um procedimento de informação no domínio das normas e regulamentações técnicas, COM (96) 392 final de 30.08.1996.

regulamentar assentará forçosamente na legislação do mercado único, que cria já, em grande medida, as condições adequadas para transacções comerciais em linha. Neste quadro, foram já tomadas medidas que respondem a esta nova realidade. Nestas incluem-se as directivas recém-adoptadas sobre a protecção de dados<sup>27</sup>, sobre a protecção jurídica das bases de dados<sup>28</sup> e sobre contratos negociados à distância<sup>29</sup>, bem como a proposta de revisão da Directiva “Televisão sem fronteiras”<sup>30</sup>. Além disso, foram lançados diversos processos de consulta e documentos a nível político para estimular o debate em diversas áreas políticas, incluindo a protecção jurídica dos serviços cifrados<sup>31</sup>, direitos de autor e outros direitos conexos<sup>32</sup>, propriedade industrial<sup>33</sup>, comunicações comerciais<sup>34</sup>, contratos públicos<sup>35</sup> e protecção de menores e da dignidade humana nos serviços audiovisuais e da informação<sup>36</sup>.

#### PRINCÍPIOS PARA UM QUADRO REGULAMENTAR DO COMÉRCIO ELECTRÓNICO

39. A aplicação de quatro princípios proporcionará à União um quadro legislativo adaptável e adequado.

*Não à regulamentação pela regulamentação:* em muitos casos, a livre circulação dos serviços de comércio electrónico pode ser eficazmente conseguida através do reconhecimento mútuo de regras nacionais e de códigos de disciplina adequados. Isto

---

<sup>27</sup> Directiva 95/46/CE do Parlamento Europeu e do Conselho relativa à protecção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados, JO nº L 281 de 23.11.1995, p. 31.

<sup>28</sup> Directiva 96/9/CE do Parlamento Europeu e do Conselho relativa à protecção jurídica das bases de dados, JO nº L 77 de 27.03.1996, p. 20.

<sup>29</sup> Directiva 97/7/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de Fevereiro de 1997, relativa à protecção dos consumidores no que respeita a contratos à distância (a publicar no Jornal Oficial)

<sup>30</sup> Proposta de directiva do Parlamento Europeu e do Conselho que altera a Directiva 89/552/CEE do Conselho relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-membros respeitantes ao exercício de actividades de radiodifusão televisiva COM (95) 86 final de 31.05.1995, JO C 185 de 19.07.1995, p. 4

<sup>31</sup> Livro Verde da Comissão “A protecção jurídica dos serviços codificados no mercado interno”, COM (96) 76 final de 06.03.96.

<sup>32</sup> Comunicação da Comissão “Seguimento do Livro Verde sobre o direito de autor e os direitos conexos na sociedade da informação”, COM (96) 568 final, 20.11.1996.

<sup>33</sup> Questionário sobre os direitos de propriedade industrial na sociedade da informação, versão 5.0, Setembro de 1996. DG XV/E/3.

<sup>34</sup> Livro Verde “Comunicação comercial no mercado interno”, COM (96) 192 final, 08.05.1996.

<sup>35</sup> Livro Verde “Os contratos públicos na UE: pistas de reflexão para o futuro”, COM (96) 583 final, 27.11.1996

<sup>36</sup> Livro Verde “A protecção dos menores e da dignidade da pessoa humana nos serviços audiovisuais e de informação”, COM (96) 483 final, 16.10.1996.

significa que as empresas que exercem actividades transfronteiras estão sujeitas à legislação do país de origem (“controlo pelo país de origem”). Só nos casos em que o reconhecimento mútuo não seja suficiente para eliminar os obstáculos existentes no mercado ou proteger objectivos de interesse geral haverá a necessidade de medidas comunitárias. As eventuais medidas legislativas devem impor o mínimo possível de encargos ao mercado e acompanhar a evolução deste.

*A regulamentação deve basear-se em todas as liberdades do mercado único:* o comércio electrónico afecta uma vasta gama de actividades transfronteiras. As empresas que recorrem ao comércio electrónico para oferecer um ou vários serviços e/ou mercadorias devem ter a liberdade de o fazer de modo fácil e eficaz. Esta preocupação deve estar no centro das futuras medidas políticas. Todas as liberdades oferecidas pelo mercado único (realização da livre circulação de mercadorias, pessoas, serviços e capitais, juntamente com a liberdade de estabelecimento) devem ter o mesmo peso. Só deste modo poderão ser alcançados os objectivos essenciais de coerência, previsibilidade e simplicidade operacional.

*A regulamentação deve ter em conta a realidade comercial:* para o funcionamento do comércio electrónico, um comerciante necessita de se estabelecer, promover os seus produtos ou serviços e ainda vendê-los, entregá-los e financiá-los. Estes elementos fazem parte do processo normal de comércio, ou seja, da cadeia comercial. Em muitos casos, não será necessária legislação para resolver problemas reais ou potenciais. Caso o seja, deve procurar facilitar as operações em toda a cadeia comercial, pois não faz sentido eliminar as barreiras numa parte dessa cadeia, mantendo outras sem alteração.

*A regulamentação deve satisfazer de forma eficaz e eficiente os objectivos de interesse geral:* o mercado único do comércio electrónico não se desenvolverá sem a salvaguarda efectiva dos objectivos de interesse geral reconhecidos, como a protecção da vida privada ou do consumidor, e outros interesses públicos, como o acesso generalizado às redes. Sem tal protecção, existe o risco real de as fronteiras regulamentares nacionais persistirem, pelo facto de os Estados-membros procurarem salvaguardar os legítimos interesses dos seus cidadãos.

#### **CARACTERÍSTICAS ESSENCIAIS DE UMA ABORDAGEM REGULAMENTAR**

Com base nestes quatro princípios, deve ser elaborada, quando necessário, uma resposta regulamentar adequada. Nalguns casos existem já respostas; noutros casos é necessário encontrar respostas urgentemente. Para garantir a livre circulação do comércio electrónico através das fronteiras nacionais há que tratar de diversas questões jurídicas em cada etapa da actividade comercial.

#### **Do estabelecimento da actividade comercial...**

40. Uma vasta regulamentação a nível nacional pode inibir o estabelecimento de prestadores de serviços transfronteiras. Inclui-se aqui diferentes requisitos profissionais, diferentes sistemas de fiscalização e de supervisão prudencial e ainda diferentes requisitos de notificação ou licenciamento (p.ex., para profissões regulamentadas ou serviços financeiros). Assim, a Comissão está a estudar a melhor forma de fazer face a estes obstáculos, respeitando simultaneamente os objectivos de interesse geral e apresentará propostas de medidas políticas.

41. O novo ambiente virtual torna também mais difícil determinar quem são as partes contratantes e onde está estabelecido um operador de comércio electrónico, bem como verificar se o operador cumpre todos os requisitos legais. Tal poderá criar insegurança jurídica na determinação do Estado-membro que é competente e da legislação aplicável em caso de litígio. Também torna complicada a aplicação dos princípios do mercado único, nomeadamente o princípio do controlo pelo país de origem. A Comissão examinará estas questões e outras conexas a fim de eliminar dúvidas e incoerências - inclusive no que se refere à aplicação da Convenção de Roma<sup>37</sup> e da Convenção de Bruxelas<sup>38</sup> no novo contexto electrónico - e esforçar-se-á por melhorar o acesso dos consumidores à justiça, nomeadamente no que respeita vias de recurso.

### **À promoção e oferta de actividades de comércio electrónico...**

42. Qualquer fornecedor de serviços em linha ou empresa que crie um sítio Web está sujeito a regulamentações nacionais divergentes, incluindo as relativas às comunicações comerciais (publicidade, comercialização directa, autopromoções, patrocínios e relações públicas). Tal dificulta a utilização de estratégias eficientes e criativas para as comunicações comerciais transfronteiras e cria insegurança jurídica. Na sequência do Livro Verde sobre as comunicações comerciais, a Comissão apresentará propostas pormenorizadas destinadas a fazer face a problemas reais ou potenciais.

43. Actualmente, os Estados-membros aplicam certas restrições à comercialização de determinados serviços financeiros, para proteger o interesse público. O efeito destas restrições é a fragmentação do mercado único dos serviços financeiros, incluindo serviços financeiros fornecidos por via electrónica. Antes do final do ano, a Comissão apresentará uma proposta de directiva sobre contratos de serviços financeiros negociados à distância, que procurará eliminar os obstáculos à oferta transfronteiras, salvaguardando simultaneamente a protecção dos consumidores.

### **Passando pela negociação e conclusão de contratos...**

44. Foi adoptada uma directiva relativa a contratos negociados à distância, que abrange transacções electrónicas, bem como um conjunto de directivas horizontais (condições abusivas em contratos de consumidores, publicidade enganosa) e sectoriais (crédito a consumidores, viagens organizadas, propriedade a tempo repartido). Está ainda em preparação uma proposta relativa à venda de bens de consumo e respectivas garantias. Estas directivas estabelecem um nível mínimo de protecção dos consumidores, aplicável também às transacções de comércio electrónico na UE.

45. Diversas regras dos Estados-membros relativas à formação e realização dos contratos não estão adequadas a um ambiente de comércio electrónico e estão a gerar insegurança no que respeita à validade e aplicabilidade dos contratos electrónicos (p.ex.,

---

<sup>37</sup> Convenção sobre a lei aplicável às obrigações contratuais, Roma 1980, JO n° L 266, 09.10.1980, p. 1

<sup>38</sup> Convenção relativa à competência jurisdicional e à execução de decisões em matéria civil e comercial, Bruxelas 1968, JO n° C 97, 11.04.1983.



a exigência de documentos escritos e de assinaturas manuscritas, ou ainda o regime de prova, que não prevê documentos electrónicos). Deste modo, a Comissão irá tomar medidas concretas para determinar o modo de eliminar as barreiras ao reconhecimento jurídico dos contratos electrónicos no âmbito do mercado único. Além disso, no que respeita à protecção do consumidor no domínio do comércio electrónico, este ponto será abordado na comunicação relativa à dimensão “consumidores” da sociedade da informação.

46. As regras de contabilidade e de auditoria também terão que ser adaptadas ao comércio electrónico, devendo permitir, por exemplo, verificações electrónicas sem qualquer cópia em papel e ainda facturas electrónicas. As regras nacionais podem evoluir de forma divergente, ameaçando o mercado único. A Comissão iniciará um debate com os Estados-membros com vista à preparação de medidas adequadas.

### **... E pela realização e recepção de pagamentos electrónicos**

47. O comércio electrónico não se desenvolverá sem sistemas de pagamento electrónico seguros, robustos, eficientes e conviviais. A Comissão, o IME e os Estados-membros estão a estudar o quadro de supervisão adequado para a emissão de meios de pagamento electrónicos. Na sequência do debate, a Comissão tenciona apresentar até final de 1997 (isto é, a data prevista para a conclusão dos trabalhos) uma proposta de directiva relativa à emissão de meios de pagamento electrónicos, a fim de assegurar a estabilidade e a solidez dos emitentes destes instrumentos de pagamento. Tal contribuirá para aumentar a confiança dos consumidores. Entretanto, a Comissão prevê a modernização e actualização da recomendação de 1998 relativa aos sistemas de pagamento<sup>39</sup> antes de meados de 1997, para que haja orientações relativas à relação entre emissores e utilizadores de todos os novos tipos de pagamento (p.ex., processos relativos à responsabilidade, transparência e vias de recurso).

48. A compatibilidade entre sistemas de pagamento electrónico, que é do interesse dos consumidores e das empresas, assentará essencialmente em acordos entre os operadores. Estes acordos devem estar em conformidade com as regras comunitárias da concorrência. No decurso de 1998, a Comissão divulgará, para efeitos de orientação, um anúncio relativo à concorrência que clarificará a aplicação das regras da concorrência aos novos meios de pagamento.

49. As fraudes e contrafações, um problema sério no que respeita aos meios de pagamento electrónico, só é punível numa minoria dos Estados-membros. O sector financeiro e os utilizadores pediram à Comissão que tome iniciativas para todos os meios de pagamento, excepto em numerário, destinadas a melhorar a segurança dos novos sistemas de pagamento.

### **UMA ABORDAGEM REGULAMENTAR QUE DESENVOLVE POLÍTICAS HORIZONTAIS ADEQUADAS**

---

<sup>39</sup> Recomendação da Comissão de 17 de Novembro de 1988 relativa aos sistemas de pagamento e, em especial, às relações entre o titular e o emissor dos cartões, JO nº L 317 de 24 de Novembro de 1988, p. 55.

## **Garantir a segurança dos dados e a protecção da vida privada**

50. A utilização de uma *cifragem* robusta que garanta a confidencialidade de dados delicados, comerciais e pessoais, é uma das pedras angulares do comércio electrónico. A existência de leis nacionais largamente divergentes que restringem a utilização, a exportação, a importação e a oferta de tecnologias de produtos de cifragem está a criar novos e importantes obstáculos ao desenvolvimento do comércio electrónico na Europa. A eliminação destes obstáculos transfronteiras é essencial para a realização do mercado único no comércio electrónico. A Comissão procurará desenvolver uma política destinada a garantir a livre circulação das tecnologias e produtos de cifragem, salvaguardando simultaneamente os objectivos de segurança pública. A Comunidade trabalhará, a nível internacional, com vista à eliminação das barreiras comerciais para os produtos de cifragem. As orientações sobre criptografia da OCDE, recentemente adoptadas, constituem uma primeira tentativa de obtenção de um consenso internacional nesta matéria.

51. Uma questão mais específica é a das assinaturas digitais, que serão objecto de uma iniciativa da Comissão. Esta iniciativa destina-se a assegurar um quadro jurídico comum que abranja o reconhecimento legal das assinaturas digitais no mercado único e o estabelecimento de critérios mínimos para as autoridades de certificação. São também necessários acordos à escala mundial sobre as assinaturas digitais.

52. No que respeita às medidas destinadas a criar confiança, é essencial garantir a protecção da vida privada dos cidadãos e do sigilo profissional das empresas, evitando simultaneamente a criação de barreiras à oferta transfronteiras dos serviços de comércio electrónico. A directiva-quadro da UE relativa à protecção dos dados pessoais cumpre estes dois objectivos. Falta saber se serão necessárias novas medidas regulamentares para questões específicas decorrentes do desenvolvimento do comércio electrónico. Concretamente, há que respeitar os princípios da protecção da vida privada no que se refere aos sistemas de pagamento electrónico, fiscalidade e gestão dos direitos de autor. A Comissão prosseguirá uma iniciativa no âmbito da OMC destinada a um acordo multilateral sobre os aspectos comerciais dos fluxos de informação à escala mundial, protegendo ao mesmo tempo o direito à vida privada e os dados pessoais.

## **Estabelecer uma protecção adequada dos direitos de propriedade intelectual e serviços de acesso condicional**

53. A protecção dos direitos de autor e outros direitos conexos é essencial para o desenvolvimento do comércio electrónico. A Comissão tomará uma iniciativa legislativa que abordará alguns aspectos dos direitos de autor e de outros direitos conexos<sup>40</sup>. Esta iniciativa incidirá nas comunicações, reprodução e distribuição em linha de material protegido e será acompanhada de protecção jurídica adequada contra a violação de dispositivos anticópia e de sistemas de gestão electrónica. Os dois tratados internacionais adoptados em Dezembro de 1996<sup>41</sup> sob os auspícios da Organização Mundial da

---

<sup>40</sup> Para mais pormenores, ver a comunicação da Comissão "Seguimento do Livro Verde sobre o direito de autor e os direitos conexos na sociedade da informação", COM (96) 568 final, 20.11.1996.

<sup>41</sup> Tratado OMPI para os direitos de autor e tratado OMPI para actuações e fonogramas.

Propriedade Intelectual (OMPI) são essenciais para estimular e facilitar o comércio electrónico à escala internacional. A Comunidade procurará que estes tratados entrem rapidamente em vigor. Além disso, o êxito das presentes negociações no âmbito da OMPI sobre a protecção jurídica dos investimentos substanciais realizados em bases de dados constituirá um novo marco na facilitação do comércio electrónico à escala mundial. Os trabalhos neste domínio continuarão no âmbito da OMPI, durante a segunda metade de 1997, considerando a Comissão que é importante adoptar, num futuro próximo, uma convenção internacional nesta matéria.

54. As marcas registadas são importantes instrumentos comerciais que desempenharão um papel de relevo no mercado electrónico. No entanto, num ambiente de redes abertas, o detentor de uma marca registada tem sérias dificuldades em controlar a utilização legítima da sua marca. A Comissão está a consultar círculos interessados nesta e noutras matérias afins e tomará medidas adequadas para a resolução de conflitos entre a atribuição de nomes de domínio na Internet e as marcas registadas. A Comissão procurará garantir que os interesses europeus sejam tomados em devida conta na reorganização do sistema de nomes de domínio da Internet (DNS). No contexto do grupo consultivo da OMPI para as marcas registadas e os nomes de domínio na Internet, a Comissão contribui activamente para a definição de soluções aceitáveis a nível internacional, como painéis de arbitragem, mediação e contestação em linha.

55. Uma distribuição segura dos serviços exigirá uma protecção jurídica adequada dos serviços de acesso condicional em todo o mercado único. Muitos serviços utilizarão alguma forma de cifragem ou outro sistema de acesso condicional para garantir uma remuneração adequada. Os prestadores de serviços necessitam de protecção contra a piratagem dos seus serviços por descodificadores e cartões inteligentes ilícitos ou outros dispositivos de piratagem. A Comissão proporá uma directiva que estabeleça um nível equivalente de protecção para os prestadores de serviços em toda a Europa.

#### **Assegurar um ambiente fiscal claro e neutro**

56. Para que o comércio electrónico se possa desenvolver, é crucial que os sistemas fiscais proporcionem segurança jurídica (de modo a que as obrigações fiscais sejam claras, transparentes e previsíveis) e neutralidade fiscal (para que estas novas actividades não estejam sujeitas a encargos maiores do que o comércio mais tradicional). A potencial velocidade, a ausência de rasto e o anonimato das transacções electrónicas podem também criar novas possibilidades de fraude e evasão fiscal. É necessário abordar estes problemas para salvaguardar os interesses dos governos a nível das receitas e evitar distorções no mercado.

57. Os impostos indirectos, nomeadamente o IVA, são a área em que as regras comunitárias estão mais harmonizadas. O comércio electrónico de mercadorias e serviços está claramente abrangido no âmbito do IVA, tal como as formas mais tradicionais de comércio. No entanto, é necessário analisar cuidadosamente o eventual impacto do comércio electrónico na actual legislação relativa ao IVA (em questões como definição, controlo e aplicação da lei) e determinar se, e em que medida, a actual legislação deve ser adaptada, mantendo simultaneamente a garantia de neutralidade fiscal. As eventuais adaptações não devem impor encargos excessivos às pequenas empresas. Embora alguns comentadores tenham indicado a eventual necessidade de prever impostos alternativos,

como o imposto sobre os bits transmitidos<sup>42</sup> a Comissão considera que essa medida não é adequada, dado que estas transacções estão já sujeitas ao IVA.

58. Os conceitos territoriais subjacentes aos sistemas de impostos directos (“residência” e “fonte” dos rendimentos) devem também ser examinados à luz da evolução comercial e tecnológica. Tal como nos impostos indirectos, o objectivo é triplo: proporcionar a segurança jurídica, evitar perdas indevidas de receitas e assegurar neutralidade.

59. A Comissão e os Estados-membros decidiram recentemente iniciar uma análise do impacto e das consequências do comércio electrónico nos direitos aduaneiros e impostos indirectos. A Comissão recorrerá ao grupo para a política fiscal para explorar estas questões a nível da UE com os Estados-membros. A nível internacional, o Comité dos Assuntos Fiscais da OCDE irá também debruçar-se sobre estas questões.

#### **CRIAR UM QUADRO REGULAMENTAR COERENTE A NÍVEL MUNDIAL**

60. Actualmente, os pioneiros do comércio electrónico exercem as suas actividades num ambiente regulamentar fragmentado, apesar de diversos aspectos do comércio electrónico estarem já abrangidos por acordos internacionais, como o GATS (Acordo Geral sobre o Comércio de Serviços) da OMC e o da OMPI. Tal como no mercado único, a legislação nacional, existente ou em preparação, em diversas áreas (p.ex., cifragem, assinaturas digitais, protecção dos dados e da vida privada, direito dos contratos, novos meios electrónicos de pagamento) pode criar barreiras ao comércio que irão dificultar o desenvolvimento do comércio electrónico a nível mundial. É necessário encontrar soluções que proporcionem um quadro regulamentar coerente a nível internacional para o comércio electrónico.

Foram já dados passos importantes em diversas instâncias internacionais, como a OMPI, OMC, OCDE (Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico), a Organização Mundial das Alfândegas, a CNUCED (Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento), CNUDCI (Comissão das Nações Unidas para o Direito Comercial Internacional), o acordo relativo aos créditos à exportação e o Conselho da Europa.

Neste contexto, a Comunidade deve continuar a avançar nas instâncias internacionais competentes e em negociações bilaterais com os seus principais parceiros comerciais, com vista ao estabelecimento de um quadro regulamentar coerente a nível mundial.

61. A Comissão e o Governo Alemão irão organizar em Bona, de 6 a 8 de Julho de 1997, uma conferência ministerial internacional sobre “Redes Globais da Informação: materializar as potencialidades”, que abordará, entre outros assuntos, a definição de uma política internacional para o comércio electrónico, com vista à adopção de uma declaração ministerial.

---

<sup>42</sup> Relatório intercalar do grupo de peritos de alto nível para os aspectos sociais da sociedade da informação, <http://www.ispo.cec.be/hleg/hleg.html>

## **CAPÍTULO 4: PROMOVER UM AMBIENTE COMERCIAL FAVORÁVEL**

Um outro desafio com que se defronta a União Europeia é conseguir a adopção generalizada do comércio electrónico pelos consumidores, empresas e administrações públicas. Há que sensibilizar e incutir confiança aos consumidores e empresas, devendo ser dado apoio ao desenvolvimento de qualificações nesta matéria e à difusão de conhecimentos sobre redes. Deve-se encorajar as empresas, especialmente as PME, a adoptar novos métodos e técnicas empresariais, bem como procurar a inovação. As administrações públicas têm um papel importante a desempenhar, adoptando uma atitude favorável ao comércio electrónico.

### **CONSUMIDORES: SENSIBILIZAR E CRIAR CONFIANÇA**

62. Os consumidores têm muito a ganhar com o comércio electrónico, quando comprem mercadorias e serviços sem sair de casa: maior escolha, informação anterior à compra mais fácil e mais completa e, eventualmente, preços mais baixos. A Comissão já indicou no seu plano de acção de três anos sobre as prioridades na política dos consumidores (1996-1998) os potenciais benefícios que o desenvolvimento da sociedade da informação trará aos consumidores.

A Comissão irá preparar uma comunicação sobre a dimensão “consumidores” da sociedade da informação, a fim de promover o acesso dos consumidores à sociedade da informação, incluindo as novas qualificações dos consumidores que exigirão ensino e formação especiais.

63. Os consumidores devem ter confiança no próprio processo de comércio electrónico. A “confiança forte” no comércio electrónico, através da utilização de tecnologias seguras, deve ser complementada com a “confiança psicológica”. É necessário que a indústria, o comércio e as organizações de consumidores trabalhem em conjunto para dinamizar este processo através da utilização, por exemplo, de rótulos de qualidade, da publicação de relatórios comparativos<sup>43</sup> ou do apoio a novos serviços por nomes comerciais de confiança como bancos, empresas de cartões de crédito ou operadores de rede<sup>44</sup>.

A confiança também pode ser encorajada aumentando a transparência das transacções (p.ex., no que respeita à identidade, origem e responsabilidade do fornecedor), reduzindo ao mínimo os dados pessoais dos consumidores e tornando claro o estatuto jurídico de quaisquer informações fornecidas. As empresas podem também aumentar o nível de confiança adoptando e seguindo códigos de conduta. A situação ideal seria a aplicação a nível europeu ou mundial dos “rótulos” e códigos de conduta, com vista a uma aceitação generalizada entre os consumidores e as empresas e ainda à prevenção da criação de novas barreiras. A Comissão encoraja a criação de rótulos de qualidade e códigos de conduta de aceitação generalizada para aumentar a confiança e a segurança no comércio electrónico.

---

<sup>43</sup> O projecto Rede Europeia do Consumidor, lançado recentemente, é um exemplo destes serviços. Ver <http://www.ispo.cec.be/ispo/call/quacii.htm> na World Wide Web.

<sup>44</sup> As associações comerciais e os gabinetes de ética comercial concedem já a novas ciberempresas “rótulos” e “acreditações”, que podem ser certificados electronicamente.

64. Para os consumidores, a utilização do euro e do comércio electrónico simplificará as transacções e diminuirá o seu custo. Assim, a Comissão encorajará trabalhos experimentais sobre rótulos de qualidade para pagamentos electrónicos, no futuro. Tal poderá garantir que o serviço de pagamento electrónico satisfaz um conjunto mínimo de critérios de qualidade (p.ex., dupla apresentação dos preços e conversão automática entre as moedas nacionais e o euro sem encargos suplementares). O sector financeiro, os representantes dos consumidores e as entidades públicas devem definir em conjunto estes critérios. Os rótulos de qualidade podem também ser aplicados às carteiras electrónicas e outros instrumentos de pagamento já existentes, como os cartões de débito e de crédito.

#### **EMPRESAS: SENSIBILIZAR E ENCORAJAR AS MELHORES PRÁTICAS**

65. As pequenas empresas devem tomar consciência dos potenciais benefícios do comércio electrónico em termos de poupança, abertura de novos mercados e oportunidades para novos produtos e serviços. As acções de sensibilização devem aproveitar a experiência adquirida no programa-piloto da Comissão "Comércio 2000", no processo de consulta sobre o Livro Verde do Comércio e no contexto do G7 e terá em conta os recursos limitados das PME para a formação do pessoal. Aquelas acções destinam-se a encorajar as organizações e associações industriais a tornarem públicos estudos de casos, a divulgarem materiais de formação e a utilizarem para si próprias o comércio electrónico. Este processo poderá envolver câmaras de comércio, agrupamentos industriais a nível local, nacional e europeu, associações de promoção da tecnologia e grupos de PME, bem como programas de parcerias (como o Europarceria e o Interprise).

A rede de eurogabinetes tomará, no contexto do programa plurianual para as PME<sup>45</sup>, iniciativas específicas para aumentar a exposição das empresas, nomeadamente das PME, às técnicas de comércio electrónico. Na sequência da conclusão do processo de consulta sobre o Livro Verde do Comércio e Distribuição<sup>46</sup>, será lançado um programa de trabalho no final de 1997, que inclui acções no âmbito do comércio electrónico para que o sector do retalho e distribuição responda às exigências dos utilizadores. Serão ainda realizadas acções de sensibilização no âmbito do projecto do G7 "Mercado Mundial para as PME", aproveitando, entre outros, a primeira conferência anual deste projecto em Abril de 1997, que abordou muitas das questões que interessam directamente às PME e aos responsáveis políticos no domínio do comércio electrónico mundial. Será também promovida a utilização e o desenvolvimento de normas que facilitem o recurso a fontes internacionais para a aquisição de produtos.

66. Os projectos-piloto de melhores práticas desempenham um papel importante de sensibilização. Estes projectos podem destinar-se, por exemplo, a testar inovações empresariais e verificar a sua compatibilidade com os ambientes jurídicos e fiscais existentes. Podem também contribuir para a análise das mudanças estruturais dentro e através de diversos sectores, bem como do seu impacto no emprego. Muitas vezes, as PME não têm recursos para experimentar as novas aplicações. Os projectos-piloto desenvolvem normalmente modelos de actividades que têm plenamente em conta a

---

<sup>45</sup> COM (96) 98 final

<sup>46</sup> COM (96) 5 final

natureza multilingue e multicultural da Europa, bem como as preferências específicas dos consumidores e empresas europeus.

A Comissão irá aumentar o seu apoio aos projectos-piloto de melhores práticas e alargará o âmbito das acções em grande escala de sensibilização e implantação, para promover a inovação empresarial numa vasta gama de sectores do mercado, como retalho, produtos alimentares e agrícolas, engenharia electromecânica, calçado, têxteis, edição e turismo. Serão plenamente explorados os programas de interesse para estas acções, como os programas de I&D em tecnologias da informação e os fundos estruturais. Caso se justifique, serão criadas estruturas europeias de coordenação. A Comissão encoraja iniciativas do sector privado com vista a estimular mercados entre empresas que funcionam no regime “just-in-time” no domínio da contabilidade, facturação e fluxos de liquidação, para facilitar a adopção de software integrado de gestão financeira e reduzir os períodos de execução de pagamento transfronteiras nas transacções comerciais<sup>47</sup>.

#### **ADMINISTRAÇÕES PÚBLICAS: PROMOVER UM MAIOR DINAMISMO NO SECTOR PÚBLICO**

67.- O sector público tem um papel importante a desempenhar na promoção do comércio electrónico. As formalidades e requisitos administrativos, bem como os serviços fornecidos pelo sector público, fazem parte das transacções quotidianas. 70% dos dados geridos pelas administrações têm origem nas empresas. As áreas onde podem ser introduzidos os meios electrónicos são, entre outras: alfândegas e impostos, segurança social, serviços de emprego, registos públicos e contratos públicos. Poderão ser necessárias mudanças organizativas (e eventualmente regulamentares) para a efectiva introdução do comércio electrónico nas relações comerciais das administrações públicas. A Comissão vai lançar iniciativas de avaliação comparativa (estudos, projectos-piloto), para aproveitar a experiência das administrações públicas e identificar necessidades específicas da Europa, incluindo requisitos de interoperabilidade a nível europeu.

68. No âmbito do actual programa IDA, estão a ser criadas as redes transeuropeias de administrações. Estas implicarão soluções técnicas comercialmente disponíveis, devendo as questões da interoperabilidade ser estudadas pelas administrações públicas e o sector privado. A Comissão emitirá orientações para identificar projectos de interesse comum e aplicar medidas que assegurem a interoperabilidade das redes.

69. Os próprios Estados-membros devem confirmar a sua confiança no comércio electrónico, utilizando-o nos diferentes níveis da administração pública. Tal poderá funcionar como elemento catalisador no conjunto do mercado. A acção mais exemplar será as administrações públicas usarem o comércio electrónico para as suas aquisições. Os concursos públicos representam uma parte importante da economia (cerca de 12% do PIB da UE). As administrações, além de poderem proporcionar poupanças consideráveis

---

<sup>47</sup> A poupança de custos que é possível obter com a introdução da gestão financeira integrada “just-in-time” é estimada em 2-3% do volume de negócios de uma empresa. Também deve ser possível reduzir significativamente os períodos de execução de pagamentos transfronteiras, sabendo-se que actualmente esse período é, em média, duas semanas.

aos seus contribuintes, fariam com que as suas acções fossem mais eloquentes do que as palavras<sup>48</sup>.

Juntando a experiência obtida com o projecto SIMAP de contratos públicos, os resultados de projectos afins financiados no âmbito dos programas de investigação e desenvolvimento e as respostas ao Livro Verde dos contratos públicos, a Comissão apresentará ainda este ano um documento de estratégia, juntamente com um plano de acção, para estimular o desenvolvimento dos concursos públicos electrónicos. O documento identificará eventuais medidas necessárias para que o comércio electrónico se torne mais transparente, assegure a não discriminação e não crie novas barreiras à abertura do mercado dos contratos públicos. A Comissão verificará em que medida é necessário rever as directivas sobre contratos públicos para facilitar a utilização do comércio electrónico e simplificar ou reduzir os requisitos ou procedimentos administrativos que não serão necessários no novo ambiente electrónico.

70. A Comissão empenhar-se-á ainda mais em tornar-se um grande utilizador do comércio electrónico. A Comissão recorreu já experimentalmente à apresentação por via electrónica de propostas no âmbito dos programas de I&D, ACTS e Esprit e utilizou um fórum na Internet para incentivar respostas e comentários interactivos ao Livro Verde dos Contratos Públicos. A Comissão utilizará cada vez mais os debates “virtuais” para estimular um debate público sobre a política comunitária<sup>49</sup>. Serão também desenvolvidas ligações com as suas agências, as administrações dos Estados-membros e o público em geral. A Comissão apresentará um plano de acção para a utilização do comércio electrónico até final de 1997.

#### **PÔR O COMÉRCIO ELECTRÓNICO AO SERVIÇO DO CIDADÃO**

71. O comércio electrónico é a sociedade da informação na prática. No entanto, como o Fórum Sociedade da Informação indicou no seu primeiro relatório anual<sup>50</sup>, nem os nossos cidadãos, nem as nossas instituições, nem a maioria das nossas empresas estão realmente preparados para as novas tecnologias. O fórum sublinhou a necessidade de uma melhor formação na utilização das novas tecnologias, juntamente com outras questões, como a sensibilização e a disponibilidade dos governos e autoridades públicas para assumirem as suas responsabilidades. O comércio electrónico exige novas qualificações no que respeita a conhecimentos de redes. Os consumidores devem familiarizar-se com as tecnologias da informação para comunicarem e encomendarem mercadorias e serviços por via electrónica. As bases destas qualificações devem ser adquiridas nas escolas primárias e secundárias. Empregados e gestores, especialmente nas PME, devem habituar-se a fazer negócios à escala internacional em vez de estarem limitados ao mercado nacional ou regional, sendo para tal necessário uma reciclagem.

---

<sup>48</sup> A Associação Sueca das Autarquias considera que se poderia obter uma poupança de 3% das verbas destinadas a contratos públicos através do recurso ao comércio electrónico.

<sup>49</sup> Teve lugar, recentemente, um debate público bem sucedido com o Comissário Oreja, através da Internet, sobre a Conferência Intergovernamental.

<sup>50</sup> Primeiro relatório anual apresentado à Comissão Europeia pelo Fórum Sociedade da Informação, “Redes para os cidadãos e suas comunidades”, Junho de 1996.



Como foi afirmado claramente no fórum, a sociedade da informação será uma sociedade de ensino permanente.

A Comissão dará um contributo suplementar para as políticas a nível regional e nacional, com vista a melhorar as qualificações. No que respeita aos consumidores, a comunicação atrás referida sobre a dimensão “consumidores” da sociedade da informação abordará este assunto. Quanto às qualificações dos trabalhadores, está prevista uma formação ou reciclagem vocacional que facilite a adaptação às mudanças industriais, p.ex., no contexto dos programas Sócrates e Leonardo e do Plano de Acção “Aprender na Sociedade da Informação”, com vista à formação para a sociedade do conhecimento, bem como no programa ADAPT-BIS e nas actividades do “Objectivo 4” do Fundo Social Europeu. Além disso, vai ser lançado um programa de eurogestão para promover um maior conhecimento do comércio electrónico entre gestores de PME.

72. Por último, o Fórum Sociedade da Informação e o grupo de peritos de alto nível para os aspectos sociais da sociedade da informação sublinharam a necessidade da participação generalizada dos cidadãos no desenvolvimento da sociedade da informação, para evitar o risco de criação de grupos sociais que não têm ou não querem ter acesso à informação. Embora a Comissão espere que o comércio electrónico tenha um profundo impacto na economia, nas instituições e nas nossas vidas enquanto consumidores e trabalhadores, não é evidente o modo como o comércio electrónico se vai desenvolver ou deve desenvolver na Europa. É essencial um diálogo social amplo e contínuo sobre estas questões, para ultrapassar os obstáculos e materializar os benefícios. Neste contexto, a Comissão congratula-se com a colaboração a nível europeu entre as empresas e as associações de consumidores, incluindo os seus membros, com vista a estimular o necessário diálogo entre os sectores privado e público e a apoiar a realização das acções desta iniciativa. Como parte desta iniciativa, a Comissão incentivará activamente o debate público sobre o comércio electrónico na Europa.

## CONCLUSÕES

I. A comunicação apresenta a iniciativa europeia para o comércio electrónico como um conjunto de proposta de acção para o desenvolvimento do comércio electrónico na Europa. Estas propostas abrangem o acesso ao mercado mundial, questões jurídicas e regulamentares e a promoção de um ambiente comercial favorável. Algumas destas questões estão já incluídas no plano de acção evolutivo para a sociedade da informação; outras são novas e exigem uma actualização. A sua realização implica um processo aprofundado de consulta com os sectores económicos interessados e envolve todos os domínios políticos conexos. A coerência entre as acções tecnológicas, regulamentares e de apoio constitui um elemento essencial da abordagem defendida nesta iniciativa. Com esta iniciativa, a Comissão lança também um convite a todos os interessados para encetarem um diálogo público sobre o desenvolvimento e implantação do comércio electrónico na Europa.

II. Para realizar esta iniciativa europeia para o comércio electrónico, a Comissão tenciona levar a cabo as seguintes acções essenciais, que devem estar concluídas no ano 2000 e serão objecto de um exame intercalar (as novas acções que ainda não estão

incluídas no actual plano de acção para a sociedade da informação estão marcadas com um asterisco):

#### **ASSEGURAR O ACESSO AO MERCADO MUNDIAL: INFRA-ESTRUTURAS, TECNOLOGIAS E SERVIÇOS**

. Assegurar a plena aplicação do pacote de medidas de liberalização das telecomunicações pelos Estados-membros	até 1.1.98
. Prosseguir a plena implementação, pelos signatários, do acordo da OMC sobre telecomunicações de base	até 1.1.98
. Implementar os acordos ATI e ARM para a eliminação das barreiras tarifárias e não tarifárias para os produtos das TI	em curso*
. Promover a participação activa das empresas e organismos públicos europeus na evolução da Internet e na oferta de infra-estruturas de largura de banda elevada através dos programas de I&D e RT-TELECOM	97*
. Lançar convites temáticos para o comércio electrónico no programa ESPRIT de I&D; maior incidência nos programas de I&D adequados	15.03.97- final de 98*
. Lançamento do 5º Programa-Quadro, tendo o comércio electrónico como prioridade para o desenvolvimento e adopção de tecnologias	em curso
. Adoptar uma comunicação sobre a iniciativa europeia de normalização no comércio electrónico (com plano de acção)	Julho de 97
. Lançar uma acção específica para os projectos de normalização no comércio electrónico	Junho de 97*
. Organizar a conferência de normalização mundial em Bruxelas, de 1 a 3 de Outubro de 97	Outubro de 97
. Lançar acções específicas de cooperação internacional nos PECO, no MED e no "Mercado mundial para as PME" (G7) no âmbito dos programas de I&D da UE	97*

#### **CRIAR UM QUADRO REGULAMENTAR FAVORÁVEL**

. Identificar os obstáculos ao mercado único e os elementos de insegurança jurídica que afectam o comércio electrónico	em curso
. Lançar iniciativas de regulamentação na área dos pagamentos electrónicos*, contratos negociados à distância de serviços financeiros*, direitos de autor e outros direitos conexos, protecção jurídica dos serviços de acesso condicional e assinaturas digitais	final de 1997*
. Avaliar a necessidade de novas iniciativas que abranjam questões horizontais do mercado único, profissões regulamentadas, comunicações comerciais, direito dos contratos, contabilidade, utilização fraudulenta dos pagamentos electrónicos, segurança dos dados, protecção dos dados, propriedade industrial, impostos directos e indirectos e contratos públicos	em curso*
. Reforçar o diálogo internacional nas instâncias competentes multilaterais e bilaterais, com vista à obtenção de um quadro regulamentar mundial adequado para o comércio electrónico, nomeadamente para a segurança dos dados, a protecção dos dados, os direitos de propriedade intelectual e a fiscalidade	em curso
. Organizar, com o Governo Alemão, a Conferência Ministerial sobre Redes Globais da Informação em Bona, de 6 a 8 de Julho de 97	Julho de 97*

#### **PROMOVER UM AMBIENTE COMERCIAL FAVORÁVEL**

## PROMOVER UM AMBIENTE COMERCIAL FAVORÁVEL

. Adoptar a comunicação sobre a dimensão “consumidores” da sociedade da informação, incluindo a promoção do acesso dos consumidores ao comércio electrónico	Junho de 97
. Promover acções de sensibilização e de melhores práticas para o comércio electrónico, através de uma iniciativa específica dos eurogabinetes, lançando um programa de eurogestão e criando uma estrutura europeia de coordenação para a utilização do comércio electrónico no sector do turismo, bem como através da promoção do euro nas PME	Final de 97*
. Intensificar o apoio e lançar novos projectos-piloto de melhores práticas, actividades de sensibilização em grande escala, acções de implantação através de I&D em TIC, programas de inovação e normalização e fundos estruturais	Setembro de 97*
. Apresentar um plano de acção sobre o estímulo ao desenvolvimento das aquisições por meios electrónicos	final de 97*
. Apresentar orientações e medidas relativas a questões de interoperabilidade respeitantes às administrações públicas no IDA	Setembro de 97*
. Apresentar o plano de acção destinado a tornar a Comissão um grande utilizador do comércio electrónico	final de 97*
. Promover iniciativas de ensino e formação com vista ao comércio electrónico em programas como Leonardo e Sócrates	1997
. Estimular o diálogo público sobre o comércio electrónico na Europa, incluindo a criação de um sítio Web para este fim	Abril de 1997*

**III. A Comissão convida o Parlamento Europeu, o Conselho, o Comité Económico e Social e o Comité das Regiões a debaterem as questões neste domínio e a darem o seu apoio político a esta iniciativa europeia para o comércio electrónico.**

Este documento tem acesso directo via Internet no seguinte endereço:

<http://www.ispo.cec.be/Ecommerce>

ISSN 0257-9553

COM(97) 157 final

# DOCUMENTOS

PT

10 15 16

---

N.º de catálogo : CB-CO-97-155-PT-C

ISBN 92-78-18686-4

---

Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias

L-2985 Luxemburgo