

PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS

Resolução do Conselho de Ministros n.º 94/99

As novas tecnologias de informação têm vindo a contribuir para um incremento, cada vez mais acentuado, do comércio electrónico, sendo de prever que a breve trecho parte substancial do comércio mundial se faça por via electrónica.

As oportunidades abertas pelo comércio electrónico decorrentes, nomeadamente, do esbatimento das distâncias físicas lançam às economias periféricas, como a portuguesa, novas oportunidades de actuação num mercado, dessa forma tornado global.

De facto, as redes globais de informação permitem hoje o acesso a mercados anteriormente fora do alcance da maioria das empresas portuguesas. Por outro lado, as novas possibilidades abertas pelas tecnologias da informação e das comunicações permitem aumentar a produtividade, reduzir custos, flexibilizar a resposta às transformações do mercado e abrem ainda a porta a novas formas de cooperação entre empresas especialmente afastadas, tornam possíveis estruturas de produção e distribuição inovadoras, bem como o aparecimento de novos produtos e serviços.

Urge criar as condições para que o desenvolvimento do comércio electrónico seja uma realidade no nosso país contribuindo-se, dessa forma, para que a competitividade das empresas portuguesas seja salvaguardada neste novo ambiente de concorrência à escala mundial potenciado, ainda, na Europa pela existência de uma moeda única.

A consciência de que a economia portuguesa tem que vencer os novos desafios emergentes da concorrência à escala mundial fez com que o Livro Verde para a Sociedade da Informação apontasse a necessidade de se viabilizar e dinamizar o comércio electrónico e a transferência electrónica de dados, incluindo a sua promoção na Administração Pública. Nesse sentido, o Governo adoptou a Resolução do Conselho de Ministros n.º 115/98, de 1 de Setembro, que criou a Iniciativa Nacional para o Comércio Electrónico, estabelecendo os princípios gerais que a devem nortear e cometendo aos Ministros da Economia e da Ciência e da Tecnologia a tarefa de coordenação do processo tendente à concretização dos objectivos nela inseridos.

A referida resolução conferia ainda à Equipa de Missão para a Sociedade da Informação um mandato para a elaboração do Documento Orientador da Iniciativa Nacional para o Comércio Electrónico, a submeter ao Governo.

A elaboração deste documento foi objecto de um amplo e participado processo de consulta pública, que envolveu, nomeadamente, organismos com actuação e interesse na área do comércio electrónico. Nele se identifica um importante conjunto de objectivos cuja concretização constituirá um passo muito significativo no sentido da implementação dos propósitos subjacentes à criação da Iniciativa Nacional para o Comércio Electrónico havendo, por isso, que a promover.

Importa, contudo, frisar que a intervenção do Estado nesta matéria deve ser estimuladora e subsidiária. A expansão do comércio electrónico deverá assentar primordialmente no impulso do sector empresarial, ao qual compete, por um lado, investir no desenvolvimento de novos serviços e de aplicações inovadoras, reforçar e valorizar competências no domínio do comércio elec-

trónico, desenvolver projectos de excelência e, por outro lado, criar mecanismos de auto-regulação relativos, nomeadamente, a conteúdos ou a regras de conduta comercial para o comércio electrónico.

A reformulação pelas empresas portuguesas dos seus sistemas de informação, de modo a permitir a sua integração nas redes digitais, irá potenciar a criação de emprego nesse sector específico, exigir o aumento da qualificação profissional, facilitar a modernização das estruturas empresariais, rejuvenescer a sua gestão, aumentar a sua competitividade e alargar os seus mercados.

Ao Estado compete, designadamente, criar um quadro legislativo e regulamentar propício ao desenvolvimento do comércio electrónico. O ambiente legislativo vigente está vocacionado para as formas de comércio tradicionais, sendo, por isso, necessária a sua adaptação à evolução dos mercados no contexto da sociedade da informação.

Assim é, por exemplo, imprescindível a existência de um quadro legislativo que contemple o regime jurídico aplicável aos documentos electrónicos e assinatura digital, bem como à factura electrónica, a protecção dos consumidores face ao comércio electrónico, a garantia dos direitos de propriedade intelectual na utilização do comércio electrónico ou a garantia da segurança e da confidencialidade dos dados inerentes às relações comerciais existentes em bases de dados ou que circulem nas redes de telecomunicações. O pleno desenvolvimento do comércio electrónico exige, igualmente, a não discriminação fiscal das transacções efectuadas por via electrónica, não devendo estar sujeitas a taxa adicional em relação às actividades comerciais tradicionais as novas formas de comércio electrónico, de acordo, aliás, com recomendações internacionais nesta matéria.

Ao Governo compete, ainda, promover e divulgar o comércio electrónico, quer junto dos agentes económicos quer junto da população em geral, e apoiar e incentivar a sua utilização.

Assim, nos termos da alínea g) do artigo 199.º da Constituição, o Conselho de Ministros resolve:

1 — É aprovado o Documento Orientador da Iniciativa Nacional para o Comércio Electrónico, anexo à presente resolução e que dela faz parte integrante.

2 — Compete ao Ministro da Ciência e da Tecnologia, em estreita articulação com os restantes membros do Governo, acompanhar o processo tendente à concretização das medidas previstas no Documento Orientador da Iniciativa Nacional para o Comércio Electrónico devendo, nesse contexto, promover a produção de indicadores estatísticos relativos ao desenvolvimento do comércio electrónico em Portugal.

3 — O Ministro da Economia promoverá, em articulação com os restantes membros do Governo, a adopção de medidas, incluindo de natureza legislativa, tendentes ao pleno desenvolvimento do comércio electrónico no tecido empresarial, em especial nas PME.

4 — O Ministro Adjunto do Primeiro-Ministro desenvolverá junto dos consumidores e em estreita articulação com os restantes membros do Governo campanhas de sensibilização e consciencialização sobre as potencialidades e vantagens do comércio electrónico e promoverá a adopção de medidas, incluindo de natureza legislativa, incentivadoras da utilização do comércio electrónico pelos consumidores.

5 — O Ministro das Finanças, em estreita articulação com os restantes membros do Governo, promoverá a

adopção de medidas tendentes ao desenvolvimento do comércio electrónico nas relações entre o Estado e os seus clientes ou fornecedores.

6 — No processo de concretização dos objectivos inscritos no Documento Orientador da Iniciativa Nacional para o Comércio Electrónico serão consultadas entidades privadas, designadamente estruturas representativas das empresas e do sector financeiro.

Presidência do Conselho de Ministros, 29 de Julho de 1999. — O Primeiro-Ministro, em exercício, *Jaime José Matos da Gama*.

ANEXO

Documento Orientador da Iniciativa Nacional para o Comércio Electrónico

1 — Introdução

O comércio electrónico apresenta enormes expectativas de crescimento com o desenvolvimento e consolidação do que se convencionou chamar «sociedade da informação».

As redes globais de informação desempenham um papel cada vez mais importante no suporte aos fluxos de informação para fins comerciais. Um número crescente de operações entre empresas já é hoje realizado por transferência electrónica de documentos, os computadores pessoais ligados à Internet são utilizados para colocar e processar encomendas e uma parcela cada vez mais significativa dos bens e serviços são transaccionados através das redes digitais.

O comércio electrónico é aqui entendido, em linha com as recomendações da OCDE, como referindo-se a todas as formas de transacções comerciais que envolvam quer organizações quer indivíduos e que são baseadas no processamento e transmissão de dados por via electrónica, incluindo texto, som e imagem.

A globalização da economia é hoje uma realidade inegável. As grandes empresas concorrem em mercados cada vez mais amplos e definem as suas estratégias e alianças numa base global. Mesmo pequenas e médias empresas que actuam em nichos de mercado sentem cada vez mais o seu mercado como sendo global.

Será que esse movimento de globalização, resultante do espantoso progresso nas comunicações e nas tecnologias da informação implicará a médio prazo o desaparecimento no tecido empresarial das pequenas e médias empresas (PME)?

Numa primeira leitura, poder-se-ia pensar ser esse o destino de todas as organizações empresariais que não assumam o objectivo do crescimento contínuo. Porém, paradoxalmente, a globalização reforça a importância da economia local através da relativização da distância, o que é proporcionado pelas novas tecnologias de informação e, em particular, pelo comércio electrónico. Às pequenas e médias empresas abrem-se, assim, novas perspectivas de actuação no mercado global.

Este enquadramento reforça a urgência de actuação na promoção do comércio electrónico, como forma de protecção da competitividade das PME portuguesas. Para sectores considerados tradicionais, historicamente mais antigos, como a indústria dos moldes, das componentes automóveis, do calçado e das confecções, a acessibilidade depende cada vez menos da localização e cada vez mais da largura de banda das comunicações para a permuta de informação entre clientes e fornecedores.

Em suma, as actividades empresariais suportadas nas redes digitais abrem um novo leque de oportunidades para melhorar a competitividade, criar novos produtos e serviços e conquistar novos mercados.

As razões que favorecem este novo contexto são diversas:

As redes globais de informação permitem hoje o acesso a mercados anteriormente fora do alcance da maioria das empresas, fazendo prevalecer uma consciência empresarial do mercado global; Novas possibilidades abertas pelas tecnologias da informação e das comunicações permitem aumentar a produtividade, reduzir os custos, flexibilizar a resposta às transformações de mercado, partilhar o processo de *design* em produtos complexos e adequar a produção em tempo real à variação das preferências dos consumidores; Novas formas de cooperação entre empresas espacialmente afastadas, nomeadamente na partilha do *design* e da logística, tornam-se agora possíveis, dando origem a estruturas de produção e distribuição inovadoras e ao aparecimento de produtos e serviços até então desconhecidos.

O Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal, anteriormente publicado, identificou a necessidade de se viabilizar e dinamizar o comércio electrónico, de se fomentar a transferência electrónica de dados, incluindo a sua promoção na Administração Pública. Trata-se de faces de uma mesma temática que se identifica com o comércio electrónico em sentido lato.

Criar mecanismos de certificação e reconhecimento jurídicos para o comércio electrónico, fomentar a harmonização, interoperabilidade e segurança dos métodos de pagamento, rever os actuais sistemas fiscais para acautelar os interesses do Estado face às crescentes transacções comerciais electrónicas, assim como actuar de forma activa junto dos sectores económicos considerados tradicionais na promoção do comércio electrónico como veículo de melhoria da sua competitividade no mercado global — eis um conjunto de vias, já apontadas anteriormente, que requerem uma acção concertada tendo em vista a apropriação dos seus benefícios pelos cidadãos, pelos agentes económicos e pelo próprio Estado.

Este assunto tem estado a receber significativa atenção no contexto internacional. Em 1 de Julho de 1997, o Presidente Clinton, dos Estados Unidos, formulou um conjunto de linhas orientadoras para o desenvolvimento do comércio electrónico global, com as quais pretendeu influenciar os departamentos da sua administração, as empresas e os governos dos seus principais parceiros económicos, no sentido de se minimizarem as restrições sobre a Internet e se evitarem efeitos negativos sobre o comércio global.

Na mesma altura, a União Europeia levou a cabo a conferência ministerial Global Information Networks: Realizing the Potential, que se realizou em Bona, de 6 a 8 de Julho de 1997, onde se formularam diversas recomendações sobre o comércio electrónico a nível dos Estados, do espaço europeu e da cooperação internacional.

Estes dois movimentos conduziram à declaração conjunta sobre o comércio electrónico da União Europeia e dos EUA assinada pelos Presidentes Santer e Clinton em 5 de Dezembro de 1997.

Em paralelo, o Governo Federal Alemão, em 29 de Outubro de 1997, instituiu a Iniciativa do Governo Federal Alemão do Comércio Electrónico. Por seu lado, o relatório «Commerce électronique: une nouvelle donne pour les consommateurs, les entreprises, les citoyens et les pouvoirs publics» servirá de base ao programa do Governo Francês de desenvolvimento do comércio electrónico. Finalmente, a Organização Mundial de Comércio (WTO — World Trade Organization) apresentou o estudo «Electronic Commerce and the Role of WTO».

Mais recentemente, em Abril de 1998, a Secretaria norte-americana para o Comércio Electrónico, dependente do Departamento do Comércio dos EUA, publicou um relatório sobre as perspectivas optimistas que se abrem a este segmento do comércio, no quadro do que designou a «economia digital emergente».

É um facto que a transferência electrónica de dados, o EDI — *electronic data interchange*, na terminologia anglo-saxónica —, teve um desenvolvimento importante desde a publicação das normas EDIFACT pelas Nações Unidas, há cerca de uma década, mas, no entanto, sem provocar transformações dramáticas. Contudo, o fenómeno Internet veio acelerar consideravelmente o fluxo de transacções comerciais sob forma digital, em virtude do seu baixo custo e relativa simplicidade de utilização, abrindo um novo mundo a consumidores e a pequenas e médias empresas.

O rápido crescimento da Internet e do EDI faz prever que no ano 2000 o comércio electrónico possa já representar perto de 20% do comércio mundial interorganizacional. Este ritmo de expansão não permite assim qualquer atraso no lançamento das iniciativas nacionais neste domínio, sob risco de se perder uma oportunidade de melhoria da competitividade global das empresas nacionais, com os contributos positivos que daí advirão em matéria de emprego, desenvolvimento económico e convergência com os nossos parceiros na União Europeia.

A localização periférica de Portugal em relação ao núcleo dos seus parceiros situados no centro da Europa faz antever benefícios acrescidos da utilização dos sistemas de tecnologias digitais. Neste contexto, a adesão ao euro e o estímulo de modernização resultante da necessidade de resolução do «problema informático do ano 2000» podem, se devidamente aproveitados, constituir um enquadramento favorável ao desenvolvimento da Iniciativa Nacional para o Comércio Electrónico.

2 — Objectivos genéricos

A competitividade das PME portuguesas depende da sua capacidade de participação no mercado global. Num ambiente cada vez mais baseado na economia digital, não é possível competir sem utilizar os instrumentos que caracterizam e dão vida a essa mesma economia.

O comércio electrónico é um meio fundamental para aumentar a competitividade no mercado global. Por um lado, conduz à adopção de novas formas de organização do trabalho e impõe exigências de reorganização dos sistemas de informação de modo a permitir recolher os benefícios do acesso a um mercado alargado.

A relativização da distância física e a redefinição do conceito de acessibilidade, que passa a depender sobretudo da largura de banda disponível e da qualidade da infra-estrutura de telecomunicações, permite um meio de combate eficaz ao ónus da periferia e da interioridade,

sendo por isso especialmente adequado para países, como Portugal, com características periféricas em relação ao conjunto dos seus parceiros económicos.

Por outro lado, a existência de uma moeda única no espaço alargado europeu potencia o desenvolvimento do comércio electrónico nesse mercado, ao eliminar as barreiras psicológicas das conversões cambiais, facilitando a criação de dimensão crítica para o sucesso nos restantes mercados do globo. Não aproveitar este condicionalismo favorável para o desenvolvimento do comércio electrónico seria um erro histórico. A União Europeia tem consciência da importância estratégica do desenvolvimento do comércio electrónico para a sua competitividade num mundo em processo acelerado de globalização. A conferência ministerial de Bona e a declaração conjunta UE/EUA sobre o comércio electrónico, atrás referidas, são disso prova cabal.

A adopção da Iniciativa Nacional para o Comércio Electrónico, visa ainda potenciar a criação de emprego nesse sector específico, o aumento da qualificação profissional, facilitar a modernização das estruturas empresariais, rejuvenescer a sua gestão, aumentar a sua competitividade e alargar os seus mercados.

De acordo com o Livro Branco para o Comércio Electrónico em Portugal, elaborado por iniciativa da Associação Portuguesa para o EDI e Comércio Electrónico, o número de empresas portuguesas com alguma forma de comércio electrónico é de cerca de 1000, o que representa 2,6% do universo das PME nacionais. Em face deste contexto, importa incrementar o número de grandes empresas e PME ligadas às redes digitais e com condições internas de acesso ao comércio electrónico.

3 — Princípios subjacentes à Iniciativa

A INCE — Iniciativa Nacional para o Comércio Electrónico tem por base um conjunto de princípios que importa salientar e cuja observância será determinante para criar um quadro favorável ao desenvolvimento do comércio electrónico em Portugal.

Os princípios que orientam a presente iniciativa, com vista a estimular o comércio electrónico, são os seguintes:

Princípio 1 — O desenvolvimento do comércio electrónico assenta na iniciativa privada

A implementação e expansão do comércio electrónico deverão desenvolver-se orientadas pelas leis do mercado. O Governo limitará ao mínimo a sua intervenção, encorajando práticas de auto-regulamentação e de liderança por parte do sector privado.

O desafio agora colocado às empresas portuguesas consiste na aceitação do comércio electrónico como parte integrante do novo modo de se fazerem negócios.

Importa que as empresas apresentem uma abordagem capaz de competir com sucesso no espaço europeu e global, com aquisição de novas competências e desenvolvendo a cooperação com outros parceiros através de redes de empresas por forma a manterem e a criarem novos empregos.

Cabrá ao sector privado a iniciativa de investir no desenvolvimento de novos serviços e aplicações inovadoras, reforçar e valorizar as competências no domínio do comércio electrónico, bem como promover o desenvolvimento de projectos de excelência.

Princípio 2 — Criar um quadro regulamentar e jurídico favorável, que elimine as barreiras ao desenvolvimento do comércio electrónico

O quadro legislativo vigente está vocacionado para as formas de comércio tradicionais, sendo necessária a sua adequação ao comércio electrónico.

Deverá ser dada prioridade e urgência à legislação que contemple:

- O reconhecimento dos contratos efectuados por via electrónica e do valor probatório dos documentos em formato electrónico;
- O reconhecimento jurídico da factura electrónica, da assinatura electrónica e das entidades de certificação;
- A adaptação do direito do consumo, nomeadamente no que diz respeito à protecção dos consumidores face ao comércio electrónico;
- A garantia dos direitos de propriedade intelectual na utilização do comércio electrónico;
- A segurança e a confidencialidade dos dados inerentes às relações comerciais existentes em bases de dados ou que circulem nas redes de telecomunicações;
- A avaliação das implicações relativas à emissão de «moeda electrónica».

Face à natureza transnacional do comércio electrónico, importa privilegiar a cooperação internacional, nomeadamente ao nível da aplicação da legislação comunitária pelos Estados membros.

Princípio 3 — Não discriminação fiscal das transacções efectuadas por via electrónica

Na conferência ministerial de Bona sobre redes globais de informação, o Governo Português apoiou o princípio da não imposição de taxas discriminatórias relativas ao uso das redes globais de informação. Na mesma ocasião, o Governo apoiou também a posição de que as questões ligadas à fiscalidade do comércio electrónico deverão ser alvo de cooperação internacional e, quando apropriado, de coordenação para evitar situações de distorção à concorrência.

Não deverão ser sujeitas a taxa adicional as novas formas de comércio electrónico relativamente às actividades tradicionais nem deverão ser introduzidos novos impostos, como por exemplo taxas sobre *bits* transmitidos.

No que diz respeito às regras aduaneiras, é reiterado o princípio de que não será aplicada qualquer taxa aduaneira suplementar aos produtos encomendados por via electrónica.

Face à natureza das transacções electrónicas, serão estudadas e criadas condições específicas para evitar a fuga à tributação do IVA, bem como à sua dupla tributação.

Princípio 4 — Garantir o livre acesso e circulação das técnicas de cifragem

Será garantido o livre acesso e circulação das técnicas de cifragem, cabendo ao mercado escolher, de acordo com os seus próprios interesses e requisitos, as técnicas a utilizar. Só assim será possível criar um ambiente de confiança por parte dos consumidores e produtores, crucial para o desenvolvimento do comércio electrónico.

Não será adoptado unilateralmente por parte de Portugal qualquer regime regulamentar que restrinja a dis-

tribuição, venda, exportação, implementação e utilização de técnicas de cifragem robustas.

Princípio 5 — Rejeitar qualquer tipo de censura aos conteúdos da Internet

É reconhecido o princípio da liberdade de expressão relativa aos conteúdos na Internet.

As entidades intermediárias (operadores de redes, prestadores de serviço Internet ou outros) não podem ser responsabilizadas por qualquer conteúdo ilegal ou lesivo que estejam a transportar, sem prejuízo do disposto na alínea *b*) do n.º 3 do artigo 22.º da Lei n.º 67/96. O controlo dos conteúdos por entidades intermediárias só poderá ser efectuado nos termos previstos na legislação processual penal.

Deverá ser estimulada a implementação de mecanismos de auto-regulação por parte dos intervenientes no mercado.

Princípio 6 — Apoiar a existência de um sistema transparente de gestão dos nomes de domínios Internet

A gestão dos nomes de domínios Internet apresenta-se como factor de grande importância para o desenvolvimento do comércio electrónico. É defendido o princípio da necessidade de reconhecimento internacional da existência de um sistema transparente e neutro de gestão (definição e atribuição) a nível mundial do designado *domain name system*, por forma a não se criarem situações de distorção em benefício de intervenientes dominantes. A evolução do sistema de gestão dos nomes de domínios Internet não deverá ser definida de forma unilateral por um único país.

Tal como reconhecido na conferência ministerial de Bona é imperioso assegurar uma adequada representação europeia na gestão do *domain name system*.

Princípio 7 — Criar um ambiente comercial favorável ao desenvolvimento do comércio electrónico

Será apoiada a criação de um código de conduta comercial para o comércio electrónico que facilite a sua utilização por todos os intervenientes no mercado, não esquecendo os princípios subjacentes à protecção da confidencialidade e segurança a que os dados devem estar sujeitos.

Também no sentido da criação de um ambiente comercial favorável ao comércio electrónico, serão promovidas acções que sensibilizem e incutam a confiança nos consumidores e que favoreçam as melhores práticas por parte das empresas, em especial das PME. A Administração Pública deverá dar, nesse campo, o exemplo.

Princípio 8 — Incentivar a cooperação internacional no domínio do comércio electrónico

Sendo o comércio electrónico uma actividade com implicações internacionais, a intervenção legislativa e regulamentar a desenvolver neste domínio deverá privilegiar a colaboração portuguesa com outras entidades por forma a se obterem consensos a nível comunitário ou internacional.

4 — Áreas de intervenção

A Iniciativa Nacional para o Comércio Electrónico comporta um conjunto de princípios a que já se fez referência, os quais enquadram todas as acções que se inserem nesta iniciativa. Tais acções encontram-se agre-

gadas nas oito áreas de intervenção que a seguir se referenciam.

Para cada uma das áreas de intervenção são apontadas as principais medidas a lançar, tendo por base esta iniciativa nacional, as quais deverão, numa fase posterior, dar lugar a um plano de acções de implementação detalhado.

Área 1 — Promover, divulgar e informar

É fundamental para a economia portuguesa o desenvolvimento do comércio electrónico em Portugal e na Europa. Uma das condições que poderá contribuir para o sucesso de tal desenvolvimento diz respeito à verdadeira consciência por parte das empresas e dos consumidores dos benefícios, vantagens e oportunidades que o comércio electrónico tem para lhes oferecer.

Tal sensibilização é crítica para estimular o investimento em soluções de comércio electrónico. Assim, será apoiada a preparação e o lançamento de campanhas de consciencialização e sensibilização dirigidas às empresas, em especial às PME, bem como aos cidadãos na qualidade de potenciais consumidores e utilizadores do comércio electrónico.

As acções de sensibilização permitirão, por outro lado, encorajar as organizações e associações industriais e empresariais a tornarem públicas as melhores práticas identificadas em projectos piloto em que estejam envolvidas empresas portuguesas no domínio do comércio electrónico. Deverão ser apresentados os resultados de acções de avaliação de outros exemplos e práticas de comércio electrónico em mercados internacionais.

Por forma a facilitar prioritariamente o acesso das PME às diferentes formas de comércio electrónico, serão apoiadas pelo Governo acções que conduzam ao nascimento de centros de competência regionais e locais no domínio do comércio electrónico e da Internet. Nestes centros estarão agregados esforços e competências no sentido de se garantirem, de uma forma rápida, eficaz e a baixos custos, a transferência de conhecimentos, do saber e do saber fazer para as PME naqueles domínios.

Os centros de competência deverão ser de fácil acesso pelas empresas, permitindo a oferta de serviços de consulta, acções de formação, como por exemplo o lançamento de programas de info-literacia para empresas e ainda a disponibilização de aplicações e serviços telemáticos nas áreas do comércio electrónico e da Internet para utilização partilhada por parte das empresas.

Todos os centros deverão funcionar em rede, actuando de uma forma distribuída e tendo por base as mais modernas tecnologias da informação e comunicações.

Será apoiado o lançamento de projectos piloto para as PME, de cujos resultados se possa concluir sobre as melhores práticas para a utilização da Internet como a plataforma de base tecnológica para o comércio electrónico, nomeadamente no *marketing* de produtos e serviços à escala global.

Também no que diz respeito à promoção, divulgação e informação considera-se importante a realização em Portugal de iniciativas, tais como conferências, seminários e *workshops*, englobando especialistas, empresas e organismos nacionais e internacionais. Estas actividades visam o debate e a troca de experiências sobre a vivência da utilização do comércio electrónico e da Internet por parte das empresas e dos consumidores em geral, bem como o estímulo ao diálogo aberto sobre

todos os aspectos críticos para o desenvolvimento do comércio electrónico e da economia digital em Portugal.

É desejável que no quadro da produção de indicadores para a sociedade da informação se identifique o comércio electrónico como área relevante. Neste sentido, será necessária a construção de instrumentos de observação que permitam avaliar o comportamento dos agentes da economia digital em Portugal e a sua inserção no modelo europeu.

Medidas propostas

Medida 1.1 — Apoiar a preparação e o lançamento de campanhas de consciencialização e sensibilização sobre o comércio electrónico dirigidas às empresas, em especial às PME, bem como aos consumidores.

Medida 1.2 — Promover a implementação de centros de competência regionais e locais no domínio do comércio electrónico e da Internet.

Medida 1.3 — Incentivar o lançamento de projectos piloto para as PME, de cujos resultados se possa concluir das melhores práticas, nomeadamente da utilização da Internet como plataforma de base tecnológica para o comércio electrónico.

Medida 1.4 — Apoiar e promover a realização em Portugal de iniciativas, tais como conferências, seminários e *workshops*, englobando especialistas, empresas e organismos nacionais e internacionais, com vista ao debate e troca de experiências sobre a utilização do comércio electrónico e da Internet.

Medida 1.5 — Promover a produção de indicadores estatísticos relativos ao desenvolvimento do comércio electrónico e da economia digital em Portugal.

Área 2 — Criar um quadro regulamentar favorável ao desenvolvimento do comércio electrónico

O comércio electrónico implica uma transformação profunda das práticas vigentes no que respeita às trocas de bens e serviços entre empresas, administração pública e consumidores. Assim, não é de espantar que sejam necessárias alterações no quadro legislativo para propiciar um ambiente favorável a esta nova forma de actuação na economia digital que remova as barreiras existentes ao seu pleno desenvolvimento, assegure o seu reconhecimento legal e estimule a confiança dos diferentes agentes económicos.

Importa, deste modo, estabelecer um novo quadro legislativo favorável à expansão do comércio electrónico. São diversas as adaptações legislativas e regulamentares necessárias para esse efeito. Iremos mencionar algumas das mais prementes.

Factura electrónica

Deverá ser assegurado o reconhecimento jurídico da factura electrónica. Num mundo em que as transacções se processam de computador para computador, não fará sentido exigir que as facturas sejam passadas para papel e arquivadas nesse suporte durante o período estabelecido legalmente.

Trata-se de um custo associado à logística das transacções, exagerado e sem benefícios aparentes no estado actual do desenvolvimento da tecnologia. Com efeito, é hoje possível assegurar a fidedignidade e integridade dos documentos electrónicos por meios de qualidade muito superior aos existentes para o suporte papel. A desmaterialização da factura é uma condição essencial ao desenvolvimento do comércio electrónico.

As empresas que pretendam adoptar a facturação electrónica deverão proceder ao seu registo junto das entidades fiscais para obter a necessária autorização. Para aquelas empresas que prevaricarem, salvo situações de fraude absoluta, não haverá maior penalização do que a revogação da respectiva autorização.

Assinatura electrónica e valor probatório dos documentos em formato electrónico

Introduzir o reconhecimento jurídico da assinatura electrónica é um passo necessário à construção da sociedade da informação.

Deverá igualmente ser regulada a força probatória dos documentos electrónicos aos quais seja aposta uma assinatura digital, ligando-se especial valor àqueles cuja assinatura seja certificada por entidade credenciada por uma autoridade pública a designar.

Entidades de certificação

A utilização de chaves de encriptação assimétricas, uma pública e outra privada, pressupõe a existência de uma autoridade de certificação, mediante a qual é garantida a correspondência biunívoca entre a chave pública e o titular a que ela pertence, se procede à identificação deste último e se atesta a validade da referida chave.

Desenvolver legislação que reconheça a actividade dos prestadores de serviços de certificação é um passo essencial à construção do enquadramento legal subjacente ao reconhecimento jurídico dos documentos em formato digital, devendo essa legislação garantir o princípio de livre acesso ao mercado por parte dos prestadores de serviços de certificação e definir condições que estes devem observar para, se o entenderem, solicitar junto de uma autoridade pública a respectiva credenciação. Esta permitirá que os documentos electrónicos cuja assinatura seja por eles certificada assumam uma especial força probatória.

Defesa do consumidor

O consumidor deve no contexto do comércio electrónico beneficiar do mesmo nível de protecção que já hoje dispõe no comércio tradicional. Assim, não é necessária uma protecção suplementar. O objectivo será reforçar a confiança dos consumidores na utilização das redes digitais através da segurança das transacções, dos pagamentos e do combate às diferentes formas de pirataria informática.

A União Europeia tem vindo a desenvolver um esforço de harmonização legislativa através da elaboração de directivas comunitárias de protecção do consumidor na sociedade da informação. À medida que essas directivas comunitárias, nomeadamente a directiva relativa às vendas à distância, forem transpostas para legislações nacionais, será conseguido um nível adequado de protecção do consumidor no espaço europeu.

O problema, porém, não se dissipa completamente em virtude do carácter global das transacções electrónicas e da disparidade de níveis de protecção do consumidor nas diferentes legislações nacionais. Uma questão que se levanta imediatamente é qual deve ser a legislação aplicável, se a do país do vendedor ou a do país do comprador.

Deverão igualmente ser estabelecidos centros de mediação de conflitos a nível internacional. O grau de confiança dos consumidores irá certamente depender da aceitação prévia e explícita pelos vendedores do

recurso aos centros internacionais de mediação de conflitos.

Protecção da propriedade intelectual

Os direitos de propriedade intelectual deverão ser devidamente acautelados na utilização das redes digitais. A conferência de Genebra da OMPI — Organização Mundial da Propriedade Intelectual estabeleceu um conjunto de princípios de protecção da propriedade intelectual que estão a ser integrados em directivas da União Europeia, nomeadamente a directiva sobre a protecção da propriedade intelectual e sobre a protecção das bases de dados.

Para apoio ao desenvolvimento do comércio electrónico deve ser acelerado o processo de transposição destas directivas comunitárias para o direito nacional.

Conteúdos ilegais e lesivos

Os conteúdos ilegais e lesivos são uma barreira à aceitação plena da Internet e, desse modo, constituem um travão ao desenvolvimento do comércio electrónico.

A União Europeia tem vindo a acompanhar este assunto através do Plano de Acção Comunitário Plurianual para Fomentar a Utilização Segura da Internet [documento COM(97) 582], da publicação do Livro Verde sobre a Protecção dos Menores e da Dignidade Humana nos Serviços Audiovisuais e de Informação [documento COM(96) 483], da comunicação ao Parlamento Europeu sobre conteúdos ilegais e lesivos [documento (96) 487] e da recomendação adoptada pelo Conselho de Ministros da Cultura e do Audiovisual, em Maio de 1998, relativa ao desenvolvimento da competitividade da indústria europeia de serviços audiovisuais e de informação através da promoção de quadros nacionais conducentes a um nível comparável e eficaz de protecção de menores e da dignidade humana.

Esta problemática deverá ser objecto de atenção continuada, em paralelo com o desenvolvimento de sistemas de filtragem e de classificação, de modo que os impactes negativos destes conteúdos sejam minimizados.

Domínios Internet

O sistema de gestão de nomes da Internet permite aos utilizadores a utilização dos sítios através de um nome em vez de um endereço IP. O nome por que são identificadas na Internet é de grande importância para as empresas e outras instituições. A existência de uma estrutura de nomes consistente e em consonância com os direitos comerciais e industriais das organizações empresariais, nomeadamente aqueles que se referem às marcas patenteadas, é uma condição essencial para o comércio electrónico.

Assim, importa acautelar que o regulamento de gestão de nomes do domínio «.pt», que se encontra sob a responsabilidade da FCCN — Fundação para a Computação Científica Nacional, seja revisto para assegurar a máxima protecção aos legítimos interesses das empresas e das restantes instituições públicas e privadas.

Fiscalidade e serviços aduaneiros

O princípio subjacente ao tratamento das transacções efectuadas através do comércio electrónico é de que estas não devem ser objecto de qualquer discriminação positiva ou negativa em relação ao comércio tradicional.

A comunidade internacional tem estado envolvida desde há longos anos na progressiva redução das tarifas aduaneiras sobre o comércio internacional, através do GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) e posteriormente da WTO (World Trade Organization). As tarifas sobre o comércio internacional são encaradas como um obstáculo ao movimento de globalização e de divisão internacional do trabalho.

No contexto da União Europeia os impostos sobre o consumo (IVA e outros) são cobrados no país de residência do consumidor e constituem uma importante receita fiscal dos Estados membros. A característica global do comércio electrónico cria uma nova dificuldade, hoje inexistente para o comércio tradicional, em virtude das perdas fiscais que estas modalidades de transacção podem dar origem.

Assim, é clara a existência de uma desadequação das regras de taxação do consumo, cuja solução tem de ser encontrada no âmbito da cooperação internacional.

Medidas propostas

Medida 2.1 — Proceder à elaboração e publicação de um diploma legal que estabeleça o reconhecimento jurídico da factura electrónica.

Medida 2.2 — Proceder ao enquadramento jurídico da assinatura electrónica e dos prestadores de serviços de certificação.

Medida 2.3 — Reconhecer o valor probatório dos documentos em formato electrónico.

Medida 2.4 — Transpor para a legislação nacional as directivas da União Europeia de protecção dos consumidores na sociedade da informação, nomeadamente a Directiva n.º 97/7/CE, de 20 de Maio, relativa aos contratos à distância e defesa do consumidor, assim como da directiva, em preparação, relativa à protecção jurídica dos serviços que se baseiam ou consistam num acesso condicional.

Medida 2.5 — Transpor para a legislação nacional a Directiva da União Europeia n.º 96/9/CE, de 11 de Março, sobre a protecção de bases de dados e direitos conexos de propriedade intelectual.

Medida 2.6 — Incorporar no ordenamento jurídico português todas as medidas que constam da Iniciativa Europeia do Comércio Electrónico COM (97) 157, de 15 de Abril.

Medida 2.7 — Ratificar e adaptar ao direito interno os instrumentos de direito internacional, em particular dos tratados OMPI. Aderir formalmente aos tratados da OMPI sobre o direito de autor (TODA) e sobre as execuções, interpretações e os fonogramas (TOIEP).

Medida 2.8 — Promover a revisão do regulamento de nomes dos domínios portugueses na Internet.

Medida 2.9 — Participar através da cooperação internacional na definição das regras de tributação do comércio electrónico, subordinada ao princípio de tratamento não discriminatório deste em relação a outras formas de comércio.

Área 3 — Definir uma política para a segurança das transacções electrónicas

O comércio electrónico deve ser dinamizado pelo sector privado, como se referiu.

O papel do Estado na criação de um ambiente de comércio electrónico deve ser orientado pela criação de um regime regulamentar que o estimule, quer a nível nacional quer a nível internacional.

No contexto do comércio electrónico, a segurança das transacções desempenha um papel determinante. Para a atingir há que definir uma política de segurança que se centre nos seguintes eixos: garantia de privacidade dos agentes envolvidos, integridade das transacções efectuadas, possibilidade de assinatura digital das transacções e, ainda, a existência de meios que assegurem a sua não repudição.

A tecnologia da encriptação é fundamental para permitir a implementação dos requisitos acima enunciados. Neste sentido, o papel do Estado deve orientar-se para garantir uma total liberdade de escolha das soluções criptográficas julgadas necessárias pelos agentes económicos, seguindo as directivas internacionais relevantes, designadamente as da OCDE.

O sucesso de uma política nacional de segurança das transacções electrónicas passa pela existência de empresas nacionais com competências nas áreas tecnológicas e de negócio relevantes. Deste modo, o Estado deve fomentar e incentivar a dinamização de empresas de base tecnológica nacional que dominem estas tecnologias.

As redes de comunicações são frequentemente associadas a problemas de segurança, designadamente a perda de confidencialidade e a possibilidade de falsificação. Acontece que com o uso adequado das actuais tecnologias de cifragem é possível atingir níveis de confidencialidade, integridade e autenticação muito maiores do que com os métodos tradicionais usando papel ou microfilme. Como estas características não são do conhecimento do público e dos agentes económicos, é importante lançar campanhas de divulgação dos significativos contributos que as tecnologias de segurança trazem para as transacções electrónicas.

A dinamização e motivação do público em geral para as vantagens do comércio electrónico é essencial. Devem ser usados os actuais meios de comunicação de massas, designadamente jornais, rádio e televisão, para divulgar as novas possibilidades e vantagens do comércio electrónico. É ainda importante a criação de folhetos e documentação de apoio ao uso das novas tecnologias da informação e da comunicação na interacção do Estado, das empresas e dos agentes económicos entre si.

Medida proposta

Medida 3.1 — Definir a política nacional de criptografia mediante a elaboração de um regime que liberalize o uso da criptografia e regule os aspectos relativos à sua utilização nas vertentes importantes para o comércio electrónico.

Área 4 — Promover um ambiente comercial favorável

Sem um ambiente comercial favorável não haverá condições para o desenvolvimento sustentado do comércio electrónico. A aceitação dos processos digitais nas transacções comerciais requer garantia de segurança nos sistemas de informação e de pagamento, contra falhas nos sistemas informáticos, alteração da integridade dos dados armazenados e actos ilícitos.

Assim, é necessário que se promova em colaboração com as associações empresariais e de consumidores a elaboração de um código de conduta do comércio electrónico na Internet.

A generalização de formas seguras de pagamento é outro passo fundamental para gerar confiança nos consumidores e nas empresas. Nos últimos anos, tem havido

um crescimento muito significativo dos pagamentos electrónicos, nomeadamente em Portugal através da rede Multibanco e dos terminais de venda POS. A utilização crescente de cartões pré-pagos do tipo porta-moedas electrónico contribui igualmente para a divulgação das modalidades electrónicas de pagamento.

O desenvolvimento internacional do protocolo SET (*secure electronic transactions*), em que estão envolvidas as redes mundiais de cartões de crédito (Visa, Mastercard e American Express) e que tem contado com a participação activa do sistema bancário português, particularmente através da SIBS e da UNICRE, cria a expectativa de meios de pagamento seguros nas redes digitais.

A criação de centros de mediação e de arbitragem de conflitos ou litígios decorrentes da utilização do comércio electrónico é um meio essencial para gerar confiança nos consumidores. Estes centros deverão existir em cada país assim como numa escala transnacional em resultado da cooperação internacional.

A verificação das condições de segurança por parte das empresas que recorrem ao comércio electrónico e a aceitação por estas do recurso a centros de mediação e arbitragem de conflitos é uma componente relevante na imagem de confiança a transmitir aos consumidores, através da certificação das entidades que satisfaçam essas condições.

Deste modo, será fundamental promover as condições para a certificação de entidades que assegurem transacções comerciais electrónicas em segurança.

O investimento numa infra-estrutura nacional de telecomunicações capaz de oferecer serviços e soluções inovadoras de elevada qualidade, bem como largura de banda no acesso às redes digitais com preços atractivos no contexto do mercado mundial, é uma condição essencial para aumentar a competitividade das empresas portuguesas.

Assim, estabelecer regras de concorrência que conduzam ao desenvolvimento da infra-estrutura nacional de telecomunicações é uma questão de interesse nacional, que deverá servir de enquadramento permanente à regulação do sector das telecomunicações. Em particular, deve ser facilitado o acesso de novas empresas ao mercado, a criação de condições para o desenvolvimento do mercado assente na convergência entre diferentes tecnologias e combatidas todas as formas de abuso de posição dominante.

Medidas propostas

Medida 4.1 — Promover com as associações empresariais e de consumidores a elaboração de um código de conduta do comércio electrónico na Internet.

Medida 4.2 — Colaborar com as organizações internacionais na criação de centros internacionais de mediação e arbitragem de conflitos no comércio electrónico e promover com as associações empresariais e de consumidores a criação de um centro de mediação e arbitragem de conflitos, do mesmo tipo, nacional.

Medida 4.3 — Promover a criação, no âmbito das entidades de protecção ao consumidor, de uma página na Internet onde se possam apresentar queixas devidamente fundamentadas contra ilícitos praticados por via do comércio electrónico.

Medida 4.4 — Incentivar, em colaboração com as associações empresariais e de consumidores, o estabe-

lecimento de uma organização certificadora das entidades que ofereçam comércio electrónico em segurança.

Medida 4.5 — Aplicar no mais breve espaço de tempo as disposições comunitárias que promovam a existência de condições que garantam às empresas nacionais a oferta de infra-estruturas de suporte ao comércio electrónico competitivas, face às suas concorrentes estrangeiras.

Medida 4.6 — Estabelecer condições de regulação do sector das telecomunicações conducentes à oferta de serviços inovadores com uma relação qualidade-preço competitiva no mercado mundial.

Área 5 — Aplicar na Administração Pública os princípios enunciados para a iniciativa do comércio electrónico

O Estado representa uma parcela importante dos negócios das empresas. Deste modo, a adopção de políticas incentivadoras do uso do comércio electrónico pela Administração Pública representa, decerto, um forte impulso para a sua rápida implantação. O simples uso de meios de comércio electrónico pela Administração Pública representa, por si só, um mercado de dimensão suficiente para assegurar a massa crítica necessária que garanta o sucesso do comércio electrónico.

Por outro lado, as necessidades de trocas de informação dentro da própria Administração Pública, quer verticalmente dentro de cada ministério, quer entre ministérios, permitirá uma optimização de meios e recursos significativa. Além disso, o uso de alguns dos paradigmas do comércio electrónico — como o EDI — como veículos para aumentar a eficácia das trocas de informação entre ministérios, poderá permitir a reanálise de fluxos de informação e a sua implementação segundo modelos mais eficientes e eficazes.

A desmaterialização dos procedimentos de trocas de informação dentro da Administração e com os agentes económicos deve ser fortemente incentivada.

A classificação da informação de carácter público e a disponibilização de informação junto dos cidadãos e das empresas, designadamente através da Internet, poderão ser meios privilegiados para dinamizar o aparecimento de diversas actividades que acrescentem valor a essa informação.

Uma abrangente e rápida introdução dos novos paradigmas facultados pelos meios de comunicação electrónica exige que os funcionários e agentes do Estado estejam aptos e habilitados na utilização desses meios. Torna-se assim urgente promover programas de formação dos funcionários da Administração para incentivar a sua adaptação e familiarização às novas tecnologias do comércio electrónico. Devem ainda ser criados manuais de procedimentos e práticas correctas de uso das novas tecnologias como um veículo privilegiado para a promoção de um Estado mais aberto e eficaz.

Medidas propostas

Medida 5.1 — Fomentar o uso das transferências electrónicas de documentos na Administração Pública, identificando as áreas onde estas podem ter um maior impacto no aumento da eficiência da Administração.

Medida 5.2 — Adaptar os procedimentos de aquisições da Administração Pública ao comércio electrónico, nomeadamente recorrendo à utilização da transferência electrónica de dados.

Medida 5.3 — Criar condições para que a partir do ano 2001 as aquisições da Administração Pública sejam

maioritariamente efectuadas por meios que o comércio electrónico proporciona.

Medida 5.4 — Promover a formação dos funcionários e agentes da Administração Pública através de programas e acções que os habilitem no uso dos meios electrónicos de comunicação e do comércio electrónico.

Área 6 — Criar um programa de desenvolvimento do comércio electrónico nas PME

As PME devem tomar consciência dos potenciais benefícios do comércio electrónico em termos de poupança, abertura de novos mercados e oportunidades para novos produtos e serviços.

Assim, devem ser promovidas acções com o objectivo de encorajar as organizações e associações industriais, comerciais e empresariais a tornarem públicos estudos de casos, a divulgarem materiais de formação e a estimularem a utilização do comércio electrónico. Este processo poderá envolver agrupamentos industriais, comerciais e empresariais a nível local, nacional e europeu, câmaras de comércio, associações de promoção da tecnologia e grupos de PME, bem como programas de parceria. Importa também incentivar as PME à prática de *benchmarking* com outras empresas a nível internacional.

Os projectos piloto 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. Em muitos casos, as PME não têm recursos para experimentar as novas aplicações, pelo que se justifica a criação de mecanismos de apoio para esse efeito.

Medidas propostas

Medida 6.1 — Criar um programa de apoio ao desenvolvimento de aplicações e de soluções de comércio electrónico para as PME, nomeadamente através de projectos piloto cujos resultados devem ser avaliados e disseminados.

Medida 6.2 — Incentivar o aparecimento de instrumentos que facilitem o acesso por parte das empresas a capital de risco para concretizarem projectos de inovação no sector do comércio electrónico.

Medida 6.3 — Promover iniciativas que possibilitem aos cidadãos e às famílias portuguesas a aquisição de equipamento informático *multimedia*, bem como o acesso às redes digitais de informação em condições economicamente favoráveis.

Área 7 — Educar para a economia digital e para o comércio electrónico no contexto da globalização dos mercados

A rápida implantação do comércio electrónico passa pela existência de uma significativa massa crítica de aderentes a estas novas tecnologias e à percepção das melhorias que estas podem trazer. Para tal é necessário motivar os cidadãos e todos os agentes económicos para as vantagens e aumentos de eficiência resultantes da adopção do comércio electrónico.

A desmaterialização dos meios de suporte de informação e o uso prioritário de comunicações telemáticas dos documentos enfrenta, por vezes, barreiras psicológicas que urge ultrapassar. Torna-se necessário que os cidadãos e as empresas disponham de novas competên-

cias para tratar e manipular com facilidade informação *multimedia* e lidar com as tecnologias da informação. Para atingir este objectivo há que fomentar programas de formação e de dinamização do uso das tecnologias de comunicação digital.

É necessário criar cursos, a todos os níveis de ensino, para ministrar os novos paradigmas desta sociedade em mutação. Os cursos existentes que abordam os temas da economia, finanças e gestão, entre outros, devem ter os seus programas adaptados para contemplar a economia digital e os paradigmas e mecanismos que a suportam.

Os programas de iniciação dos jovens às potencialidades das tecnologias da informação e das comunicações e em especial da Internet devem ser prosseguidos. O Programa Internet na Escola deve ser alargado a mais escolas e deve ser também fomentado o uso da Internet como suporte ao ensino.

As empresas nacionais precisam de dispor de uma permanente capacidade de inovação e de competências que lhes permitam a sua constante adaptação à economia digital. Para as incentivar a inovar e também para promover a formação dos quadros necessários à rápida assimilação dos novos paradigmas da economia digital, a I&D desempenha um papel determinante.

Deverão ser lançados programas de investigação em consórcio que permitam o desenvolvimento de produtos e soluções inovadoras adaptadas ao desenvolvimento de uma economia cada vez mais global.

Medidas propostas

Medida 7.1 — Generalizar a todos os níveis de ensino os conhecimentos sobre a economia digital e a sociedade da informação. Em particular, devem identificar-se as disciplinas onde se ensinam os conceitos básicos de economia, gestão e finanças e promover a sua adaptação para contemplar as novas possibilidades da economia digital e do comércio electrónico.

Medida 7.2 — Lançar programas de formação em tecnologias da informação e das comunicações destinados a todos os escalões etários e sociais para motivar os cidadãos para o uso do comércio electrónico na sua actividade diária.

Medida 7.3 — Definir e criar um programa de I&D em consórcio que permita às empresas nacionais e às instituições de investigação a criação de soluções inovadoras que contribuam para a dinamização do uso do comércio electrónico no nosso tecido económico.

Área 8 — Cooperar com os parceiros internacionais para a implementação do comércio electrónico global

O comércio electrónico é hoje em dia alvo de uma atenção internacional intensa.

As discussões nos diferentes *fora* caracterizam-se por uma sobreposição de trabalhos internacionais, comunitários e nacionais e, também, por uma grande complexidade dos assuntos analisados que resulta do carácter multifacetado do comércio electrónico: direito comercial, protecção de dados e privacidade, protecção do consumidor, política de conteúdos, segurança de dados e de transmissão, fiscalidade, protecção dos direitos de propriedade intelectual, encriptação, normas técnicas, etc.

Aparecem, neste contexto, dois tipos de trabalhos:

Trabalhos de natureza geral, incidindo estritamente sobre o tema do comércio electrónico, que não

introduzem restrições mas antes contribuem para a formação de consensos. Estão, neste caso, os trabalhos desenvolvidos no âmbito da OCDE, as grandes conferências internacionais ou os diálogos transatlânticos (UE/EUA);

Trabalhos mais especializados, incidindo geralmente sobre questões «horizontais» que ultrapassam o quadro estrito do comércio electrónico mas que têm sobre ele um impacte significativo, como por exemplo a protecção da propriedade intelectual. Estes trabalhos são, na maior parte dos casos, levados a efeito no seio de organizações especializadas.

A nível internacional, as questões levantadas pelo comércio electrónico requerem, para além das discussões bilaterais, uma abordagem multilateral.

Neste campo, há que salientar duas organizações — a OMC (Organização Mundial de Comércio) e a OCDE.

No caso da OMC, importa referir que os acordos já concluídos no quadro do Acordo Geral sobre o Comércio de Serviços (ou GATS, General Agreement on Trade in Services) fornecem uma base jurídica para o desenvolvimento do comércio electrónico a nível mundial. Por outro lado, está previsto que, o mais tardar em 1 de Janeiro de 2000, começará um novo ciclo de negociações sobre os serviços em que o comércio electrónico será certamente um dos elementos importantes.

A OCDE, através do seu Comité de Políticas da Indústria da Informação e da Comunicação (ICCP, Industrial Computer and Communication Policy), tem produzido um trabalho continuado ao longo de vários anos, nomeadamente em áreas técnicas, que veio a ter expressão pública na conferência de Turku, na Finlândia, realizada de 18 a 20 de Novembro de 1997, subordinada ao tema Desmantelamento das Barreiras ao Comércio Electrónico Mundial.

Esta conferência teve continuidade na realizada em Otava, no Canadá, de 7 a 9 de Outubro de 1998, intitulada Um Mundo sem Fronteiras.

É essencial, numa perspectiva nacional, o acompanhamento e a participação activa, de forma coordenada, das várias actividades em desenvolvimento a nível comunitário e internacional, nomeadamente nas organizações acima referidas.

Medidas propostas

Medida 8.1 — Assegurar uma coordenação interministerial, entre todos os departamentos envolvidos nos diversos aspectos do comércio electrónico.

Medida 8.2 — Reforçar a cooperação com outros parceiros internacionais no sentido de harmonizar procedimentos relativos ao comércio electrónico, nomeadamente no âmbito da OCDE e da União Europeia.

Medida 8.3 — Apoiar as iniciativas internacionais para o desenvolvimento e a aplicação de *standards* globais de suporte ao comércio electrónico.

ANEXO À INICIATIVA NACIONAL PARA O COMÉRCIO ELECTRÓNICO

No actual momento não existem indicadores disponíveis para uma avaliação do grau de generalização do uso do comércio electrónico na economia portuguesa. Os indicadores disponíveis dizem apenas respeito ao que podemos chamar de infra-estrutura de apoio (números de *hosts*, *servers*, *secure web servers*, estimativas de utilizadores da Internet, etc.) e não especificamente dirigidos à mensuração da actividade em si.

Em suma, o Sistema Estatístico Nacional não está, ainda, capacitado para a mensuração deste tipo de fenómenos estreitamente articulados com a «nova economia» e com a sociedade da informação.

Com o intuito de colmatar esta lacuna, o Observatório das Ciências e das Tecnologias, em estreita articulação com o Instituto Nacional de Estatística, o Instituto das Comunicações de Portugal, o Instituto de Informática do Ministério das Finanças e os Serviços de Estatística do Ministério do Trabalho e da Solidariedade, desenvolveu o processo de abertura de uma nova área de estatísticas oficiais dedicada à sociedade da informação no Sistema Estatístico Nacional.

A abertura desta nova área de estatísticas oficiais concretizou-se no passado dia 8 de Julho, aquando da última reunião do plenário do Conselho Superior de Estatística, ficando, ainda, atribuída ao Observatório das Ciências e das Tecnologias a presidência do grupo de trabalho que dirigirá o processo de recolha, tratamento e disseminação da informação estatística relativa à sociedade da informação.

No quadro desta nova área de estatísticas oficiais estabelece-se um programa integrado de observação e análise do grau de disseminação das dimensões estratégicas da sociedade da informação em Portugal (sendo uma destas o processo de generalização do comércio electrónico no contexto da economia nacional), não esquecendo, naturalmente, a preocupação primordial da produção de informação num registo internacionalmente comparável, tanto em termos europeus quanto no conjunto dos países da OCDE.

No entanto, para que tal preocupação se reflecta no trabalho produzido é imprescindível que se verifique uma prévia concertação de definições, metodologias e procedimentos com a produção que sobre esta área se tem vindo a elaborar nas instâncias internacionais, em particular no Eurostat e na OCDE — processo esse que tem vindo a ser acompanhado pelo Observatório das Ciências e das Tecnologias, bem como pelos restantes organismos presentes neste grupo de trabalho, através da presença de delegações das referidas instituições nas reuniões de discussão de definições de conceitos e das categorias das classificações de actividades económicas e de produtos a inserir no âmbito da sociedade da informação.

É no quadro destas instituições internacionais que se tem vindo a trabalhar no sentido de uma definição do conceito de comércio electrónico — embora, até ao momento, ainda não se tenha produzido uma definição de comércio electrónico perfeitamente consolidada e pronta a ser implementada para a produção de indicadores estatísticos —, especialmente no apuramento do conjunto de actividades/processos que tornam este aspecto particular de comércio distintivo da comercialização tradicional de bens e serviços. Que aspectos relevantes devemos considerar como determinantes na elaboração da definição (devemos focalizar a nossa atenção na apresentação electronicamente mediada de bens e serviços e ou no aspecto preciso da transacção electronicamente efectuada)?

Este leque de preocupações está, desde logo, intimamente ligado com a imprescindível inscrição do comércio electrónico no âmbito global da sociedade da informação, tendo como objectivo analisar esta problemática no seu contexto de conjunto, inserindo-o no campo que lhe deu expressão e potencialidades.