



Comércio eletrónico com oportunidades de peso para crescer ainda este ano

Um selo de segurança que garante a credibilidade das lojas online, a Portugal Digital Week e um evento como o Web Summit, que aponta os holofotes do empreendedorismo mundial para Portugal, são elementos que poderão contribuir para continuar a impulsionar o sector do eCommerce.

[Ler Mais](#) +

acepi

quem somos

associados

acreditação

informação

documentação

comissões

directório

tópicos

► notícias 05.09.2016

[Comércio eletrónico com oportunidades de peso para crescer ainda este ano](#) +

► notícias 31.08.2016

[Número de portugueses que usa a internet para fazer chamadas está a crescer](#) +

► notícias 26.08.2016

[8 em cada 10 famílias portuguesas subscrevem pacotes de serviços de telecomunicações](#) +

► notícias 18.08.2016

[Smartphones já são mais usados do que os computadores nas compras online](#) +

► notícias 11.08.2016

[Segurança dos pagamentos na Europa passa pela biometria](#) +

► eventos 11.10.2016 a 12.10.2016

[Portugal Digital Summit 2016](#) +

► eventos 13.10.2016 a 13.10.2016

[Prémios ACEPI NAVEGANTES XXI](#) +

► notícias 02.09.2016

[Markup quer conhecer hábitos de segurança para lançar novo produto](#) +

► notícias 29.08.2016

[Perto de 100 projetos concorrem ao programa “+Património +Turismo”](#) +

► notícias 23.08.2016

[SAPO lidera ranking de sites mais vistos em Portugal com mobile a crescer](#) +

► notícias 16.08.2016

[Perto de 5 milhões de portugueses em sites de ecommerce](#) +

► notícias 08.08.2016

[Confio.pt é a nova marca de confiança na internet com suporte da ACEPI](#) +

► eventos 10.10.2016 a 14.10.2016

[Portugal Digital Week](#) +

notícias

05.09.2016

Comércio eletrónico com oportunidades de peso para crescer ainda este ano



Um selo de segurança que garante a credibilidade das lojas online, a Portugal Digital Week e um evento como o Web Summit, que aponta os holofotes do empreendedorismo para Portugal, são elementos que poderão contribuir para continuar a impulsionar o sector do eCommerce.

Os mais recentes dados do eCommerce Europe B2C 2016 mostram uma evolução positiva nas vendas online no sul da Europa e sugerem que a tendência é de continuação, nomeadamente em Portugal, que ao longo do ano passado cresceu 15,7%, acima da média.

As compras eletrónicas somaram em toda a Europa 455,3 mil milhões de euros ao longo de 2015, valor que representa uma subida de 13,3% face ao ano anterior. Com um valor de crescimento alguns pontos acima, Portugal gerou um volume de negócios de 3,3 mil milhões.

O país é ainda caracterizado pela existência de 6,1 milhões de internautas - 70% da população com mais de 15 anos - em que 3,1 milhões são compradores online, assumindo uma posição a meio da tabela no índice de performance logística (em 16º lugar) e de facilidade de negócio (em 14º posição).

Os dados do relatório da Ecommerce Europe deixam também antever a continuação da evolução positiva do comércio eletrónico em Portugal para 2016. E oportunidades não faltam ao sector.

Muito recentemente a ACEPI juntou-se à DNS.pt e à DECO para em conjunto criarem um código de conduta para o comércio eletrónico que é o mais avançado do mundo e introduz a obrigatoriedade de adesão a um centro de resolução de litígios.

A iniciativa inclui também o desenvolvimento do selo Confio.pt, que substitui o selo Confiança, pretendendo promover as boas práticas no ecommerce e na utilização da Internet, em geral, garantir a credibilidade das lojas online, e a segurança para os ciberconsumidores.

Desenvolvido em parceria com a associação europeia Ecommerce Europe, o selo também permitirá às empresas portuguesas apresentarem-se no mercado internacional de comércio eletrónico em pé de igualdade com as suas congéneres internacionais, e assim aproveitarem as enormes oportunidades do sector.

Portugal Digital Week e Web Summit

As empresas ligadas ao comércio eletrónico têm nos próximos dois meses oportunidades distintas para acederem a mais dados, expertise e mesmo oportunidades de negócio em mais uma Portugal Digital Week.

A iniciativa promovida pela ACEPI decorre de 10 a 14 de outubro e inclui um vasto leque de iniciativas, entre as quais a conferência Portugal Digital Summit, os Prémios Navegantes XXI e o Dia das Compras na Net.

02.09.2016

Markup quer conhecer hábitos de segurança para lançar novo produto



A Markup está a levar a cabo um estudo de mercado sobre segurança e privacidade da informação pessoal na internet. Em vista está a possibilidade de lançar um novo produto ou serviço.

O questionário recolhe a informação sobre os hábitos de utilização da internet ao mesmo tempo que pretende apresentar de forma pedagógica os riscos associados e avaliar a preocupação do utilizador perante essas ameaças.

O roubo de identidade e outras utilizações indevidas de dados pessoais e empresariais e os danos financeiros e reputacionais são alguns dos temas abordados.

A participação neste estudo é para maiores de 18 anos que poderão responder acedendo [a este link](#).

31.08.2016

Número de portugueses que usa a internet para fazer chamadas está a crescer



O número de portugueses que faz chamadas telefónicas através de plataformas digitais aumentou de 8,6% registados em 2012 para 26,6% em junho deste ano.

A percentagem traduz-se em cerca de 2,3 milhões de pessoas, residentes em Portugal Continental, que nos últimos 30 dias anteriores ao estudo realizaram chamadas VoIP.

Os dados indicam ainda que são os indivíduos entre os 15 e os 44 anos que mais usam a internet pra fazerem chamadas telefónicas. As regiões da Grande Lisboa e Sul são as mais representativas.

A taxa de penetração é também superior ao valor médio junto dos estudantes (55,6%) e nos Quadros Médios e Superiores (48,5%), revela a Marktest.

29.08.2016

Perto de 100 projetos concorrem ao programa “+Património +Turismo”



As candidaturas que passam para a fase seguinte, e que venham a ser selecionadas para apoio, podem ver atribuído ao seu projeto até 500 mil euros.

No total, foram 95 os projetos que se candidataram ao programa “+Património +Turismo”, promovido pela Portugal Ventures e pelo Turismo de Portugal para estímulo ao empreendedorismo e à inovação no sector.

As candidaturas submetidas no portal da Portugal Ventures, de 16 de junho a 31 de julho, revelam que as startups de base tecnológica (37 candidaturas) e as associadas a atividades de animação turística (27 candidaturas) foram as que mais propostas agregaram.

Esta foi a primeira vez que os jovens empresários do Turismo tiveram ao seu dispor, este programa que tem um valor global previsto de 10 milhões de euros, estando enquadrado na Estratégia Nacional para o Empreendedorismo StartUP Portugal que pretende estimular o aparecimento de startups e de novos negócios.

O número de candidaturas reunidas traduz, segundo os promotores do programa, o grande interesse pela iniciativa “e constitui um excelente ponto de partida para o processo de seleção das propostas de valor que, associadas ao turismo, mais contribuam para a valorização do património cultural e natural do país”, consideram.

26.08.2016

8 em cada 10 famílias portuguesas subscrevem pacotes de serviços de telecomunicações



O número de subscritores de pacotes de telecomunicações em Portugal subiu para 3,35 milhões no segundo trimestre de 2016, de acordo com o mais recente relatório da Anacom sobre o sector.

Tal significa que, no mesmo período, 8,2 em cada 10 famílias dispunham de um pacote de serviços de comunicações eletrónicas. As variantes 3P e 5P foram as ofertas mais procuradas.

Os valores atingidos no final de junho representam um crescimento de 1,4% face ao trimestre anterior e mais 7,6% quando comparados em termos homólogos.

O crescimento do número de subscritores de serviços em pacote resultou, maioritariamente, do aumento dos clientes de pacotes quintuple play (5P), que registaram mais 61.000 subscritores no segundo trimestre de 2016, e dos pacotes triple play (3P), cujo número de subscritores aumentou em 22.000 neste período.

As ofertas 3P - com serviço telefónico fixo, banda larga fixa e televisão por subscrição - têm 1,37 milhões de subscritores (40,9% do total) e os pacotes 5P - com banda larga móvel e o serviço telefónico móvel além dos outros três serviços - têm 1,34 milhões de subscritores (39,9% do total).

Entre as operadoras, a MEO lidera com uma quota de serviços em pacote de 39,9%, seguida muito de perto pela NOS, com 39,8%. A Vodafone tem 15,1% do mercado e assume a terceira posição do ranking, embora tenha sido a empresa que mais aumentou a sua representatividade. O Grupo APAX - Cabovisão e ONI – surge a seguir, com uma quota de 5,2%.

As receitas dos serviços de comunicações eletrónicas em pacote cresceram 12,7% em comparação com o mesmo período do ano anterior para os 831 milhões de euros. Mais de metade destas receitas (53,9%) teve origem em ofertas quintuple play (5P). A receita média mensal por subscritor foi de 41,96 euros, uma subida de 3,6% em termos homólogos.

23.08.2016

SAPO lidera ranking de sites mais vistos em Portugal com mobile a crescer



Em julho, mais de um terço das páginas dos sites auditados pela Marktest foram visitadas através de equipamentos móveis.

No conjunto dos 88 sites que compõem o ranking, o consumo mobile representou 36,1% das páginas vistas, comparativamente aos 33% registados em junho.

Em 25 desses sites, o acesso através de plataformas mobile chegou a corresponder a mais de metade do seu tráfego total. São exemplo o jornal A Bola, o Record e o Correio da Manhã, classificados, respetivamente em segundo, terceiro e quarto lugar do ranking geral em número de utilizadores.

O SAPO voltou a ser o portal mais visitado pelos internautas portugueses no período analisado, entre os serviços auditados pela Marktest, somando mais de 39,3 utilizadores únicos.

18.08.2016

Smartphones já são mais usados do que os computadores nas compras online



Os dispositivos móveis ultrapassaram os computadores nas compras através da internet no primeiro trimestre deste ano. Os dados são relativos ao mercado norte-americano mas servem de referência para o resto mundo.

De acordo com um estudo da Demandware, uma empresa comprada recentemente pela Salesforce.com, os smartphones representaram 45,1% do tráfego os sites de ecommerce, face aos 45% dos computadores, entre janeiro e março.

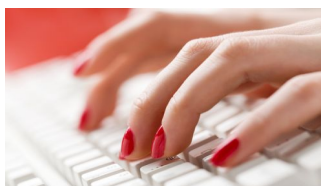
A diferença, agora mínima, deverá continuar a crescer nos próximos meses, prevendo-se que no final de 2017 os dispositivos móveis sejam responsáveis por 60% de todo o tráfego em sites de comércio eletrónico, avança a Bloomberg, [que cita o relatório](#).

A análise revela contudo que a taxa de concretização de compras continua a ser mais reduzida nos smartphones, mais precisamente 11% abaixo do registado entre os computadores.

De qualquer modo, do segundo trimestre de 2013 ao final de 2015, as receitas provenientes de ecommerce móvel triplicaram, refere o artigo, apontando um estudo da ComScore.

16.08.2016

Perto de 5 milhões de portugueses em sites de ecommerce



Na primeira metade deste ano, 4,92 milhões de portugueses acederam a lojas online. O valor representa 83,1% dos internautas em Portugal.

Os dados são do Netpanel meter da Marktest e revelam que neste período, foram visitadas 1.535 milhões de páginas de sites de ecommerce, numa média de 312 por utilizador.

O tempo total de navegação nestes sites ultrapassou 16 milhões de horas, uma média de 3 horas e 17 minutos por utilizador.

Os valores deste primeiro semestre ficaram ligeiramente abaixo dos registados pela mesma análise em idêntico período do ano passado. Entre janeiro e junho de 2015, 5,23 milhões de portugueses, ou 86,7% dos cibernautas, visitaram sites de ecommerce.

11.08.2016

Segurança dos pagamentos na Europa passa pela biometria



A confiança nos pagamentos eletrónicos tem vindo a crescer, mas um estudo da VISA mostra que os europeus confiam mais no uso de sistemas de autenticação biométricos. 40% querem usá-los nas compras online.

No que toca às transações financeiras eletrónicas, 73% dos europeus consideram que uma autenticação de dois fatores representa uma forma muito mais segura, ágil e fácil de realizar pagamentos. Estes podem ser dados biométricos, palavras-passe ou códigos PIN.

Entre os inquiridos pela VISA, 68% afirmaram estar dispostos a utilizar a biometria como meio de reconhecimento do titular da conta associada ao processo de pagamento eletrónico, isto tendo em conta que quase um terço (31%) das pessoas abandonam uma compra pela internet devido ao processo de segurança de pagamento.

Mais de metade (51%) dos cidadãos europeus abrangidos pelo estudo acreditam que a aplicação da identificação biométrica aos processos de pagamento seria um fator de melhoria da experiência do utilizador, tornando-os mais rápidos e mais simples. Por outro lado, 33% consideram que a biometria seria uma medida de segurança adicional em caso de roubo ou perda do dispositivo de pagamento.

Apesar de ser cada vez maior o portfolio de tecnologias de identificação biométrica, este estudo revelou que 81% dos inquiridos ainda veem a análise de impressões digitais como o método mais seguro de autenticação eletrónica.

O scan da retina fica em segundo lugar na lista das preferências de segurança biométrica. Os métodos de autenticação por meio de voz e reconhecimento facial são os menos preferidos pelos europeus para realizar pagamentos (12% e 15%, respetivamente), seja online ou na loja física.

O estudo revela ainda que 48% dos inquiridos estão dispostos a utilizar o pagamento via autenticação biométrica nos transportes públicos; 47% querem utilizar esta tecnologia em bares e restaurantes; 46% querem este mecanismo em estabelecimentos de pequeno comércio; 40% querem usar biometria em compras online; e 39% aplicavam-na para fazer downloads.

08.08.2016

Confio.pt é a nova marca de confiança na internet com suporte da ACEPI



A ACEPI juntou-se à DNS.pt e à DECO numa iniciativa pioneira para aumentar credibilização e impulsionar o desenvolvimento nacional e internacional do comércio eletrónico português.

As associações estão a trabalhar em conjunto e criaram um código de conduta para o comércio eletrónico que é o mais avançado do mundo e introduz a obrigatoriedade de adesão a um centro de resolução de litígios. A iniciativa inclui também o desenvolvimento do selo Confio.pt, que substitui o selo Confiança Online da ACEPI e que dá acesso imediato ao selo europeu, o Trust eCommerce Europe.

A iniciativa está assente no protocolo assinado entre a ACEPI - Associação da Economia Digital, a Associação DNS.PT e a DECO - Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor, e promove as boas práticas no comércio eletrónico e na utilização da Internet, em geral, garantir a credibilidade das lojas online, e

a segurança para os consumidores nas compras online.

Esta iniciativa inédita culmina hoje com o lançamento da nova marca de confiança na Internet, o selo CONFIO, que envolve também a parceria com a associação europeia Ecommerce Europe, através da qual é também disponibilizado o Selo Digital Europeu – o “Trust Ecommerce Europe, que permitirá às empresas portuguesas apresentarem-se no mercado internacional de comércio eletrónico em pé de igualdade com as suas congéneres internacionais, e assim aproveitarem as enormes oportunidades de um setor em franco crescimento em Portugal, na Europa e no resto do mundo.

Luisa Gueifão, presidente da Associação DNS.PT, assegura que “a possibilidade de nos associarmos como parceiro ativo de uma iniciativa nacional de atribuição de um selo de confiança a websites é mais um dos reflexos daquilo que tem sido o nosso trabalho no sentido de promover uma Internet onde os consumidores, e os utilizadores em geral, naveguem com confiança e segurança”. Com o selo CONFIO as associações estão a dar mais confiança a quem navega na Internet, promovem a utilização segura da Rede e, consequentemente, do comércio eletrónico. “Esta circunstância acaba por ter impacto no crescimento económico das empresas sendo que ao criar mais riqueza promovemos também a presença de Portugal na Internet”.

Também Alexandre Nilo da Fonseca, presidente da ACEPI, aposta no impulso que a iniciativa pode trazer e a credibilização do mercado. “Com o lançamento do novo CONFIO.PT, que substitui o Selo Confiança Online gerido pela ACEPI durante a última década, pretendemos garantir uma confiança adicional para os Consumidores Digitais e, dessa forma, garantir um crescimento do Comércio Eletrónico em Portugal. Por último, o lançamento em simultâneo do selo Digital Europeu – Trust - da responsabilidade dum organismo de elevado prestígio a nível europeu, o Ecommerce Europe, é um garante adicional para os Consumidores Internacionais de que os Sites portugueses seguem as melhores práticas e regras internacionais no Comércio Eletrónico.”

Preocupada com a proteção dos consumidores, a DECO foca a sua abordagem nesta área. Vasco Colaço, presidente da associação, refere que “os principais problemas que os consumidores encontram na utilização da Internet em geral e na contratação eletrónica em particular, prendem-se com a proteção dos seus dados pessoais, segurança dos meios de pagamento e a salvaguarda dos seus direitos. O objetivo do CONFIO vai justamente no sentido da prevenção e resolução daqueles problemas, oferecendo aos consumidores a garantia de compra de bens e contratação de serviços em websites de confiança, que respeitam um conjunto de boas práticas comerciais designadamente mais segurança na contratação online, respeito pelos direitos dos consumidores, bem como a adesão das empresas a uma entidade de resolução alternativa de litígios, em caso de conflito.

E por isso destaca o salto qualitativo que pode trazer na confiança e proteção dos consumidores. “O Selo CONFIO foi desenvolvido com base num inovador Código de Conduta que estabelece um conjunto de regras e boas práticas relativas ao comércio eletrónico e à utilização da Internet em geral, as quais são aceites por todos os profissionais e entidades aderentes, e que introduz pela primeira vez a obrigatoriedade de adesão a um centro de resolução de litígios online por parte de todas as entidades aderentes e acreditadas”.

As regras e boas práticas constantes deste Código (disponível em www.confio.pt) são de aplicação obrigatória a todos os atos e contratos realizados no âmbito do processo de acreditação e atribuição do Selo de Confiança no âmbito do relacionamento comercial online entre profissionais aderentes e consumidores.

A acreditação dos sites, quer sejam informativos ou comerciais, é feita com recurso à plataforma www.confio.pt e assenta no cumprimento do Código de Conduta e do Regulamento. O Selo Confio é formalmente atribuído pela Associação DNS.PT, que tem a responsabilidade de entidade acreditadora ao abrigo da missão e atribuições que lhe estão conferidas no âmbito do referido protocolo através de um processo de auditoria externa pautada por critérios de rigor técnico, independência, objetividade, e transparência.

O processo de auditoria é feito online e há um acompanhamento permanente e uma reavaliação anual dos sites acreditados. As entidades que estejam acreditadas com o selo CONFIO poderão aderir automaticamente ao Selo CONFIO Europeu da responsabilidade do Ecommerce Europe. O selo constitui o comprovativo, materializado num logótipo em formato digital, atribuído ao titular do website que seja acreditado na sequência de processo prévio e credível de auditoria.

O Selo “Confio” é reconhecido como uma marca de credibilidade nos negócios digitais, logo os websites acreditados transmitem aos visitantes e utilizadores uma maior segurança, transparência, integridade e uma maior garantia de qualidade na informação e serviços prestados. O selo atribuído ao website é colocado de forma visível na respetiva homepage e tem uma ligação à página comprovativa da acreditação do site. O custo do selo é definido em função do volume de faturação das entidades requerentes, variando entre os 75€/ano e os 1.250€/ano.

Além dos sites também os Blogs poderão solicitar o selo. Às entidades já acreditadas pelo selo de Acreditação da ACEPI - Confiança Online será atribuído o Selo Confio, após uma verificação gratuita à sua conformidade com as regras de conduta definidas pelo novo Código.

No caso de serem necessárias eventuais alterações as entidades acreditadas disporão de um prazo razoável para as eventuais alterações que se revelem necessárias ao cumprimento das novas regras.

Os sites já acreditados serão informados sobre o processo de transição para o novo Selo Confio, não havendo custos envolvidos com esta mudança, e poderão fazer a transição para o selo Confio até ao dia 30 de Setembro de 2017 desde que aceitem aderir às regras definidas pelo novo Código de Conduta. A partir desta data a ACEPI extinguirá o selo Confiança Online.

11.10.2016 a 12.10.2016

Portugal Digital Summit 2016

A ACEPI irá reunir num amplo espaço de debate em torno das temáticas da Economia e da Sociedade Digital os principais Keynotes, os responsáveis das empresas, as organizações e autoridades nacionais e internacionais.

► 10.10.2016 a 14.10.2016

Portugal Digital Week +

► 13.10.2016 a 13.10.2016

Prémios ACEPI NAVEGANTES XXI +

// Patrocinador Institucional



// Patrocinadores Principais



// Patrocinadores



// Membro de



// Parceiros e Apoios



siga-nos:



comissões

PUB eAdvertising

eBusiness

€ eFinance

eMobile

eProcess

eRetail