

**Mercado digital**

**Regras pouco  
claras e custos  
são entrave  
a novas  
empresas**

## Regras pouco claras e custos são entrave para novas empresas

**A Autoridade da Concorrência está a fazer uma consulta ao mercado digital, entre os problemas que irá ver identificados como um entrave para os novos “players” estão a incerteza criada pelas regras do setor e os custos para as empresas.**

JOÃO MALTEZ  
[jmaltez@negocios.pt](mailto:jmaltez@negocios.pt)

**A**s leis que regulamentam o funcionamento do mercado digital, como a do comércio online ou a dos novos modelos de serviços financeiros, são pouco claras. Mais, começar a competir no mundo dos negócios online exige custos pouco suportáveis. Para os advogados que lidam com as novas tecnologias e o Direito da Concorrência, os aspetos referidos são vistos como um entrave à entrada de novos “players”, assim como respondem a algumas das dúvidas deixadas pela Autoridade da Concorrência, no âmbito de uma consulta pública que, até meados de dezembro, está a fazer junto do chamado mercado digital.

“O que dificulta a atividade de quem queira entrar neste mercado não são tanto as exigências que resultam da lei, mas antes a própria incerteza dessas regras, a falta de consenso relativamente à sua interpretação e, até mesmo, em alguns casos, a própria omissão de regras que regulem a atividade”, sublinha Martim Bouza Serrano, sócio da CCA.

O mesmo advogado defende que era “importante que existisse uma maior proximidade entre os reguladores e as empresas, principalmente com aquelas que estão agora a entrar no mercado digital”. Nomeadamente, através de um “acompanhamento mais próximo das empresas, disponibilizando canais diretos que permitam resolver dúvidas que tenham e que são tantas vezes decisivas para o lançamento dos seus projetos”.

Para Bouza Serrano, “o papel dos reguladores não tem de se li-



Níveis de literacia digital no país continuam a ser baixos, o que funciona como um problema para as empresas que entram neste mercado.

mitar à sua função de fiscalização devendo estes assumir, cada vez mais, um papel de orientação, ajudando as empresas a enquadrar da melhor forma as suas atividades”.

Dependendo da natureza do negócio e do setor de atividade, as

**Empresas têm falta de recursos humanos e financeiros para dar cumprimento ao que está regulamentado.**

empresas que queiram entrar no chamado mercado digital em Portugal “precisam de ter meios de ordem financeira e técnica para garantir que cumprem um conjunto de requisitos legais básicos”, defende Pedro Lomba, sócio da PLMJ.

Em sua opinião, não são instrumentos legais que criam dificuldades às empresas, porque “são necessários e importantes para assegurar um ‘level playing field’ e o respeito pelos direitos dos clientes destas empresas”. Ou seja, a dificuldade não está na exigência da regulamentação em si mesma, mas “na capacidade das empresas disporem dos meios financeiros e humanos para asse-

gurar a gestão de todo o feixe de obrigações legais a que estão sujeitas”, frisa o advogado Pedro Lomba.

Pedro Marques Bom, advogado especialista em Direito da Concorrência e sócio da Cuatrecasas, lembra que o mercado digital “ainda é muito controlado por plataformas, ou ‘gatekeepers’, que agregam fornecedores de um lado, a tentar vender, e consumidores do outro, a procurar comprar, criando um efeito de rede que beneficia operadores maiores e já instalados”.

Isto significa que as empresas que queiram entrar no comércio eletrónico poderão, “num primeiro momento, ter de enfrentar os

# Carga tributária é também problema no mercado digital

denominados 'gatekeepers' para conseguir 'distribuir' os seus produtos e chegar aos consumidores. Daqui pode resultar uma maior barreira à entrada e alguma tendência para uniformização de preços", frisa Pedro Marques Bom.

"Os níveis de literacia digital e financeira em Portugal continuam relativamente baixos, apesar das iniciativas do Governo no âmbito da transição digital e capacitação das pessoas e empresas", frisa, por seu turno, Gonçalo Machado Borges, sócio da Moraes Leitão, apontando um dos problemas para quem quer entrar no mercado.

Segundo adianta, em setores como as fintech e insurtech, as queixas prendem-se sobretudo com "dificuldades no acesso aos dados de clientes – bancários ou históricos de sinistros, por exemplo". Há a ideia de que as grandes plataformas, beneficiando da quantidade massiva de dados que recolhem junto dos utilizadores, dificultam a entrada de novos agentes no mercado, mas segundo Machado Borges, mesmo neste plano, e algumas matérias "já registam grandes melhorias." ■

No âmbito do Direito da Concorrência, a atividade empresarial no setor digital no nosso país é perturbada por algum requisito legal ou regulatório desnecessário? A incerteza jurídica ou a carga fiscal comum a outros setores são apontadas como aspetos pouco amigos das empresas que querem entrar nos negócios do mundo online.

"A atividade económica no setor digital abarca uma imensidão de serviços, e-commerce, marketplaces, a oferta de serviços financeiros em modelos inovadores – o fintech e insurtech –, redes sociais, cloud computing, marketing digital... a lista é inter-

minável", evidencia Gonçalo Machado Borges, sócio da Moraes Leitão. Face a esta diversidade acaba por ser difícil identificar apenas um problema.

Contudo, apontando para o e-commerce, por exemplo, entre as dificuldades com que as empresas se deparam está, "certamente, a incerteza jurídica resultante de legislação dispersa e antiga", frisa Machado Borges. Além do mais, salienta, "a fragmentação de competências de quem fiscaliza também não ajuda".

Em geral, frisa Pedro Lomba, sócio da PLMJ, a atividade empresarial no setor digital em Portugal "é perturbada por um regi-

me de tributação que não é "amigável" das empresas, o que dificulta a atração de talento altamente qualificado".

Neste sentido, Pedro Lomba defende que "é preciso ver como é que o Plano de Recuperação e Resiliência (PRR) vai ajudar a estabelecer certos equilíbrios para as empresas – especialmente, as PME e start-ups – altamente impactadas pela inovação.

"Embora não existam requisitos legais ou regulatórios que sejam manifestamente desnecessários, existem enormes exigências regulatórias que não facilitam a atividade daquelas empresas que estão a iniciar a sua ati-

vidade", afirma Martim Bouza Serrano, sócio da CCA.

Assim, o mesmo advogado defende que era importante que "fossem criados ambientes (sandboxes)" que permitissem às empresas, durante um determinado período de tempo e sujeitas a algumas exigências mínimas, disponibilizar ao público as suas soluções e ideias.

"A criação de um ambiente controlado, mas temporariamente desprendido das exigências regulatórias ou legais, permitiria às novas empresas testarem as suas soluções e aferirem da viabilidade dos seus projetos em ambiente real." ■



**Plataformas ou 'gatekeepers' [criam] um efeito de rede que beneficia operadores maiores e já instalados.**



**Existem enormes exigências regulatórias que não facilitam a atividade daquelas empresas que estão a iniciar a sua atividade.**



**No e-commerce, por exemplo, o problema é a incerteza jurídica resultante de legislação dispersa e antiga.**



**A atividade no setor digital, como em muitas outras áreas, é perturbada por um regime de tributação não amigo das empresas.**



**PEDRO MARQUES BOM**  
Sócio da Cuatrecasas



**MARTIM BOUZA SERRANO**  
Sócio da CCA Law



**GONÇALO MACHADO BORGES**  
Sócio da Moraes Leitão



**PEDRO LOMBA**  
sócio da PLMJ

**A fragmentação de competências de quem fiscaliza também não ajuda as empresas do mercado digital.**