



# CÓDIGO DE CONDUTA





## Preâmbulo

“Considerando a relevância e sensibilidade das matérias que integram o perímetro de atuação do comércio eletrônico, entende-se ser necessário garantir que, a par das normas jurídicas que versam já sobre essas matérias, surja uma outra regulação, de segundo grau, de cariz essencialmente ético e deontológico, que reforce, com caráter de generalidade, a imperatividade de um conjunto essencial de regras e princípios ordenadores do setor em causa e que traduza, em bom rigor, o acervo das melhores práticas nacionais e internacionais aplicáveis nos diferentes domínios e dimensões do comércio eletrônico e dos demais relacionamentos em linha. Neste sentido, recorde-se que a própria lei do comércio eletrônico (aprovada pelo Decreto-Lei n.º 7/2004, de 7 de janeiro, na redação atual conferida pela Lei n.º 46/2012, de 29 de agosto) incentiva, no seu Capítulo VII, a adoção de Códigos de Conduta, em linha, aliás, com o comando programático inscrito pelo legislador comunitário no artigo 16.º da Diretiva 2000/31/CE (“Diretiva sobre o Comércio Eletrónico”).

Nestes termos, o presente Código de Conduta vem estabelecer um conjunto de regras e boas práticas relativas ao comércio eletrônico, as quais são aceites por todos os profissionais e entidades aderentes. Tais regras e boas práticas são de aplicação obrigatória a todos os atos e contratos realizados no âmbito do processo de adesão ao CONFIO e que respeitem ao relacionamento comercial *online* entre profissionais aderentes e consumidores”.

---



# Índice

|  |           |
|--|-----------|
| <b>CAPÍTULO I – DISPOSIÇÕES GERAIS .....</b>   | <b>1</b>  |
| ARTIGO 1.º ÂMBITO DE APLICAÇÃO .....   | 1         |
| ARTIGO 2.º DEFINIÇÕES .....  | 2         |
| <b>CAPÍTULO II – DISPOSIÇÕES ESPECIAIS.....</b>  | <b>5</b>  |
| <b>SECÇÃO I - PUBLICIDADE .....</b>  | <b>5</b>  |
| ARTIGO 3.º PRINCÍPIOS GERAIS .....   | 5         |
| ARTIGO 4.º PUBLICIDADE DIRIGIDA A MENORES.....   | 6         |
| ARTIGO 5.º COMUNICAÇÕES NÃO SOLICITADAS – SPAM.....                                    | 6         |
| <b>SECÇÃO II – COMÉRCIO ELETRÓNICO.....</b>  | <b>7</b>  |
| ARTIGO 6.º LEI APLICÁVEL.....  | 7         |
| ARTIGO 7.º INFORMAÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS.....  | 7         |
| ARTIGO 8.º ORDEM DE ENCOMENDA .....  | 10        |
| ARTIGO 9.º EXECUÇÃO DO CONTRATO .....  | 11        |
| ARTIGO 10.º DIREITO DE LIVRE RESOLUÇÃO.....  | 12        |
| ARTIGO 11.º PAGAMENTO.....   | 14        |
| ARTIGO 12.º ÓNUS DA PROVA .....  | 14        |
| ARTIGO 13.º DIREITO À REPARAÇÃO DE DANOS.....  | 14        |
| ARTIGO 14.º PRINCÍPIO DO TRATAMENTO MAIS FAVORÁVEL DO CONSUMIDOR .....                 | 14        |
| <b>CAPÍTULO III – RECLAMAÇÕES E RESOLUÇÃO DE LITÍGIOS.....</b>                         | <b>15</b> |
| ARTIGO 15.º SISTEMA DE RECLAMAÇÕES.....  | 15        |
| ARTIGO 16.º RESPOSTA E MEDIAÇÃO DAS RECLAMAÇÕES.....                                   | 15        |
| <b>CAPÍTULO IV – PRIVACIDADE, SEGURANÇA E MENORES.....</b>                             | <b>16</b> |
| <b>SECÇÃO III – PRIVACIDADE E SEGURANÇA.....</b>                                       | <b>16</b> |
| ARTIGO 17.º TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS.....  | 16        |
| ARTIGO 18.º DEVERES DE INFORMAÇÃO AQUANDO DA NAVEGAÇÃO NO WEBSITE DO PROFISSIONAL..... | 18        |
| ARTIGO 19.º PUBLICIDADE POR E-MAIL.....  | 18        |
| ARTIGO 20.º SEGURANÇA E PRIVACIDADE .....  | 19        |
| ARTIGO 21.º PROTEÇÃO DOS DIREITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E INDUSTRIAL .....        | 20        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>SECÇÃO IV – PROTECÇÃO DE MENORES.....</b>  | <b>20</b> |
| ARTIGO 22.º PRINCÍPIOS.....   | 20        |
| <b>CAPÍTULO V – ACREDITAÇÃO DO SELO CONFIO E APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE CONDUCTA.....</b> | <b>22</b> |
| ARTIGO 23.º ACREDITAÇÃO, ADESÃO E RENOVAÇÃO DO SELO CONFIO .....                      | 22        |
| ARTIGO 24.º ADESÃO AO CÓDIGO DE CONDUCTA.....   | 23        |
| ARTIGO 25.º AUDITORIA COMPLEMENTAR .....  | 23        |
| <b>CAPÍTULO VI – DISPOSIÇÕES FINAIS .....</b>   | <b>24</b> |
| ARTIGO 26.º ACESSIBILIDADE PARA CIDADÃOS COM NECESSIDADES ESPECIAIS .....             | 24        |
| ARTIGO 27.º NAVEGABILIDADE E DESIGN.....  | 24        |
| ARTIGO 28.º NOME DE DOMÍNIO E CONFIGURAÇÕES DNS .....                                 | 24        |
| ARTIGO 29.º PROCESSO DE REVISÃO .....   | 25        |
| ARTIGO 30.º INTERPRETAÇÃO E INTEGRAÇÃO DE LACUNAS .....                               | 25        |
| ARTIGO 31.º CONTAGEM DE PRAZOS .....  | 26        |
| ARTIGO 32.º ENTRADA EM VIGOR .....  | 26        |

## CAPÍTULO I - DISPOSIÇÕES GERAIS

### Artigo 1.º

#### Âmbito de aplicação

1. O presente Código de Conduta é aplicável, nos domínios aqui regulados, aos contratos celebrados à distância entre um profissional aderente e um consumidor sem a presença física simultânea de ambos, e integrado num sistema de venda ou prestação de serviços através de um sítio da internet (website) do primeiro.
2. O Código de Conduta não é aplicável a:
  - a) Contratos relativos a serviços financeiros transacionais, nomeadamente, a serviços de investimento; operações de seguros e resseguros; serviços bancários; operações relativas a fundos de pensões;
  - b) Contratos de jogos de fortuna ou azar, incluindo lotarias, bingos e atividades de jogo em casinos e apostas; serviços relativos a operações a prazo ou sobre opções;
  - c) Contratos relativos a serviços de cuidados de saúde, salvo nas condições previstas no n.º 3;
  - d) Contratos relativos à construção, à reconstrução substancial, à compra e venda ou a outros direitos respeitantes a imóveis, incluindo o arrendamento.
3. O Código de Conduta é aplicável à venda de medicamentos à distância, quando cumpridos todos os requisitos da legislação aplicável, designadamente, a obtenção de autorização ou qualquer outro tipo de certificação formalmente concedida para o efeito, por parte da respetiva entidade competente.
4. O Código de Conduta é ainda aplicável aos contratos celebrados em leilões *online*, desde que o profissional seja aderente e o comprador um consumidor.

5. O Código de Conduta aplica-se também, com as necessárias adaptações, a websites não transacionais, bem como a contratos relativos a bens e serviços não transacionáveis.

## Artigo 2.º

### Definições

Para efeitos de interpretação e aplicação do presente Código, considera-se:

- a) «Acreditação» - o processo através do qual é auditado um determinado website com o objetivo de avaliar o cumprimento dos termos e condições previstos no presente Código de Conduta e no Regulamento de Atribuição do Selo CONFIO;
- b) «Adesão» - o processo através do qual é atribuído o Selo CONFIO na sequência de declaração, por quem de direito, de cumprimento dos termos e condições previstos no presente Código de Conduta e no Regulamento de Atribuição do Selo;
- c) «Bem» - a coisa tangível ou intangível, incluindo conteúdos digitais (dados produzidos e fornecidos em formato digital, designadamente, programas e aplicações de computador, jogos, músicas, vídeos ou textos, independentemente de o acesso aos mesmos ser feito por descarregamento ou “streaming”, a partir de um suporte material ou de qualquer outro meio) objeto da transação;
- d) «Comércio eletrónico» - atividade comercial destinada à contratação de bens e serviços online, entre um profissional e um consumidor, pela qual a transação é realizada entre computadores ou outros dispositivos de comunicações eletrónicas e mediada por redes informáticas, sendo que o pagamento e a entrega dos produtos transacionados não terão que ser, necessariamente, efetuados por via eletrónica;
- e) «Consumidor» - aquele a quem sejam fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos, destinados a uso não profissional, por pessoa que exerça com carácter profissional uma atividade económica que vise a obtenção de benefícios;

- f) «Dados pessoais» - qualquer informação, de qualquer natureza e independentemente do respetivo suporte, incluindo som e imagem, relativa a uma pessoa singular identificada ou identificável («titular dos dados»); é considerada identificável a pessoa que possa ser identificada direta ou indiretamente, designadamente por referência a um número de identificação ou a um ou mais elementos específicos da sua identidade física, fisiológica, psíquica, económica, cultural ou social;
- g) «Categorias Especiais de Dados Pessoais» - qualquer informação referente à origem racial ou étnica, às opiniões políticas, às convicções religiosas ou filosóficas, ou à filiação sindical, bem como, dados genéticos, dados biométricos, dados relativos à saúde ou dados relativos à vida sexual ou orientação sexual de uma pessoa;
- h) «DNSSEC» (Domain Name System Security Extensions)» - designação dada às extensões de segurança ao protocolo DNS (Domain Name System) concebidas para proteger e autenticar o tráfego DNS;
- i) «Entidade Acreditadora» - Entidade responsável pela acreditação de websites, que resulta do protocolo subscrito pelas entidades parceiras;
- j) «Entidades parceiras» - entidades subscritoras de um acordo para acreditação de websites, do qual o presente Código de Conduta é parte integrante, a saber: a ACEPI - Associação da Economia Digital, a DECO - Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor e a Associação DNS.PT;
- k) «Formato escrito idóneo» - qualquer forma de comunicação escrita, como carta registada com aviso de recepção, fac-simile ou telegrama, que permita comprovar a sua autenticidade, data de envio e identidades do remetente e destinatário;
- l) «IPv6» - versão mais recente do chamado Internet Protocol (Protocolo de Internet), mais conhecido como IP, o padrão usado para a comunicação entre todos os computadores ligados à Internet;
- m) «Livre resolução» - Direito do consumidor de resolver o contrato sem incorrer em quaisquer custos, que não os da devolução do bem quando assim estiver previsto;

- n) «Menor» - A criança com idade inferior ou igual a 16 anos, para efeitos do comércio eletrónico; para efeitos de recolha de dados, entende-se que uma criança é menor se a sua idade for igual a 13 anos;
- o) «Profissional» - qualquer pessoa singular ou coletiva, pública ou privada, aderente ao presente Código que se dedique, no âmbito da sua atividade profissional, à prestação de serviços ou venda de bens a consumidores, através de um website e que se encontre legalmente constituída de acordo com a legislação em vigor no país onde se encontra sedeadada ou estabelecida. O titular do website;
- p) «Reclamação» - Queixa apresentada pelo consumidor relativamente a qualquer ato ou omissão ocorrido na sua relação com o Profissional. A reclamação deve ser apresentada junto do Profissional ou em [www.confio.pt](http://www.confio.pt), com a junção das provas da ocorrência;
- q) «Selo CONFIO» - o comprovativo, materializado num logótipo, em formato digital, atribuído ao titular do website que seja aderente;
- r) «Suporte durável» - qualquer instrumento que permita ao consumidor armazenar informações de um modo permanente e acessível para referência futura e que não permita que as partes contratantes manipulem as informações armazenadas;
- s) «Spam» - Correio eletrónico “junk” enviado sem consentimento do consumidor, normalmente traduzido em mensagens de conteúdo publicitário;
- t) «Técnica de comunicação à distância» - qualquer meio que, sem a presença física e simultânea do profissional e do consumidor, possa ser utilizado tendo em vista a celebração do contrato entre as partes;
- u) «[www.confio.pt](http://www.confio.pt)» - A plataforma online gerida pelas entidades parceiras no âmbito da qual os titulares dos websites que pretendam obter o Selo CONFIO devem submeter os seus pedidos e onde será conduzido todo o processo de adesão; website onde estará disponível a lista de websites aderentes ao Selo CONFIO, bem como a lista dos websites que tenham sido considerados não conformes e tenham registado litígios com consumidores;

- v) «website» - o sítio na Internet (site) submetido a processo de adesão pelo seu titular ou operador tendo em vista a obtenção do Selo CONFIO.

## **CAPÍTULO II - DISPOSIÇÕES ESPECIAIS**

### **SECÇÃO I - PUBLICIDADE**

Artigo 3.º

#### **Princípios gerais**

1. Para além do integral cumprimento da legislação específica aplicável em matéria de publicidade, o profissional compromete-se que todas as comunicações e mensagens publicitárias em rede da sua responsabilidade e constantes do seu website cumprem ainda os seguintes princípios:
  - a) Respeito absoluto pela dignidade da pessoa humana;
  - b) Respeito pelas instituições, símbolos nacionais ou religiosos ou personagens históricas;
  - c) Proibição e repressão de mensagens que constituam ou incentivem qualquer forma de discriminação em função da raça, língua, território de origem, sexo, convicções filosóficas ou políticas, status social ou religião;
  - d) Princípios da licitude e legalidade da mensagem e do bem ou serviço publicitado;
  - e) Proteção dos interesses dos menores e de outros incapazes;
  - f) Total transparência e clareza da mensagem publicitária, devendo a mesma enunciar, de forma clara e sem necessidade de deslizamento do cursor, a sua natureza, identidade do anunciante, características essenciais do bem ou serviço publicitado, ofertas promocionais, condições e preço final a pagar;
  - g) Proibição do uso da palavra “grátis” ou de outras palavras com o mesmo ou similar significado na comercialização de bem ou serviço,

salvo nos casos em que este último não implique, de facto, qualquer custo para o consumidor.

2. Todos os preços dos bens e serviços anunciados devem incluir a taxa de IVA aplicável e fazer menção expressa sobre a existência de taxas e outros encargos fiscais a suportar pelo consumidor.

#### Artigo 4.º

#### **Publicidade dirigida a menores**

1. As comunicações comerciais de natureza publicitária ou promocional, especialmente dirigidas a menores, devem ser claramente identificáveis como tal e devidamente separadas de qualquer serviço, jogos ou concursos.
2. O envio de mensagens publicitárias ou promocionais deverá ter sempre em conta a vulnerabilidade psicológica dos menores não sendo permitidas mensagens que explorem a inexperiência ou credulidade dos menores ou que contenham elementos que atentem contra a sua saúde, segurança, integridade física e moral, designadamente, mensagens com conteúdos legalmente dirigidos apenas a adultos.

#### Artigo 5.º

#### **Comunicações não solicitadas - Spam**

1. O envio de comunicações não solicitadas para fins de marketing direto e/ou envio de mensagens promocionais, cuja receção seja independente de intervenção do consumidor, nomeadamente por correio eletrónico, carece sempre do consentimento prévio do destinatário.
2. O profissional deve informar o consumidor da existência da lista de âmbito nacional de pessoas que manifestem o desejo genérico de não receber quaisquer comunicações publicitárias, a que se refere o artigo 13.º - B da Lei n.º 41/2004, de 18 de agosto.

## SECÇÃO II - COMÉRCIO ELETRÓNICO

Artigo 6.º

### Lei aplicável

1. A lei aplicável aos contratos e restantes atos praticados entre as partes é a portuguesa.
2. Sem prejuízo do disposto no número anterior, o contrato celebrado com consumidor residente num outro Estado-Membro da União Europeia é regulado pela lei do país em que o consumidor tenha a sua residência habitual, desde que o profissional aderente:
  - a) Exerça a sua atividade comercial ou profissional no país em que o consumidor tem a sua residência habitual; ou
  - b) Dirija essa atividade, por qualquer meio eletrónico, para esse ou vários países, incluindo aquele.

Artigo 7.º

### Informações pré-contratuais

1. Previamente à celebração de qualquer contrato e em prazo útil, o profissional deve disponibilizar ao consumidor as seguintes informações:
  - a) A identidade, denominação social, forma jurídica, endereço geográfico em que se encontra estabelecido e endereço eletrónico;
  - b) Outros endereços e contactos à distância, incluindo telefónico, que permitam um acesso fácil e direto com o profissional, relevantes para efeito de apresentação de reclamações e pedidos de informação;
  - c) Inscrições do profissional em registos públicos ou profissionais e respetivos números de registo;
  - d) O número de identificação fiscal;
  - e) Processo de celebração do contrato, passo a passo;
  - f) Arquivamento ou não do contrato pelo profissional e acessibilidade àquele pelo consumidor;

- g) Utilização da língua inglesa nos casos a que se referem o n.º 2 do artigo 6.º;
- h) Os meios técnicos disponibilizados pelo profissional para o consumidor identificar e corrigir eventuais erros de introdução (“input errors”) na ordem de encomenda;
- i) As características essenciais dos bens e serviços;
- j) O preço total do bem ou serviço, incluindo taxas e impostos, encargos suplementares de transporte, despesas postais ou de entrega ou quaisquer outros encargos que no caso caibam;
- k) Os termos contratuais e cláusulas gerais do contrato a celebrar;
- l) As condições gerais e particulares, bem como o período de validade da oferta ou proposta contratual;
- m) Disponibilidade e condições de entrega do bem ou de execução do serviço, incluindo prazos;
- n) Os meios de pagamento à disposição do consumidor;
- o) A existência e forma de exercício do direito de livre resolução do contrato, bem como a indicação de quais as situações em que o consumidor não beneficia desse direito ou, se for caso disso, as circunstâncias em que o consumidor perde o seu direito de livre resolução;
- p) A existência e o prazo da garantia de conformidade dos bens, nos casos em que seja aplicável o regime da venda de bens de consumo constante do Decreto-Lei n.º 67/2003, de 8 de abril, alterado pelo Decreto-Lei n.º 84/2008, de 21 de maio;
- q) A adesão do profissional ao presente Código de Conduta e forma da respetiva consulta eletrónica, bem como o procedimento de apresentação de reclamação junto da entidade competente pelo consumidor;
- r) Garantia legal e garantias comerciais, quando aplicável;
- s) Custos de utilização de técnica de comunicação à distância, quando aplicável;

- t) Duração mínima do contrato, quando aplicável, e respetivas condições de resolução, incluindo penalizações por resolução antecipada;
  - u) Serviços de assistência pós-venda;
  - v) Qualquer interoperabilidade relevante dos conteúdos digitais com equipamentos e programas informáticos de que o profissional tenha ou possa razoavelmente ter conhecimento, quando aplicável;
  - w) A possibilidade de acesso a mecanismo extrajudicial de reclamação e recurso a que o profissional se encontra obrigatoriamente vinculado, nos termos do Capítulo III do presente Código, e o modo de acesso ao mesmo.
2. As informações referidas no número anterior devem ser fornecidas de forma transparente, clara e compreensível, com respeito pelos princípios da boa-fé, da lealdade nas transações comerciais e da proteção das pessoas com incapacidade de exercício dos seus direitos, especialmente os menores.
  3. As informações constantes das alíneas *a)* a *d)* do n.º 1 devem estar permanentemente disponibilizadas no *website* do profissional.
  4. Em caso de incumprimento do dever de informação quanto a quaisquer encargos ou custos referidos na alínea *j)* do n.º 1, o consumidor fica desobrigado do respetivo pagamento.
  5. O incumprimento por parte do profissional do dever de prestação das informações referidas no n.º 1 determina a nulidade do contrato, a invocar apenas pelo consumidor.

## Artigo 8.º

### **Ordem de encomenda**

1. O processo para a realização de uma encomenda de bem ou serviço deve ser claramente individualizado como tal no *website* do profissional, devendo os diversos passos a seguir pelo consumidor ser-lhe explicados de forma clara e acessível.
2. O profissional deve disponibilizar ao consumidor um dispositivo de identificação e correção de erros de introdução ("*input errors*") antes de este formular uma encomenda.
3. Logo que receba uma ordem de encomenda do consumidor, o profissional deve acusar a sua receção no prazo máximo de cinco dias úteis contados à data do recebimento da ordem de encomenda, igualmente por meios eletrónicos, enviando comunicação para o endereço eletrónico que foi indicado ou utilizado pelo primeiro.
4. O aviso de receção deve conter a identificação fundamental do contrato a que se refere e permitir modificar, cancelar ou confirmar a encomenda.
5. Nos casos em que a encomenda pelo consumidor implique uma obrigação de pagamento, o profissional deve dar ao consumidor, de forma clara e visível, e imediatamente antes de o consumidor concluir a encomenda, as informações pré-contratuais previstas no n.º 1 do artigo anterior.
6. Para o cumprimento do disposto no número anterior, o profissional deve garantir que o consumidor, ao concluir a encomenda, confirme, de forma expressa e consciente, que a encomenda implica a obrigação de pagamento.
7. Quando a conclusão da encomenda implicar a ativação de um botão ou função semelhante, o botão ou a referida função deve ser identificada de forma facilmente legível, apenas com a expressão «encomenda com obrigação de pagamento» ou uma formulação correspondente e inequívoca, que indique que a realização da encomenda implica uma obrigação de pagamento ao profissional.
8. A encomenda torna-se definitiva com a confirmação do consumidor, dada na sequência do aviso de receção, reiterando a ordem emitida,

através de declaração/resumo do qual constem as condições em que a mesma foi feita, designadamente:

- a) Referência e data da encomenda;
  - b) Descrição do(s) produto(s) ou serviço(s) encomendado(s);
  - c) Preço final a pagar e condições de entrega;
  - d) Outros encargos a suportar pelo consumidor;
  - e) Contacto (s) do profissional.
9. Quer a informação relativa à confirmação da encomenda, referida no número anterior, quer os termos contratuais e cláusulas gerais acordados, devem ser disponibilizados ao consumidor pelo profissional em formato passível de ser armazenado e reproduzido.
10. O incumprimento pelo profissional do disposto nos números anteriores determina a não vinculação do consumidor ao contrato.

#### Artigo 9.º

#### **Execução do contrato**

1. Salvo acordo em contrário entre as partes, o profissional deve dar cumprimento à encomenda no prazo máximo de 30 dias contados do dia seguinte ao da sua confirmação.
2. Caso não seja possível ao profissional cumprir o contrato, por motivo de indisponibilidade do bem ou do serviço encomendado, deve aquele comunicar tal facto de imediato ao consumidor e reembolsá-lo dos montantes eventualmente já pagos, no prazo máximo de 30 dias a contar do conhecimento daquela indisponibilidade, sem prejuízo de acordo expresso prévio entre as partes, pelo qual o consumidor permita ao profissional, nas circunstâncias descritas, fornecer um bem ou prestar um serviço de qualidade e preço equivalentes.
3. Esgotado o prazo referido no número anterior, o profissional fica obrigado a proceder à devolução em dobro, no prazo máximo de 15 dias, dos montantes pagos pelo consumidor, sem prejuízo do direito deste a indemnização por danos patrimoniais e não patrimoniais.

## Artigo 10.º

### **Direito de livre resolução**

1. O consumidor tem o direito de resolver o contrato sem incorrer no pagamento de qualquer indemnização e sem necessidade de indicação do motivo, no prazo de 14 dias a contar do início da prestação de serviços ou da data da entrega dos bens ao consumidor ou a terceiro por si indicado.
2. Se o profissional não cumprir o dever de informação pré-contratual estabelecido na alínea p) do artigo 7.º, o prazo para o exercício do direito de livre resolução é de 12 meses a contar da data do termo do prazo inicial.
3. Se, no decurso do prazo previsto no número anterior, o fornecedor de bens ou prestador de serviços cumprir o dever de informação pré-contratual a que se refere a alínea p) do n.º do artigo 7.º, o consumidor dispõe de 14 dias para resolver o contrato a partir da data de receção dessa informação.
4. O direito de livre resolução pode ser exercido pelo consumidor através de qualquer formato escrito idóneo ou outro suporte duradouro, dirigido ao profissional, comunicando a sua vontade de resolver o contrato.
5. O consumidor não pode exercer o direito de livre resolução previsto no n.º 1 nos seguintes casos:
  - a) Contratos de prestação de serviços que tenham sido integralmente executados e cuja execução tenha tido início antes do termo do prazo previsto no n.º 1, com o acordo expresso do consumidor, se precedido de um aviso informando da perda do direito de resolução, sem prejuízo do disposto no n.º 4;
  - b) Fornecimento de bens ou de prestação de serviços cujo preço dependa de flutuações de taxas do mercado financeiro que o profissional não possa controlar e que possam ocorrer durante o prazo de livre resolução;
  - c) Fornecimento de bens confeccionados de acordo com expressas especificações do consumidor ou manifestamente personalizados;

- d) Fornecimento de bens que, pela sua natureza, não possam ser reenviados ou sejam suscetíveis de se deteriorarem ou perecerem rapidamente;
  - e) Fornecimento de bens selados não suscetíveis de devolução, por motivos de proteção da saúde ou de higiene quando abertos após a entrega;
  - f) Fornecimento de bens que, após a sua entrega e por natureza, fiquem inseparavelmente misturados com outros artigos;
  - g) Fornecimento de produtos áudio ou vídeo selados ou de programas informáticos selados a que o consumidor tenha retirado o selo de garantia de inviolabilidade;
  - h) Fornecimento de jornais e revistas, com exceção dos contratos de assinatura para o envio dessas publicações.
6. No caso de serviços prestados *online* de forma continuada, na sequência de uma subscrição, o consumidor dispõe de um prazo mínimo de 10 dias úteis de experiência gratuita.
7. Caso seja exercido o direito de livre resolução, o profissional fica obrigado a reembolsar o consumidor no prazo máximo de 14 dias dos montantes por si pagos, sem quaisquer despesas para este, incluindo as referentes à devolução do bem. Esgotado o prazo referido no número anterior, o profissional fica obrigado a devolver em dobro, no prazo de 15 dias úteis, os montantes pagos pelo consumidor, sem prejuízo do direito deste a indemnização por danos patrimoniais e não patrimoniais.
8. Exercido o direito de resolução do contrato, deve o consumidor conservar os bens de modo a restitui-los em devidas condições ao profissional ou seu representante. Cabe ao profissional suportar e proceder à recolha dos bens ou acordar com o consumidor a forma da sua devolução sem grave inconveniente para este.

Artigo 11.º  
**Pagamento**

1. O profissional fornecerá fatura detalhada ao consumidor, incluindo todos os custos suportados pelo último. Tratando-se de bem ou serviço fornecido integralmente *online*, deverá ser entregue ao consumidor documento eletrónico de efeito legal equivalente com as mesmas menções.
2. O profissional deverá disponibilizar diversos meios de pagamento, devendo, pelo menos um deles, e sem qualquer encargo, permitir o pagamento apenas no momento da entrega do bem ou início da prestação do serviço.
3. Os meios de pagamento eletrónicos disponibilizados ao consumidor devem ser atualizados de acordo com os avanços tecnológicos e caracterizados pela sua simplicidade e segurança.
4. Em nenhum caso pode o consumidor ser obrigado ao pagamento de qualquer valor antes da conclusão da encomenda.

Artigo 12.º  
**Ónus da prova**

O ónus da prova quanto ao cumprimento de todas as obrigações resultantes do presente Código de Conduta cabe ao profissional.

Artigo 13.º  
**Direito à reparação de danos**

Sem prejuízo do disposto nos artigos anteriores, o consumidor tem direito à reparação de danos patrimoniais e não patrimoniais resultantes do cumprimento defeituoso das obrigações assumidas pelo Profissional.

Artigo 14.º  
**Princípio do tratamento mais favorável do consumidor**

Quando da aplicação das regras gerais de compra e venda ou prestação de serviços resulte um regime mais favorável para o consumidor, o profissional obriga-se a aplicar estas últimas na transação realizada *online*.

## **CAPÍTULO III - RECLAMAÇÕES E RESOLUÇÃO DE LITÍGIOS**

### Artigo 15.º

#### **Sistema de reclamações**

1. O profissional deve dispor de um sistema de procedimentos internos destinado ao tratamento das reclamações dos consumidores, o qual deve ser de fácil acesso, justo, confidencial, célere e de utilização integralmente gratuita.
2. O profissional deve definir um responsável pelo sistema de reclamações que o consumidor possa contactar, através de contacto telefónico e endereço eletrónico expressamente designados para esse fim.
3. Caso o profissional não disponha de sistema de reclamações próprio, deverá utilizar o sistema disponível no portal “www.confio.pt”, que garante os procedimentos necessários ao Selo CONFIO, devendo o website do profissional ter de forma visível acesso ao referido sistema.
4. Os procedimentos destinados à apresentação de uma reclamação devem, nos casos em que o sistema pertença ao profissional, ser objeto da informação a prestar ao consumidor nos termos do n.º 1, alínea y) do art.º 7.º.
5. Tendo em vista a realização de um processo de acreditação, o sistema de reclamações disponibilizado no *website* do profissional deve permitir a respetiva auditoria pela Entidade Acreditação.

### Artigo 16.º

#### **Resposta e mediação das reclamações**

1. O profissional deve responder à reclamação apresentada pelo consumidor em prazo não superior a 20 dias contados da data da sua receção.
2. Em caso de indeferimento, total ou parcial, da reclamação apresentada, deve o profissional, na resposta enviada ao consumidor, informá-lo da possibilidade de recorrer a mecanismo de mediação e arbitragem

extrajudicial do conflito através de entidade para o efeito autorizada e integrante da Rede de Arbitragem de Consumo, nos termos e para os efeitos do disposto na Lei n.º 144/2015, de 8 de setembro, mecanismo a que o profissional voluntaria e automaticamente se vincula com o pedido de acreditação e conseqüente adesão ao presente Código de Conduta.

3. O profissional obriga-se a aceitar a resolução de qualquer litígio, decorrente de ato ou contrato celebrado ou abrangido pelo âmbito de aplicação do presente Código de Conduta, por uma das entidades referidas no número anterior e escolhida livremente pelo consumidor.

## **CAPÍTULO IV - PRIVACIDADE, SEGURANÇA E MENORES**

### **SECÇÃO III - PRIVACIDADE E SEGURANÇA**

#### Artigo 17.º

#### **Tratamento de Dados Pessoais**

1. A informação sobre o tratamento e proteção de dados pessoais deve estar facilmente acessível aquando da recolha de dados pessoais (por exemplo, através de um ícone "Informações sobre Dados Pessoais", um botão com nome semelhante ou uma janela de texto).
2. A informação sobre o tratamento e proteção de dados pessoais deve conter indicações de forma concisa, transparente, compreensível e de fácil acesso, utilizando uma linguagem clara e simples, sobre o tratamento de dados pessoais, designadamente:
  - a) A identidade e os contactos e, se for caso disso, do seu representante;
  - b) Os contactos do encarregado da proteção de dados, nos casos em que haja;
  - c) A finalidade e fundamento jurídico para o tratamento de dados pessoais;
  - d) Os interesses legítimos, nos casos em que o fundamento seja esse, da entidade responsável pelo tratamento ou de um terceiro;

- e) Os destinatários ou categorias de destinatários de dados pessoais;
  - f) Qualquer intenção existente, por parte do responsável pelo tratamento, de transferir dados pessoais para um país terceiro, tendo em conta as condições necessárias para o efeito;
  - g) Os prazos de conservação dos dados pessoais ou, se não for possível, os critérios usados para determinar esses prazos;
  - h) Os direitos que são conferidos:
    - i. Direito de informação;
    - ii. Direito de acesso;
    - iii. Direito de retificação;
    - iv. Direito ao apagamento;
    - v. Direito à limitação do tratamento;
    - vi. Direito de oposição ao tratamento e;
    - vii. Direito à portabilidade.
  - i) A possibilidade de apresentar reclamação junto da autoridade de controlo, a Comissão Nacional de Proteção de Dados Pessoais;
  - j) Se a comunicação de dados pessoais constitui ou não uma obrigação legal ou contratual, ou um requisito necessário para a celebração de um contrato, bem como se o titular está obrigado a fornecer os dados pessoais e as eventuais consequências de não fornecer esses dados.
3. A recolha de dados pessoais deve ser apropriada, substancial e limitada à finalidade subjacente ao tratamento. Deve ser perceptível para o cliente, aquando da recolha dos seus dados para efeitos de registo como parte de um pedido, através do preenchimento de campos de informação, quais os dados que são de preenchimento obrigatório e os que são de preenchimento facultativo.
4. O consentimento deve ser dado mediante um ato positivo claro que indique uma manifestação de vontade livre, específica, informada e inequívoca de que o titular dos dados consente no tratamento dos dados que lhe digam respeito. O titular dos dados, antes de dar o seu

consentimento, deve ser informado que tem o direito de retirar o seu consentimento a qualquer momento.

#### Artigo 18.º

### **Deveres de informação aquando da navegação no website do profissional**

1. Deve o cliente ser informado sobre a Política de Cookies, nomeadamente no que ao seu armazenamento diz respeito findo o período de navegação no website do profissional.
2. O cliente deve ser informado sobre a presença de ferramentas de entidades terceiras, nomeadamente aquelas que prestam serviços em áreas de redes sociais, plataformas de partilhas de conteúdos multimédia, de autenticação federada, bem como de controlos anti-automotos.
3. O cliente deve ser informado que o software que está (prestes) a utilizar poderá ser visado na recolha de dados de utilização do mesmo, para efeitos de análise de tendências e comportamentos na plataforma, sempre após uma anonimização destes dados e sem que o endereço IP completo seja guardado. O cliente deve, também, ser informado que tem o direito a opor-se a esta prática e à utilização dos seus dados para criação de perfis fictícios, neste âmbito.

#### Artigo 19.º

### **Publicidade por e-mail**

Sempre que o profissional contactar o cliente por email, deve ter em consideração os seguintes princípios:

- a) À partida, a publicidade por e-mail só pode ser remetida mediante consentimento expresso por parte do titular;
- b) O consentimento pode ser retirado, a qualquer momento, devendo o titular ser informado sobre essa possibilidade;
- c) Sem o consentimento expresso do titular, a publicidade por e-mail só é permitida para a publicidade de bens ou serviços próprios, iguais ou

semelhantes àqueles que foram anteriormente adquiridos pelo destinatário da publicidade, para o endereço de email utilizado para a aquisição dos referidos bens ou serviços e sem que o titular do mesmo se tenha oposto ao seu uso;

- d) O cliente deve ser informado, de forma clara e inequívoca, antes da realização de qualquer tipo de campanha publicitária por email, de que se pode opor ao uso do seu email para esse efeito, sem que tal tenha associado quaisquer custos adicionais.

## Artigo 20.º

### **Segurança e Privacidade**

1. O profissional compromete-se a adotar medidas técnicas e organizativas adequadas a assegurar um nível de segurança e proteção dos dados pessoais objeto de tratamento, que permita minimizar os riscos que possam daí advir, incluindo, consoante o que for mais adequado:
  - a) Cifragem de dados pessoais na comunicação;
  - b) A criação de mecanismos capazes de assegurar a confidencialidade, integridade, disponibilidade e resiliência permanentes dos sistemas e dos serviços de tratamento;
  - c) Garantir a disponibilidade e o acesso aos dados pessoais de forma atempada na sequência da ocorrência de um incidente físico ou técnico;
  - d) Criar um processo para testar, apreciar e avaliar regularmente a eficácia das medidas técnicas e organizativas adotadas para garantir a segurança do tratamento.
2. O profissional está obrigado à implementação de sistemas de segurança tecnicamente fiáveis e adequados no seu website, que garantam a segurança, integridade e confidencialidade dos dados pessoais recolhidos e armazenados, bem como das comunicações, autenticação e não repúdio das transações e dos pagamentos realizados pelos consumidores, através de uma política de segurança e de encriptação certificada por entidade idónea e independente.

3. A informação sobre os sistemas de segurança referidos no número anterior deverá ser disponibilizada ao consumidor visitante e prestada em língua inglesa nos casos a que se referem o n.º 2 do artigo 6.º, em linguagem acessível, podendo o seu acesso ser efetuado através de mecanismos de “click-through”.
4. Antes da realização de qualquer transação que implique um pagamento, deve o profissional informar o consumidor sobre as tecnologias utilizadas e o nível de proteção e segurança concedido aos seus dados pessoais e financeiros.
5. Durante uma transação, o procedimento de autenticação (sessão) não deve exceder um tempo máximo razoável, a definir pelo profissional, findo o qual deverá ser reiniciado.
6. Sempre que o website do profissional contiver hiperligações (links) que remetam para websites de terceiros, deverá essa informação ser prestada ao consumidor.

#### Artigo 21.º

#### **Proteção dos direitos de propriedade intelectual e industrial**

1. O profissional deve garantir que a informação e as bases de dados que disponibiliza não violam os direitos de propriedade intelectual e industrial de terceiros.
2. O titular de marcas, nomes, logótipos ou denominações de empresas e serviços deve autorizar o profissional a disponibilizar essa informação no seu website

### **SECÇÃO IV - PROTECÇÃO DE MENORES**

#### Artigo 22.º

#### **Princípios**

1. O profissional compromete-se a disponibilizar ao consumidor visitante um meio de indicar a sua idade antes do início de qualquer procedimento de contratação de bens ou serviços.

2. Só é permitido ao profissional celebrar contratos com menores de idade compreendida entre 16 e 18 anos com a prévia autorização de um dos pais ou tutor.
3. Quando não esteja em causa a celebração de contratos e no âmbito da oferta direta de serviços da sociedade da informação, os dados pessoais de crianças apenas podem ser objeto de tratamento com base no consentimento previsto na alínea a) do n.º 1 do artigo 6.º do RGPD quando as mesmas já tenham completado 13 anos de idade.
4. Caso a criança tenha idade inferior a 13 anos, o tratamento só é lícito se o consentimento for dado pelos representantes legais desta, de preferência com recurso a meios de autenticação segura.
5. Nos casos não compreendidos nos números anteriores, o tratamento dos dados pessoais de menores só é lícito se o consentimento for dado pelos representantes legais.
6. Logo que o consumidor seja identificado como menor e atenta a sua natural vulnerabilidade e ingenuidade, deverá o profissional disponibilizar informações claras e em linguagem acessível relativas ao pedido de fornecimento de dados pessoais e fins pretendidos, bem como à necessidade de obtenção da autorização referida no número anterior.
7. O profissional deve encorajar um maior envolvimento dos pais ou tutores nas atividades *online* dos menores, designadamente através da disponibilização de informação e ferramentas técnicas de controlo parental.
8. O profissional deverá abster-se de qualquer prática suscetível de incentivar os menores a contratar *online* ou fornecer dados pessoais seus ou de terceiros, abstendo-se, nomeadamente de:
  - a) Recompensar o fornecimento online de dados pessoais do próprio menor ou de terceiros com brindes, jogos e respetivo acesso, ou outra qualquer vantagem de efeito similar;
  - b) Condicionar a ofertas de créditos em serviços lícitamente contratados e autorizados ao fornecimento de dados pessoais ainda não recolhidos, do menor ou de terceiros;
  - c) Em geral, explorar a sua particular credulidade, inexperiência ou sentido de lealdade para com terceiros.

## CAPÍTULO V - ACREDITAÇÃO DO SELO CONFIO E APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE CONDUTA

### Artigo 23.º

#### **Acreditação, Adesão e Renovação do Selo CONFIO**

1. O processo de acreditação do *website* com vista à atribuição do Selo CONFIO decorre exclusivamente *online* e é iniciado na sequência de pedido de adesão submetido em [www.confio.pt](http://www.confio.pt), nos termos do Regulamento de Atribuição do Selo.
2. O processo de adesão implica a subscrição pelo titular do *website* de uma declaração de compromisso de cumprimento integral dos termos e condições aplicáveis ao Selo CONFIO, designadamente daqueles que decorrem do Código de Conduta e do Regulamento de Atribuição do Selo CONFIO, disponíveis para consulta em [www.confio.pt](http://www.confio.pt).
3. O titular do *website* pode, a qualquer momento, solicitar a ativação de um processo de acreditação, ao abrigo da qual é obrigatoriamente realizada uma auditoria ao seu *website* tendente a verificar o cumprimento dos termos e condições aplicáveis ao Selo CONFIO.
4. O Selo CONFIO deve ser exibido na página principal do *website* objeto de acreditação de acordo com o respetivo manual de normas gráficas.
5. A utilização do logotipo do Selo CONFIO por entidade ou *website* não aderentes, bem como a sua reprodução ou utilização não autorizadas, constitui fraude ao presente Código, reservando-se as entidades parceiras ao direito de acionar judicialmente os responsáveis.
6. O Selo CONFIO tem a validade de um ano, sendo renovável por períodos iguais, exceto se o titular do *website* manifestar interesse em contrário ou perca, por qualquer via, o direito à sua utilização.
7. Aquando da renovação anual do Selo CONFIO, o titular do *website* tem a possibilidade de solicitar a realização de nova auditoria, nos termos e para os efeitos previstos no artigo 25.º.
8. Sem prejuízo do disposto no número anterior, ao não solicitar a realização de nova auditoria na renovação anual do Selo CONFIO, o titular do *website* assume integral responsabilidade pela manutenção do cumprimento dos termos e condições que estiveram na base da sua atribuição.

9. A renovação anual do Selo CONFIO sem solicitação da realização de nova auditoria só poderá ocorrer até ao limite máximo de duas renovações.

#### Artigo 24.º

##### **Adesão ao Código de Conduta**

A adesão ao Código de Conduta implica a aceitação e aplicação, pelo titular do *website*, das regras nele estabelecidas relativas ao relacionamento comercial entre este e os consumidores, à garantia de fiabilidade técnica do *website* e ao respeito pelos princípios de segurança e privacidade no tratamento de dados pessoais, bem como, em caso de conflito, o recurso do consumidor a uma das entidades integrantes da Rede de Arbitragem de Consumo referida no n.º 2 do artigo 16.º.

#### Artigo 25.º

##### **Auditoria Complementar**

1. O profissional que aderiu ao Selo CONFIO poderá solicitar, a todo o tempo, a realização de uma auditoria do *website* enquanto serviço complementar de acreditação, tendo em vista a verificação das normas decorrentes do presente Código de Conduta.
2. Todas as inconformidades verificadas são comunicadas ao titular do respetivo *website* para que proceda às necessárias correções e adaptações.
3. A realização de auditoria complementar implicará um pagamento adicional conforme tabela disponível para consulta em [www.confio.pt](http://www.confio.pt).
4. A acreditação do *website* obtida por meio da auditoria realizada será divulgada em [www.confio.pt](http://www.confio.pt).

## **CAPÍTULO VI – DISPOSIÇÕES FINAIS**

### Artigo 26.º

#### **Acessibilidade para cidadãos com necessidades especiais**

1. O profissional deve garantir tecnicamente o acesso ao conteúdo, informação e funcionalidades do seu *website* aos cidadãos com necessidades especiais, obedecendo a princípios de conceção para a acessibilidade, como sejam o acesso independente de dispositivos, operacionalidade pelo teclado e emissão automática de voz (verbalização).
2. A acessibilidade referida no número anterior poderá ser satisfeita através de página alternativa ou subendereço eletrónico, caso não seja possível converter a página original.

### Artigo 27.º

#### **Navegabilidade e Design**

1. O profissional deve garantir uma boa navegabilidade do seu *website*.
2. O *website* deverá ter um design apelativo e os seus conteúdos deverão estar organizados de forma estruturada e clara.

### Artigo 28.º

#### **Nome de domínio e configurações dns**

1. O titular do *website* deve ser titular de um nome de domínio, devendo este apontar para o referido *website*.
2. O detentor do nome de domínio declara garantir que o mesmo se encontra devidamente configurado segundo as regras de parametrização e utilização estabelecidas pelos documentos técnicos RFCs (“*Request for Comments*”) relativamente a DNS e DNSSEC, atuais ou futuros, aplicáveis neste âmbito.
3. O detentor do nome de domínio deve garantir a redundância do serviço DNS através da configuração simultânea de dois ou mais servidores de nomes autoritários para o domínio, os quais deverão estar preferencialmente localizados em espaços diferentes não partilhando a

mesma rede local e configurados com protocolo de comunicação IPv4 e IPv6;

4. O detentor do nome de domínio deve garantir que o mesmo se encontra configurado com extensões de segurança ao DNS, designadas DNSSEC, e que as respetivas extensões de segurança se encontram ativas em todos os servidores de nomes autoritários para o domínio;
5. O detentor do nome de domínio deve garantir que as assinaturas digitais (RRSIG) associadas à configuração do domínio com DNSSEC se encontram sempre dentro do tempo de vida estabelecido para o efeito e que são atualizadas periodicamente, evitando assim que as mesmas expirem;
6. O detentor do nome de domínio declara garantir que as chaves privadas DNSSEC que permitem a assinatura digital do domínio foram geradas de forma robusta, se encontram devidamente salvaguardadas e armazenadas de forma segura para não serem obtidas ilegalmente;
7. O detentor do nome de domínio deve ainda garantir que o domínio se encontra corretamente configurado e atualizado, nomeadamente, que a delegação da informação DNS relativamente aos servidores de nomes autoritários (NS) e a síntese da chave pública DNSSEC do domínio (DS) se encontra devidamente submetida na zona hierarquicamente superior.

#### Artigo 29.º

##### **Processo de revisão**

As regras estabelecidas serão periodicamente revistas, em conjunto, pelas entidades parceiras, por forma a manter o seu conteúdo atualizado de acordo com a evolução do mercado e as melhores práticas internacionais aplicáveis.

#### Artigo 30.º

##### **Interpretação e integração de lacunas**

1. As regras estabelecidas no presente Código de Conduta devem ser sempre interpretadas de acordo com o princípio do tratamento mais favorável ao consumidor.

2. Sem prejuízo da aplicação subsidiária da legislação específica aplicável aos casos análogos, cabe às entidades parceiras, por sua iniciativa ou a pedido do profissional dirigido à entidade acreditadora, regular os casos omissos.

Artigo 31.º

### **Contagem de prazos**

Salvo nos casos expressamente previstos, os prazos indicados no presente Código de Conduta devem ser contados de forma contínua.

Artigo 32.º

### **Entrada em vigor**

O presente Código de Conduta entra em vigor no dia 17 de setembro de 2020.

