

▶ **Módulo 6**

**Direitos e obrigações nos
mercados digitais**

AVISO LEGAL:

As informações e opiniões expressas nesta publicação são da responsabilidade do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a opinião oficial da Comissão Europeia. A Comissão Europeia não garante a exatidão dos dados incluídos nesta publicação. Nem a Comissão Europeia nem qualquer pessoa que atue em nome da Comissão Europeia pode ser responsabilizada pela utilização que possa ser feita das informações nela contidas.

Este documento não é juridicamente vinculativo, não constitui uma interpretação formal do direito da UE ou nacional, nem pode fornecer aconselhamento jurídico abrangente ou completo. Não se destina a substituir o aconselhamento jurídico profissional sobre questões específicas.

Os leitores devem também ter em conta que a legislação da UE e nacional é continuamente atualizada: qualquer versão em papel dos módulos deve ser verificada em relação a possíveis atualizações no sítio Web www.consumerlawready.eu.

Abril de 2025

Índice

Introdução	5
A economia de plataforma refere-se à transação de bens e/ou serviços através de serviços de intermediação online, uma tendência em crescimento. Estas plataformas podem oferecer serviços para que consumidores e empresas se conectem e comprem produtos mais facilmente. ...	7
A pandemia da COVID obrigou as empresas a mudar os seus modelos de negócio, contribuindo assim para o crescimento da economia de plataforma.	7
Os motores de busca têm um impacto significativo nas vendas das PME, com os cinco primeiros resultados de pesquisa a atraírem 88 % dos cliques.	7
Quem é afetado pelo regulamento?	7
A que devo prestar atenção nos termos e condições?	7
A plataforma pode alterar os termos e condições?	8
O que acontece se a plataforma encerrar, restringir ou suspender a minha conta?	9
Como posso rescindir a minha relação contratual com uma plataforma?	9
E os meus dados?	9
As plataformas podem impor determinadas condições?	10
As plataformas podem tratar as ofertas de forma diferente?	10
Que tipo de bens e serviços posso oferecer?	11
Que informações posso obter sobre a classificação?	11
Posso exibir o logótipo da minha empresa na plataforma?	12
Quais são as outras obrigações das plataformas?	12
O que são gatekeepers e quais são as suas obrigações?	12
Tenho obrigações para com os gatekeepers?	14
O que posso fazer em caso de conflito com a plataforma?	14
Quais são os mecanismos de aplicação e reclamação no que diz respeito aos gatekeepers?	15
Anexo 1 – Lista de centros que prestam serviços de mediação especificamente sobre estas questões	35
Anexo 2 – Panorâmica dos gatekeepers designados e dos seus principais serviços de plataforma	36
Anexo 3 - Obrigações de diligência devida	37
Anexo 4 - Obrigações para os mercados online	37

«Garantir que as plataformas cumprem o seu dever de informar os seus utilizadores empresariais de forma clara e exhaustiva sobre os seus direitos»

Empresas

«É mais seguro comprar online sabendo que as plataformas devem proteger os meus dados e informar-me de forma transparente, sem reduzir as minhas opções»

«Como PME, a venda online desenvolveu as minhas oportunidades de negócio. Saber quais as vias de recurso em caso de conflito com a plataforma é um incentivo para passar para o digital»

Introdução

Caro Empresário,

Este manual faz parte do projeto Consumer Law Ready, dirigido especificamente a micro, pequenas e médias empresas que interagem com os consumidores.

O projeto Consumer Law Ready é um projeto à escala europeia gerido pela EUROCHAMBRES (Associação das Câmaras de Comércio e Indústria Europeias), em consórcio com a BEUC (Organização Europeia dos Consumidores) e a SMEUnited (Associação do Artesanato e das PME na Europa). É financiado pela União Europeia com o apoio da Comissão Europeia.

O objetivo do projeto é ajudá-lo a cumprir os requisitos da legislação da UE em matéria de defesa do consumidor.

A legislação da UE em matéria de defesa do consumidor é composta por diferentes atos legislativos adotados pela União Europeia ao longo dos últimos 25 anos e transpostos por cada Estado-Membro da UE para a respetiva legislação nacional. Em 2017, a Comissão Europeia concluiu uma avaliação para verificar se as regras continuam a ser adequadas ao seu objetivo. O resultado foi globalmente positivo¹. A principal conclusão foi que as regras existentes devem ser melhor aplicadas pelas autoridades e mais bem conhecidas pelas empresas e pelos consumidores. O projeto Consumer Law Ready visa melhorar o conhecimento dos comerciantes, em particular das PME, sobre os direitos dos consumidores e os seus deveres legais correspondentes. Este ano, o consórcio desenvolveu um módulo sobre as regras relativas à economia online, para partilhar informações valiosas com os empresários sobre os seus direitos e obrigações quando vendem em plataformas.

O manual é composto por seis módulos. Cada um deles aborda um tema específico do direito do consumo da UE:

- O módulo 1 trata das regras relativas aos requisitos de informação pré-contratual
- O módulo 2 apresenta as regras relativas ao direito do consumidor de rescindir contratos à distância e fora do estabelecimento comercial
- O Módulo 3 concentra-se nas soluções que os comerciantes devem proporcionar quando um não está em conformidade com o contrato
- O módulo 4 centra-se nas práticas comerciais desleais e nas cláusulas contratuais abusivas
- O módulo 5 apresenta a resolução alternativa de litígios e a plataforma de resolução de litígios em linha (ODR), um sítio Web oficial gerido pela Comissão Europeia dedicado a ajudar os consumidores e os comerciantes a resolver os seus litígios fora dos tribunais.
- O Módulo 6 apresenta as principais informações que os empresários precisam de saber quando utilizam plataformas para vender os seus bens e serviços.

¹ Pode encontrar mais informações sobre a avaliação, as suas conclusões e as ações de acompanhamento no sítio Web da Comissão Europeia: http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=59332

Este manual é apenas um dos materiais didáticos criados no âmbito do projeto Consumer Law Ready. O site consumerlawready.eu contém outras ferramentas didáticas, como vídeos, questionários e um «teste eletrónico» através do qual pode obter um certificado. Também pode entrar em contacto com especialistas e outras PME através de um fórum.

O módulo 6 do manual tem como objetivo familiarizá-lo com a legislação mais recente sobre plataformas digitais. A realidade do mercado online mudou com a multiplicação de plataformas e prestadores de serviços digitais. Como as plataformas e os motores de busca se tornaram cruciais para as empresas promoverem os seus produtos e serviços, a UE tomou medidas contra contratos e práticas comerciais desleais. As regras devem limitar o poder dos serviços e plataformas online de controlar aspetos como quais os dados pessoais que são recolhidos, vendidos e por quem, como funciona a classificação online ou que conteúdo é apresentado.

As regras visam estabelecer obrigações e requisitos claros para a economia das plataformas. O módulo apresenta os direitos e obrigações do Regulamento (UE) 2019/1150 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de junho de 2019, relativo à promoção da equidade e da transparência para os utilizadores empresariais de serviços de intermediação em linha (Regulamento Plataforma para Empresas - P2B), Regulamento 2022/2065 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de outubro de 2022, relativo a um mercado único para os serviços digitais e que altera a Diretiva 2000/31/CE (Lei dos Serviços Digitais – DSA) e Regulamento (UE) 2022/1925 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de setembro de 2022, relativo a mercados contestáveis e equitativos no setor digital e que altera as Diretivas (UE) 2019/1937 e (UE) 2020/1828 (Lei dos Mercados Digitais – DMA). Para obter informações mais detalhadas sobre as disposições destas legislações, consulte os **documentos de orientação da Comissão Europeia**², disponíveis em todas as línguas oficiais da UE.

Os três regulamentos visam trazer mais transparência, proteger os utilizadores finais online e também abrir oportunidades para as empresas. Estabelecem regras e obrigações claras relativas, por exemplo, à divulgação de conteúdos ilegais online e garantem mercados digitais mais justos e abertos. O Regulamento Plataforma-Empresa visa criar um ambiente justo, transparente e previsível para as empresas que utilizam plataformas para chegar aos consumidores. Com base no P2B, a DMA visa promover a equidade e a contestabilidade no setor online. A DSA estabelece regras harmonizadas para um ambiente online seguro, previsível e fiável. As regras estabelecem principalmente obrigações para os serviços de intermediação online, tais como plataformas, a fim de garantir um acesso justo ao mercado e a concorrência para as empresas e a proteção dos consumidores.

Recomendamos que se familiarize com estes regulamentos e com este módulo.

Esperamos que as informações fornecidas no Manual lhe sejam úteis.

² [Orientações](#) sobre a transparência da classificação nos termos do Regulamento (UE) 2019/1150 do Parlamento Europeu e do Conselho; Para a DMA: https://digital-markets-act.ec.europa.eu/index_en

O que é a economia de plataforma e por que é importante?

A economia de plataforma refere-se à transação de bens e/ou serviços através de serviços de intermediação online, que é uma tendência crescente. Estas plataformas podem oferecer serviços para que consumidores e empresas se conectem e comprem produtos mais facilmente.

A pandemia da COVID obrigou as empresas a mudar os seus modelos de negócio, contribuindo assim para o crescimento da economia de plataforma.

Os motores de busca têm um impacto significativo nas vendas das PME, com os cinco primeiros resultados de pesquisa a atraírem 88% dos cliques.

Quem é afetado pelos regulamentos?

Nos termos do Regulamento P2B, da DSA e da DMA, os serviços de intermediação em linha que preenchem determinadas condições têm de cumprir determinados requisitos estabelecidos nestes regulamentos. Estes regulamentos estabelecem também direitos para os utilizadores empresariais, os utilizadores finais e os consumidores.

Exemplo: as plataformas podem ser, por exemplo, mercados online, redes sociais, plataformas de partilha de vídeos, lojas de aplicações, motores de busca, plataformas online de viagens e alojamento e sistemas operativos.

A que devo prestar atenção nos termos e condições?

Os termos e condições (T&Cs) devem proporcionar às empresas um grau razoável de previsibilidade sobre os aspetos mais importantes da sua relação com a plataforma.

Os termos e condições devem ser:

Acessíveis, o que significa fáceis de encontrar, permanentemente acessíveis e disponíveis antes de se estabelecer a relação contratual.

Exemplo: se o empresário tiver de iniciar sessão num portal primeiro, os T&Cs não estão facilmente disponíveis. Da mesma forma, se o empresário tiver de clicar em diferentes páginas, os T&Cs não estão facilmente disponíveis.

Compreensíveis, redigidos em linguagem simples e inteligível. Os T&C podem assumir a forma de manuais, perguntas frequentes, vídeos, etc., desde que sejam compreensíveis. A DSA obriga os serviços intermediários a definir os T&C numa linguagem clara, simples, inteligível, fácil de utilizar e inequívoca, que deve estar disponível ao público num formato facilmente acessível e legível por máquina. No que diz respeito às plataformas online de grande dimensão (VLOP) e aos motores de busca online de grande dimensão (VLOSE), estes são obrigados a publicar esses T&C nas línguas oficiais de todos os Estados-Membros em que oferecem os seus serviços.

Completa, incluindo todo o conteúdo exigido pela DSA e pelo Regulamento P2B. Os T&C devem promover a transparência, a previsibilidade, a proteção dos destinatários do serviço e evitar resultados injustos ou arbitrários. De um modo geral, a DSA obriga os serviços de intermediação online a incluir informações sobre quaisquer políticas, procedimentos, medidas e ferramentas utilizados para efeitos de moderação de conteúdos, incluindo a tomada de decisões algorítmicas e a revisão humana, bem como as regras de procedimento do seu sistema interno de tratamento de reclamações e informações facilmente acessíveis sobre o direito de rescindir a utilização do serviço. Mais especificamente, com base nestes dois atos legislativos, os T&C devem incluir informações como:

- Informações sobre a necessidade de justificar as decisões das plataformas sobre suspensões, restrições e encerramento de contas de utilizadores empresariais (declarações de motivos) (prazo mínimo de pré-aviso de 30 dias)
- Direito de rescisão dos utilizadores empresariais
- Transparência na classificação após pesquisa pelos clientes
- Bens e serviços auxiliares
- Transparência no tratamento diferenciado
- Termos contratuais específicos
- Acesso aos dados
- Impacto nos utilizadores empresariais Direitos de propriedade intelectual
- restrições à oferta de condições diferentes por outros meios
- políticas de moderação de conteúdos
- funcionamento dos mecanismos internos de tratamento de reclamações e (pelo menos dois) serviços de mediação.



A plataforma pode alterar os termos e condições?

As plataformas têm o direito de modificar os seus T&C. No entanto, devem notificar as empresas sobre as alterações propostas pelo menos 15 dias antes de as aplicar. Ao abrigo da DSA, as alterações relevantes, incluindo, por exemplo, as que modificam as regras sobre as informações permitidas nos serviços, ou outras

alterações semelhantes que possam afetar diretamente a capacidade dos destinatários de utilizar as alterações do serviço, devem ser comunicadas através de meios adequados.

Podem ser aplicados prazos de pré-aviso mais longos para alterações que exijam adaptações complexas por parte das empresas.

Exemplos: quando funcionalidades inteiras da plataforma, que são relevantes para a empresa, são removidas ou adicionadas; quando as empresas podem precisar de adaptar os seus produtos ou reprogramar os seus serviços para poderem continuar a operar na plataforma.

Uma empresa também pode renunciar ao prazo de pré-aviso. A renúncia deve ser feita por meio de uma declaração por escrito ou de uma ação afirmativa clara.

Exemplo: uma ação afirmativa pode ser quando novos produtos ou serviços são oferecidos dentro desses 15 dias. Isto não se aplica a casos em que o prazo de pré-aviso razoável e proporcional é superior a 15 dias, porque as empresas precisam de fazer ajustes técnicos significativos.

O prazo de pré-aviso também pode ser suspenso quando existe uma obrigação legal ou um perigo imprevisto e iminente (por exemplo, fraude, malware, spam ou outros riscos de cibersegurança) que exija uma alteração.

Se o prazo de pré-aviso não for respeitado sem motivos, a alteração é inválida.

A notificação deve ser feita num suporte duradouro (por exemplo, e-mail), o que significa que o utilizador empresarial pode guardá-la para referência futura.

As plataformas não devem impor alterações retroativas, a menos que sejam benéficas para as empresas, previstas por obrigações legais ou regulamentares ou para evitar um perigo imprevisto e iminente.

O que acontece se a plataforma encerrar, restringir ou suspender a minha conta?

Em certos casos, as plataformas podem encerrar (fechar definitivamente a conta), suspender (por exemplo, retirar um bem ou serviço da lista ou removê-lo dos resultados de pesquisa) ou restringir (por exemplo, afetar negativamente a venda de um bem, por exemplo, baixando a classificação).

Base de dados de transparência da DSA –
Declarações de motivos – [aqui](#).

Seguindo o princípio da proporcionalidade, o encerramento de uma conta deve ser o último recurso.

A plataforma deve fornecer uma declaração de motivos num «suporte duradouro» (ou seja, um suporte que permita aos utilizadores empresariais conservar as informações para referência futura; por exemplo, carta, e-mail). No caso de restrição e suspensão, a declaração de motivos deve ser partilhada, o mais tardar, no momento em que a ação produz efeitos. Na DSA, são consideradas diferentes restrições que podem afetar os destinatários do serviço (por exemplo, suspensão total e/ou parcial ou encerramento de contas, de pagamentos monetários ou visibilidade de itens específicos de informação, etc.). Para qualquer uma dessas possíveis restrições, a DSA estabelece um mínimo de informação que deve ser fornecida pela plataforma de forma clara e facilmente compreensível, mas, ao mesmo tempo, tão precisa e específica quanto razoavelmente possível.

No caso de rescisão, deve ser dado um pré-aviso de pelo menos 30 dias.

Exceções: as plataformas não têm de cumprir o prazo de pré-aviso se o encerramento, restrição ou suspensão tiver sido feito para cumprir obrigações legais ou

regulamentares ou após a violação dos Termos e Condições por parte das empresas.

Exemplo: Isto pode dizer respeito a formas graves de conteúdo ilegal ou inadequado, segurança de um bem ou serviço, falsificação, fraude, spam, pirataria de dados pessoais, etc.



A plataforma deve dar a oportunidade de esclarecer os factos que levaram à decisão e encaminhá-la para um sistema de tratamento de reclamações. Deve preservar os dados associados à conta da empresa para que esta possa ser restabelecida em caso de rescisão errada.

Como posso rescindir a minha relação contratual com uma plataforma?

A empresa pode querer rescindir a relação contratual após uma alteração nos T&Cs ou por outros motivos.

A relação contratual entre plataformas e empresas deve ser justa e conduzida de boa-fé. Assim, as plataformas devem incluir nos seus T&C informações para as empresas sobre como podem rescindir a sua relação contratual.

E os meus dados?

Os T&C devem incluir uma descrição **das políticas de acesso** aos dados fornecidos ou gerados pelas empresas ou pelos consumidores quando utilizam o OIS. Esta descrição deve incluir:

- quais os dados que podem ser acedidos (fornecidos ativamente ou gerados através da utilização)
- por quem
- em que condições (como podem ser utilizados) ou seja, o âmbito, a natureza e as condições do seu acesso e utilização das categorias de dados relevantes (por exemplo, classificações e avaliações)

Esta descrição pode ser geral e não tem de enumerar exhaustivamente todos os pontos de dados reais.



O acesso aos dados também pode ser totalmente restrito para as empresas, mas as plataformas devem indicar isso claramente.

A DMA estabelece obrigações adicionais para plataformas de grande dimensão designadas pela Comissão Europeia como gatekeepers no que diz respeito à utilização de dados e à partilha de dados com empresas (ver abaixo).

As plataformas devem indicar nos T&C se e em que medida o prestador de serviços mantém o acesso às informações fornecidas ou geradas pela empresa durante a relação contratual após o término da relação contratual.

As plataformas podem impor determinadas condições?

Os prestadores de OIS (serviços de intermediação online, por exemplo, plataformas) podem impor condições relativas à oferta de bens ou serviços.

Se os prestadores de OIS decidirem impor condições, tais como impedir os utilizadores empresariais de oferecer bens e serviços em melhores condições ou a preços mais baixos, os prestadores de OIS devem indicar os motivos dessas restrições nos seus T&C e publicar a descrição de forma a que seja facilmente encontrada.

No caso dos gatekeepers designados ao abrigo da DMA, os prestadores de OIS não podem impor tais condições diferenciadas e devem garantir que as empresas possam aplicar condições diferentes nos diferentes canais que utilizam para chegar aos seus clientes. Por exemplo, não se deve impedir que um vendedor que utiliza OIS ofereça preços mais baixos e melhores condições no seu próprio sítio Web, em oposição às condições do mercado online que também utiliza para chegar aos seus clientes.

As considerações para esta restrição podem ser de natureza económica, comercial ou jurídica.

As plataformas podem tratar as ofertas de forma diferente?

As plataformas podem tratar as suas ofertas de forma diferente das ofertas dos concorrentes ao abrigo do Regulamento P2B, conferindo às ofertas do prestador de OIS uma vantagem económica. Tal deve ser claramente indicado nos termos e condições.

Os OIS e os motores de busca para os quais uma empresa foi designada como gatekeeper ao abrigo da DMA estão proibidos de dar preferência a si próprios

nos resultados de pesquisa ou nos mercados, por exemplo.

Exemplo: O tratamento desigual pode ser no acesso aos dados, classificação ou outras configurações aplicadas pelo fornecedor que influenciam o acesso dos consumidores a bens ou serviços, remuneração cobrada pelo uso dos serviços, acesso, condições ou qualquer remuneração direta ou indireta cobrada pelo uso de serviços ou funcionalidades, ou interfaces técnicas, que estão diretamente ligadas ou são auxiliares aos serviços prestados.

Que tipo de bens e serviços posso oferecer?

Bens e serviços auxiliares são produtos que normalmente dependem e estão diretamente relacionados com o bem ou serviço principal para funcionar. Podem ser oferecidos pelo OIS ou por terceiros.

Exemplo: um serviço de reparação para um determinado bem, produtos financeiros, um seguro adicional a um determinado bem ou serviço (por exemplo, seguro de aluguer), bens que complementam o produto principal, bens que constituem uma atualização ou uma ferramenta de personalização do bem principal.

Quando são oferecidos bens e serviços acessórios, o fornecedor de um OIS deve especificá-lo nos T&Cs e descrever se e em que condições a empresa também está autorizada a oferecer os seus próprios bens e serviços acessórios.

A descrição não precisa referir-se ao bem ou serviço específico, mas pode ser mais geral, desde que seja suficientemente descritiva para compreender o bem ou serviço acessório.

Que informações posso obter sobre a classificação?

Os OIS devem definir os principais parâmetros que determinam a classificação nos seus T&Cs. Os principais parâmetros podem ser:

- indicadores utilizados para medir a qualidade dos bens ou serviços dos utilizadores empresariais;
- a utilização de editores e a sua capacidade de influenciar a classificação;
- elementos que não estão relacionados ou estão apenas remotamente relacionados com o bem ou serviço em si, tais como características de apresentação da oferta online;

As informações sobre a classificação devem ir além da simples enumeração dos parâmetros, devendo incluir informações explicativas (por exemplo, razões internas da empresa para a escolha dos parâmetros).

Nos termos da DSA, as plataformas apresentarão de forma clara e compreensível os parâmetros desses sistemas de recomendação ou classificações, de modo a garantir que os destinatários do serviço compreendam como as informações são priorizadas para eles, incluindo, pelo menos, os critérios mais importantes e as razões para a respetiva importância.

Quando for possível influenciar a classificação em troca de remuneração, isso também deve ser indicado. A Comissão estabeleceu orientações adicionais relativas aos parâmetros de classificação: [ver aqui](#)

Além disso, as obrigações de transparência da classificação estão especificadas na DSA. A DMA proíbe a auto-preferência na classificação para os gatekeepers.

Posso exibir o logótipo da minha empresa na plataforma?

Os logótipos, marcas registadas ou nomes comerciais das empresas são direitos de propriedade intelectual importantes. Os OIS devem fornecer informações gerais sobre o tratamento dos direitos de propriedade intelectual dos utilizadores empresariais nos seus T&C.

As empresas não devem ser impedidas de utilizar o seu logótipo na plataforma e devem poder tornar visível a sua identidade comercial como parte da sua oferta na OIS. No entanto, a plataforma pode ainda intervir na forma como este deve ser apresentado.



Quais são as outras obrigações das plataformas?

A DSA compreende o quadro jurídico que cria um espaço digital mais seguro, no qual os direitos fundamentais de todos os utilizadores de serviços digitais, incluindo os utilizadores empresariais, são protegidos, ao mesmo tempo que estabelece condições de concorrência equitativas para promover a inovação, o crescimento e a competitividade, tanto no mercado único europeu como a nível mundial. As regras especificadas na DSA aplicam-se aos intermediários e plataformas em linha (por exemplo,

mercados em linha, plataformas de redes sociais ou lojas de aplicações). No que diz respeito às plataformas, algumas dessas obrigações referem-se, por exemplo, aos requisitos dos termos e condições, aos mecanismos de notificação e ação, à cooperação com as autoridades nacionais, à nomeação de pontos de contacto e representantes legais, aos mecanismos de reclamação e reparação, bem como à resolução extrajudicial de litígios ou à transparência dos sistemas de recomendação, entre outros.

A DSA prevê obrigações assimétricas adaptadas³, dependendo do tipo e das especificidades dos serviços relevantes, bem como da sua dimensão e alcance, aplicando as obrigações de diligência mais rigorosas aos VLOP e VLOE, uma vez que se tornaram espaços quase públicos de comunicação e comércio. Essas obrigações referem-se, por exemplo, à exigência de realizar avaliações de risco anuais, auditorias independentes, implementar, quando necessário, medidas de mitigação e criar mecanismos de resposta a crises, transparência adicional na publicidade online e acesso e escrutínio de dados, entre outros.

Além disso, na DSA há uma secção inteira dedicada aos mercados online que estabelece obrigações adicionais⁴ a estas plataformas, exceto para micro e pequenas empresas. Essas obrigações tratam basicamente da rastreabilidade dos comerciantes (princípio «conheça o seu cliente empresarial»), conformidade desde a conceção e direito à informação.

O que são gatekeepers e quais são as suas obrigações?

Os gatekeepers são plataformas de grande dimensão, designadas como gatekeepers pela Comissão. Ao abrigo da DMA, um gatekeeper designado tem de cumprir uma série de obrigações relacionadas com os

³ Ver anexo 3 – obrigações de diligência devida

⁴ Ver Anexo 4 - obrigações para os mercados online

serviços de plataforma essenciais (CPS), que estão enumeradas na decisão da Comissão que designa a empresa como gatekeeper.

Desde 5 de setembro de 2023, a CE designou sete gatekeepers. As suas designações não abrangem todos os seus serviços, mas apenas determinados serviços de plataforma essenciais.

- Alphabet
- Amazon
- Apple
- Booking
- ByteDance
- Meta
- Microsoft

Quando as plataformas são designadas como gatekeepers, elas têm obrigações adicionais para garantir que não se envolvam em práticas comerciais desleais.

Exemplo: práticas comerciais desleais podem ser:

- auto-preferência, ou seja, dar prioridade aos seus serviços em detrimento de serviços semelhantes fornecidos por terceiros (classificar os seus próprios produtos ou serviços acima dos dos concorrentes)
- Cláusulas de nação mais favorecida, ou seja, proibir os seus utilizadores comerciais de oferecer os seus bens e serviços noutros locais a preços e condições diferentes
- combinar dados pessoais de vários serviços (como Facebook e WhatsApp) sob a propriedade de uma única empresa; usar dados não disponíveis publicamente gerados por seus usuários comerciais em concorrência com esses usuários comerciais

- condições de acesso discriminatórias
- Excluir o direito dos utilizadores empresariais de reclamar junto das autoridades públicas, incluindo os tribunais nacionais, e de procurar reparação (por exemplo, cláusulas de confidencialidade nos seus termos e condições)

Além de proibir práticas desleais, a DMA exige que as plataformas, entre outras obrigações:

- obter o consentimento dos utilizadores antes de os rastrear para fins de marketing
- permitir que os utilizadores alterem facilmente as configurações padrão e eliminem aplicações pré-instaladas
- permitam que as empresas promovam os seus produtos ou serviços através de canais diretos ou serviços de terceiros, mesmo que os preços sejam diferentes dos praticados pelo gatekeeper, e permitam que os utilizadores acedam a esses produtos ou serviços através da plataforma do gatekeeper.
- os utilizadores finais e os utilizadores empresariais devem poder **comunicar** questões de **incumprimento** às autoridades legais competentes.
- em determinadas circunstâncias, permitir a **utilização de aplicações e lojas de aplicações de terceiros** nos sistemas operativos dos gatekeepers.
- permitir que as empresas interoperem (interconectem-se) com o software e hardware dos gatekeepers.
- permitir que os utilizadores transfiram os seus dados do gatekeeper para outras empresas autorizadas.

Tenho obrigações para com os gatekeepers?

A DMA impõe obrigações apenas aos gatekeepers designados. A DMA visa criar mercados digitais mais justos e abertos. Por conseguinte, proíbe determinadas práticas dos gatekeepers que foram identificadas como prejudiciais ou impõe obrigações específicas aos gatekeepers para salvaguardar oportunidades justas e iguais para as empresas. A DMA não cria quaisquer obrigações para as empresas que utilizam os serviços dos gatekeepers. Por exemplo, um retalhista online que utilize o serviço Amazon Marketplace ou um hotel que utilize os serviços da Booking.com não estão sujeitos a qualquer obrigação ao abrigo da DMA, mas podem beneficiar das suas disposições.

Beneficiar das novas oportunidades de negócio criadas pela DMA não significa que essas empresas não sejam obrigadas a cumprir as leis que lhes são aplicáveis, tais como as que lhes exigem a proteção dos dados pessoais dos seus clientes.

Para garantir a segurança e a privacidade, as empresas devem prestar especial atenção ao seguinte:

-utilizar ferramentas ou plug-ins seguros para obter o consentimento do utilizador e garantir que as suas informações pessoais estão seguras.

-manter as políticas de privacidade atualizadas e diretas para evitar qualquer confusão. Obter sempre o consentimento explícito dos clientes antes de recolher ou utilizar as suas informações pessoais.

- se integrar com serviços de gatekeeper, como o Google Consent Mode, certifique-se de fornecer sinais de consentimento.

-dar aos utilizadores acesso para recuperar os seus dados em conformidade com os regulamentos da DMA.

-verificar a conformidade legal das plataformas e serviços gatekeeper. Além disso, mantenha-se atualizado sobre quaisquer alterações ou adições às regras do gatekeeper.



Antes de recolher ou processar dados pessoais através de plataformas ou serviços gatekeeper, é necessário obter o consentimento e informar o gatekeeper em conformidade. As empresas devem cumprir os requisitos do RGPD. Isto significa:

- transparência sobre a utilização dos dados (política de privacidade)
- consentimento explícito do utilizador (manter um registo dos formulários de consentimento)
- medidas de segurança robustas.

O que posso fazer em caso de conflito com a plataforma?

Em caso de conflito entre empresas e plataformas, os empresários têm diferentes opções.

Sistema interno de tratamento de reclamações da plataforma: Todas as plataformas, exceto as pequenas (menos de 50 funcionários, 10 milhões de euros de volume de negócios), devem criar um sistema interno de tratamento de reclamações gratuito.

A reclamação deve ser tratada num prazo razoável e com base nos princípios da transparência, igualdade de tratamento e proporcionalidade.

De todas as opções de resolução de litígios, este é o mecanismo mais amplamente disponível e utilizado para tratar reclamações e resolver problemas dos utilizadores empresariais.

As plataformas são obrigadas a publicar relatórios sobre o funcionamento do seu sistema de tratamento de reclamações (por exemplo, número de reclamações, assunto das mesmas, tempo necessário para processar as reclamações e decisão tomada).

Devem também fornecer informações nos seus termos e condições sobre o acesso ao seu sistema de tratamento de reclamações.

Se uma reclamação disser respeito às condições gerais de acesso, tais como as estabelecidas nos termos e condições dos serviços relevantes, a um motor de busca online, serviço de rede social online ou loja de aplicações designados por um gatekeeper, o utilizador empresarial pode recorrer ao mecanismo alternativo de resolução de litígios que o gatekeeper tem de disponibilizar gratuitamente ao abrigo da DMA.

Mediadores especializados

Os serviços de mediação são imparciais e independentes. Nos seus T&C, as plataformas (exceto as pequenas OIS; menos de 50 funcionários, 10 milhões de euros de volume de negócios) têm de partilhar com as empresas pelo menos dois mediadores especializados com os quais concordam em colaborar. Devem fornecer informações relevantes aos utilizadores empresariais sobre como utilizar este procedimento.

As plataformas devem suportar uma parte razoável dos custos da mediação (determinados pelo serviço de mediação). Até ao momento, um número significativo de

OIS ainda não indicou possíveis serviços de mediação (35 % das OIS).

O acesso à mediação não está condicionado à prévia apresentação de uma reclamação interna.

Tribunais

Muitas vezes vistos como último recurso, as empresas podem receber apoio de organizações e associações que representam os interesses dos utilizadores empresariais.

Estas entidades devem poder agir perante os tribunais nacionais competentes em caso de incumprimento do regulamento por parte das plataformas.

Quais são os mecanismos de aplicação e reclamação no que diz respeito aos gatekeepers?

Se os gatekeepers agirem de forma injusta e não cumprirem os requisitos da DMA, os utilizadores empresariais podem informar diretamente a equipa da DMA da Comissão (EC-DMA@ec.europa.eu). Os funcionários dos gatekeepers também podem fornecer informações através de uma ferramenta segura de denúncia (https://digital-markets-act.ec.europa.eu/whistleblower-tool_en).

Os utilizadores empresariais também podem recorrer às autoridades competentes dos Estados-Membros, que informarão a Comissão.

As empresas devem prestar atenção aos outros mecanismos de tratamento de reclamações previstos nos termos e condições das plataformas.

Em última instância, podem recorrer aos tribunais. Um gatekeeper designado está proibido de restringir o direito dos utilizadores empresariais de recorrer aos tribunais.



Quais são os benefícios para as PME?

- Igualdade de tratamento na classificação da sua oferta em comparação com a oferta do gatekeeper (sem auto-preferência)
- Aproveitar a portabilidade dos dados entre serviços online
- Lucrar com a transferência de dados consentida

Anexos

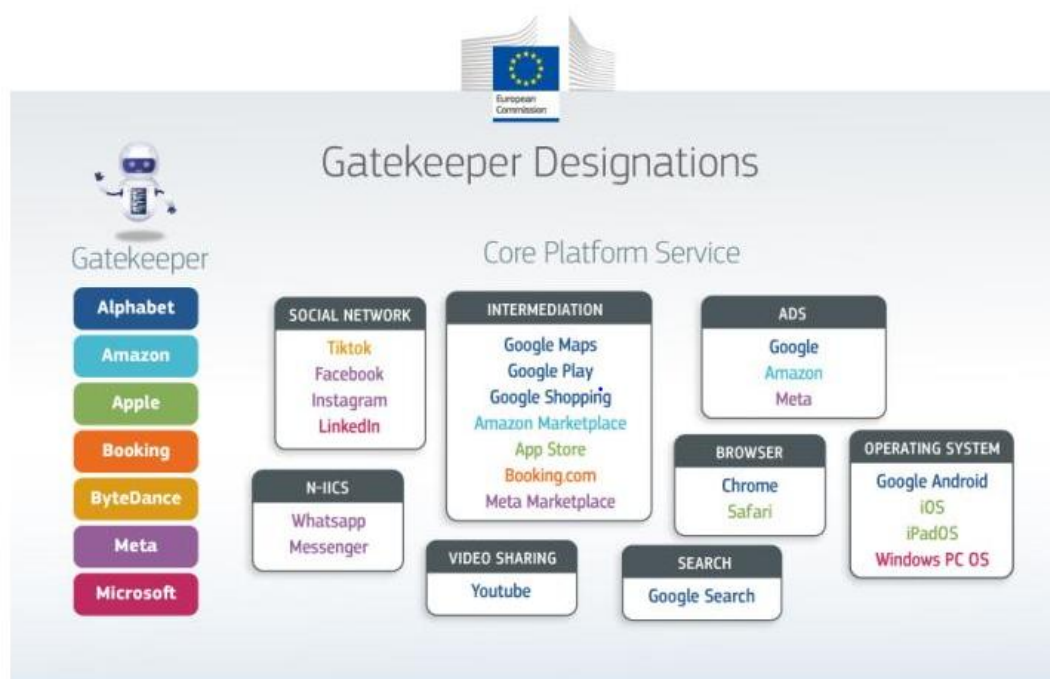
Anexo 1 - Lista de centros que prestam serviços de mediação especificamente sobre estas questões

Centros de mediação/Mediadores	Local	Descrição
CEDR⁵	Reino Unido	Inclui um painel de mediadores localizados em toda a Europa, cobrindo 22 idiomas, o que lhes permite operar numa base pan-europeia. Também dispõem de dois esquemas especializados para lidar com reclamações dirigidas à Google e à Amazon.
e-POM	Online	Portal de mediação online que facilita a nomeação de mediadores para casos específicos relacionados com relações entre plataformas e empresas.
Bundesverband Onlinehandel (Associação Federal Alemã de Comércio Eletrónico)	DE	Centro de mediação especializado em litígios B2B, que alargou os seus serviços para oferecer serviços de mediação em casos relacionados com o Regulamento P2B.
Reuling Schutte	NL	Centro especializado há 10 anos na resolução alternativa de litígios para empresas e, em particular, na prestação de serviços de mediação.
Centrum Mediacji Lewiatan (Centro de Mediação Lewiatan)	PL	Centro especializado em mediação B2B, incluindo casos P2B. Faz parte da Konfederacji Lewiatan (Confederação Lewiatan), que representa 4 100 empresas e os interesses dos seus funcionários em relação às instituições da UE.
Mediador de Empresas	FR	Centro de mediação criado em 2010 pelo governo francês. Presta serviços de mediação P2B aos signatários da Carta do Comércio Eletrónico.
Polimeni Legal	IT	Centro de mediação especializado em comércio eletrónico e mercados digitais. Tratou cerca de 10 a 15 casos de mediação relacionados com o Regulamento P2B.

⁵ Note-se que, uma vez que o Reino Unido saiu da UE, podem existir ligeiras diferenças.



Anexo 2 – Visão geral dos gatekeepers designados e dos seus principais serviços de plataforma



Anexo 3 - Obrigações de diligência devida

	VERY LARGE PLATFORMS	ONLINE PLATFORMS	HOSTING SERVICES	ALL INTERMEDIARIES
Transparency reporting	•	•	•	•
T&Cs	•	•	•	•
Cooperation with national authorities	•	•	•	•
Points of contact & legal representatives	•	•	•	•
N&A	•	•	•	
Reporting criminal offences	•	•	•	
Complaint & redress mechanisms, OOC dispute settlement	•	•		
Trusted flaggers	•	•		
Prohibition of Dark Patterns	•	•		
Measures against abusive notices	•	•		
Special obligations for marketplaces (e.g. KYBC, random checks)	•	•		
Bans on targeted ads to children and based on special categories of personal data	•	•		
Accessibility	•	•		
Transparency of recommender systems	•	•		
Advertising transparency	•	•		
Risk management	•			
Independent audits	•			
User can opt out of profiling	•			
Data sharing with authorities & researchers	•			
Codes of conduct	•			
Crisis response cooperation	•			

Obrigações

Anexo 4 - Obrigações para mercados online

Traceability of traders

☐

- ☐ Obligation to gather information on the identity of traders
- ☐ Best effort to assess whether the information is reliable and complete
- ☐ Obligation to display such information to consumers

Compliance by design

☐

- ☐ Interface design: enable traders to disclose information
- ☐ Consumers will see clearly, e.g.: logos and trademarks, labels & markings for compliance with EU law, identification of products
- ☐ Best efforts to assess if the information is complete
- ☐ Reasonable efforts for random checks that goods are not listed as illegal in public databases

Right to information

☐

- ☐ Information to consumers who have purchased illegal goods / services



Funded by
the European Union

consumerlawready.eu



Consumer Law Training for European SMEs



Funded by
the European Union

consumerlawready.eu