



QWeb
Certificação de processos de negócio electrónico

Julho 2004

André Pereira

Nº 940494



Departamento de Engenharia Informática

Índice

1 – Introdução	03
2 – Definição	04
3 – Tipos de comércio electrónico	06
a) Business-to-Business (B2B)	06
b) Business-to-Consumer (B2C)	07
c) Business-to-Administration (B2A)	08
d) Consumer-to-Administration (C2A)	08
4 – Indicadores da evolução do comércio electrónico	09
5 – Certificação no comércio electrónico	15
6 – Certificação QWeb	17
6.1 Introdução	17
6.2 Requisitos do nível “uma estrela”	21
a) Identificação do conteúdo, informação, transacção	21
b) Privacidade	24
c) Segurança	26
d) Qualidade / Processo de negócio	27
6.3 Requisitos do nível “duas estrelas”	29
a) Testes ao software	29
b) Segurança	29
c) Qualidade / Processo de negócio	30
6.4 Requisitos do nível “três estrelas”	31
a) Testes ao software	31
b) Segurança	31
c) Qualidade / Processo de negócio	31
6.5 O Processo de certificação	32
a) Candidatura	33
b) A auditoria de concessão	35
c) Testes adicionais necessários para os níveis duas e três estrelas	38
d) A Decisão e a emissão do certificado	40
7 – Caso prático – Auditoria ao Continente Online	41
7.1 Apreciação global	61
8 – Conclusão	62
9 – Bibliografia	64



1 – Introdução

Nos dias de hoje, é cada vez mais comum a utilização de expressões como “comércio electrónico”, “dinheiro digital”, “transacções online”, “banca online”, etc. Estas correspondem a práticas que caracterizam a sociedade actual e que têm vindo a transformar a forma como orientamos as nossas vidas e gerimos os nossos negócios.

Apesar da adopção do comércio electrónico, por parte das empresas, remontar ao início dos anos 70, mediante a utilização de sistemas desenvolvidos com base na tecnologia EDI (Electronic Data Interchange), foi com a Internet, mais concretamente com a web, que o comércio electrónico conheceu a sua mais acentuada fase de desenvolvimento, tornando-se num dos principais domínios da revolução digital com que as economias e sociedades contemporâneas hoje se deparam.

O ritmo de expansão de sites de comércio electrónico que se tem verificado nestes últimos anos em Portugal, torna clara a necessidade das empresas assumirem uma estratégia de diferenciação no mercado.

A certificação do comércio electrónico acarreta vantagens que são evidentes e muito coincidentes com as que decorrem de uma certificação de um sistema de gestão. A certificação QWeb possibilita a todas as partes interessadas um serviço orientado para a satisfação do cliente, respeitando a existência de transacções seguras; a definição clara das condições de venda e entrega; e a garantia de uma maior segurança a nível do tratamento de dados. Todas estas vantagens contribuem para uma evidente diferenciação, com ganhos imediatos, no que diz respeito à imagem da empresa.



2 – Definição

O que é o comércio electrónico ?

De uma forma muito generalista o comércio electrónico é o “nome dado à prática do comércio de bens ou serviços recorrendo a sistemas de telecomunicações e tecnologias de informação avançadas...”

Comércio electrónico. In Infopédia. Porto Editora, 2003-2004.

Aprofundando um pouco o tema, podemos começar pela definição de comércio. Segundo o American National Standards Institute (ANSI), comércio é “o processo pelo qual uma encomenda é colocada ou aceite, representando, como consequência, um compromisso para uma futura transferência de fundos em troca de bens ou serviços”.

Complementando esta definição, com a adoptada pela International Data Corporation (IDC), podemos definir comércio electrónico como todo o processo pelo qual uma encomenda é colocada ou aceite através da Internet, ou de outro qualquer meio electrónico, representando, como consequência, um compromisso para uma futura transferência de fundos em troca de produtos ou serviços.

A Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM) adopta uma linha que dá algum enfoque na transacção do pagamento e entrega dos produtos. Segundo a ANACOM, o comércio electrónico pode ser definido como a realização de transacções de bens e serviços entre computadores mediados por redes informáticas, sendo que o pagamento e/ou a entrega dos produtos transaccionados não são, necessariamente, efectuados por via electrónica.



De acordo com esta última definição, podem identificar-se dois tipos de actividades distintas dentro do comércio electrónico: uma directa, outra indirecta. Enquanto o comércio electrónico directo pressupõe que o pagamento e a entrega dos produtos e serviços encomendados sejam, também, efectuados online, o comércio electrónico indirecto consiste na encomenda electrónica de produtos e serviços que, pela sua natureza, continuam a ter de ser entregues fisicamente, utilizando-se, para esse efeito, os tradicionais canais de distribuição.

Ao contrário da actividade directa, o comércio electrónico indirecto não permite explorar todo o potencial dos mercados electrónicos mundiais, sendo que, para retirar um maior benefício das suas vantagens, será necessária a existência de canais internacionais de distribuição eficientes e em número suficiente para assegurar a entrega desses produtos.

3 – Tipos de comércio electrónico

De acordo com a classificação de comércio electrónico baseada no tipo de intervenientes envolvidos nas transacções, reconhecem-se quatro principais tipos de comércio electrónico:

- (a) Business-to-Business (B2B);
- (b) Business-to-Consumer (B2C);
- (c) Business-to-Administration (B2A) e
- (d) Consumer-to-Administration (C2A).

a) Business-to-Business (B2B)

O comércio Business-to-Business (B2B) engloba todas as transacções electrónicas efectuadas entre empresas. Correspondendo, actualmente, a cerca de 90% do comércio electrónico em Portugal, o comércio B2B desenvolve-se, basicamente, em três grandes áreas: o e-Marketplace, o e-Procurement e o e-Distribution.

Os e-Marketplaces consistem em plataformas electrónicas onde as empresas, ora assumindo a posição de comprador, ora a de vendedor, se reúnem à volta de um mesmo objectivo: estabelecer laços comerciais entre si. Estes mercados digitais podem assumir uma forma vertical ou horizontal. Os e-markets verticais apenas são frequentados por empresas de uma indústria específica, sendo promovida a criação de uma comunidade de valor acrescentado (VACs) baseada no comércio entre empresas do sector. Os e-markets verticais procuram satisfazer necessidades específicas da indústria ou sector a que se dirigem e apresentam normalmente nos seus catálogos, bens directos à produção. Este modelo permite que os seus participantes possam realizar



transacções comerciais, partilhar e aceder à informação específica do sector, assim como ter acesso a serviços de valor acrescentado dirigidas à especificidade do seu negócio.

Os e-markets horizontais procuram satisfazer necessidades comuns à grande maioria das empresas, independentemente do seu sector, e são caracterizados sobretudo por possuir nos seus catálogos, artigos indirectos (MRO's - Material, Repair and Operations, Economato , etc...) ou serviços de interesse para a generalidade das empresas, independentes dos sectores de actividade onde actuem.

Os e-Procurements, são plataformas electrónicas desenvolvidas para suportar a gestão de compras duma determinada organização via Internet. Permite a automatização dos processos de aprovisionamentos de produtos e serviços, desde a requisição até ao pagamento. Favorece o contacto de um cliente com os seus vários fornecedores, facilitando as chamadas relações de *one-to-many*;

Os e-Distributions, são aplicações electrónicas destinadas a integrar as empresas com os seus distribuidores, filiais e representantes.

b) Business-to-Consumer (B2C)

O segmento Business-to-Consumer (B2C) corresponde à secção a retalho do comércio electrónico e caracteriza-se pelo estabelecimento de relações comerciais electrónicas entre as empresas e os consumidores finais. Este tipo de comércio tem vindo a desenvolver-se de forma acentuada devido ao advento da web, existindo já várias lojas e centros comerciais virtuais na Internet a comercializar todo o tipo de bens de consumo.

Genericamente, as suas principais potenciais vantagens consistem na desintermediação de processos e na oportunidade de desenvolvimento de uma gestão personalizada da relação com o cliente, por via do eCRM.

c) Business-to-Administration (B2A)

A categoria Business-to-Administration (B2A) abrange todas as transacções on-line realizadas entre as empresas e a Administração Pública. Este é um segmento que envolve uma grande quantidade e diversidade de serviços, designadamente nas áreas fiscal, da segurança social, do emprego, dos registos e notariado, etc. O B2A, apesar de se encontrar ainda numa fase inicial de desenvolvimento, tende a aumentar rapidamente, nomeadamente com a promoção do comércio electrónico na Administração Pública e com os mais recentes investimentos no e-government, como são o caso dos projectos no âmbito do governo electrónico em curso na Unidade de Missão Inovação e Conhecimento (UMIC).

d) Consumer-to-Administration (C2A)

O modelo Consumer-to-Administration (C2A) diz respeito às transacções electrónicas entre os cidadãos e a Administração Pública. São várias as áreas de aplicação: a segurança social (através da divulgação de informação e realização de pagamentos), a saúde (marcação de consultas, informação sobre doenças e pagamento de serviços de saúde), a educação (divulgação de informação e formação à distância), impostos (entrega das declarações e pagamentos), etc.

Os dois modelos que envolvem a Administração Pública (B2A e C2A) estão fortemente associados à ideia de conveniência e satisfação dos cidadãos, eficiência com menores custos e transparência do aparelho do Estado.

4 –Indicadores da evolução do comércio electrónico

Uma abordagem correcta de iniciar uma análise sobre a evolução e estado actual do comércio electrónico, será começar por avaliar a existência de condições e meios para o seu desenvolvimento.

Dada a importância que a Internet tem vindo a ganhar nos últimos anos, como meio para a realização de compras e vendas electrónicas, um bom indicador poderá ser o número de subscritores de Internet existentes em Portugal.

	2000	2001	2002	2003	TMCA
Utilizadores da Internet	20%	29%	20%	39%	25%

Fonte: UMIC

Segundo a UMIC, 39% dos portugueses utilizam a Internet, verificando-se uma taxa média de crescimento anual de 25% entre 2000 e 2003.

A análise sob o ponto de vista da oferta também demonstra um crescimento das lojas electrónicas portuguesas.

	2000	2001	2002	2003
Número de sites de comércio electrónico	102	519	701	748

Fonte: UMIC

O número de lojas electrónicas portuguesas em 2003 é de 748, o que, em números absolutos, representa mais 646 lojas do que as existentes em 2000.

Outro indicador das infra-estruturas para o comércio electrónico é o número de servidores seguros existentes. Neste campo, estamos claramente abaixo de um nível apropriado para fomentar o crescimento do comércio electrónico. Segundo a OCDE, em 2002, Portugal apenas dispunha de 2,1 servidores seguros por

cada 100.000 habitantes, valor que contrasta negativamente com os 8,8 na União Europeia, com os 14,2 na OCDE e com os 37,5 nos EUA.

Analisando a informação recolhida, podemos constatar que o número de potenciais consumidores tem vindo a crescer nos últimos anos. Verificamos também um rápido crescimento das lojas electrónicas portuguesas, porém pouco sustentado, uma vez que o número de servidores seguros não acompanha essa evolução, o que poderá causar alguns entraves no aumento da confiança dos consumidores.

Centrando-nos agora numa abordagem focalizada nos consumidores, o estudo realizado em 2003 pela UMIC, revela-nos as práticas dos consumidores na utilização do comércio electrónico.

Utilizadores do comércio electrónico (%)

	%
Utilizadores do comércio electrónico	5
Não utilizadores do comércio electrónico	95

Base: População portuguesa residente no Continente

Fonte: UMIC

Modo de pagamento das encomendas (%)

	%
On-line com cartão de crédito	44
Reembolso postal	22
Multibanco	18
Pagamento no acto da entrega	12
E-Banking	4

Base: Número de encomendas realizadas no último ano (Nº = 1.555.690)

Fonte: UMIC



Tipo de produtos adquiridos através do comércio electrónico (%)

	%
Livros, Revistas, Jornais	36
Música, Vídeos	35
Software	22
Equipamento electrónico	15
Viagens	15
Entretenimento (bilhetes de teatro, concertos)	13
Roupa, Joalheria, Acessórios	12
Hardware de computador	10
Produtos automóveis	7
Serviços bancários e financeiros	6
Artigos para casa e jardim	5
Artigos de supermercado	4
Jogos e brinquedos	3

Base: Utilizadores do comércio electrónico

Fonte: UMIC

Experiências negativas na utilização do comércio electrónico (%)

	%
Nunca teve uma experiência negativa	95
Os bens não foram entregues	2
Os bens foram danificados / trocados na entrega	2
Os bens não correspondiam à descrição no site	1
Problemas com a segurança dos dados pessoais	1

Resposta múltipla (não tem de somar 100%)

Base: Utilizadores do comércio electrónico

Fonte: UMIC

Razão principal para utilizar o comércio electrónico (%)

	%
Acesso a produtos raros / indisponíveis no país	23
Comodidade	21
Variedade de produtos	19
Rapidez na compra	8
Bens e serviços disponíveis 24 horas por dia	6
Facilidade na comparação de produtos	5
Preços mais acessíveis	5
Informação detalhada	4
Oferta de produtos de acordo com o perfil do comprador	3
Privacidade na compra	2
Rapidez na entrega	2
Outros	1
NS / NR	1

Base: Indivíduos que utilizam ou planeiam utilizar o comércio electrónico

Fonte: UMIC

No inquérito da utilização das Tecnologias de Informação e da Comunicação realizado pela UMIC, as questões relacionadas com as práticas de comércio electrónico revelam que 5% dos portugueses utilizam a Internet para a compra de bens e serviços. Uma vez que o valor é relativamente baixo, não oferece muita representatividade para analisar o comportamento dos utilizadores do comércio electrónico.

Apenas numa análise superficial, podemos verificar que existe alguma aderência ao pagamento on-line. Os produtos adquiridos são do tipo que não necessitam de qualquer tipo de contacto no sentido de influenciar a compra, e os factores que influenciam a adesão ao comércio electrónico são essencialmente o acesso a produtos raros, a comodidade e a variedade de produtos.

Podemos também constatar que dentro da pequena comunidade de consumidores, o número de experiências negativas na utilização do comércio electrónico é bastante reduzido.

Por outro lado, a percentagem de internautas que não utilizam o comércio electrónico é bastante representativa. A preocupante grandeza deste resultado, leva-nos a analisar os diversos motivos que levam os portugueses a não optar pelo comércio electrónico.

Razão principal para não utilizar o comércio electrónico (%)

	%
Preferência pelo comércio tradicional	44
Falta de confiança no processo	23
Insegurança com a garantia, modo de entrega e devolução dos produtos danificados	7
Risco de alguém aceder e divulgar os dados pessoais	6
Custo mais elevado que no comércio tradicional	5
O processo é tecnicamente muito complicado	5
Não tem interesse	4
Dificuldade em encontrar os bens e serviços pretendidos	1
Demora e dificuldade logística das entregas	0
Comunicação dos dados é muito lenta	0
Outros	0
NS / NR	2

Base: Utilizadores da Internet que não utilizam o comércio electrónico

Fonte: UMIC

A análise desses motivos evidencia o fraco nível de confiança da maioria dos internautas portugueses, tornando assim uma possível adesão ao comércio electrónico num processo mais complicado e demorado.

Mais adiante, facilmente concluiremos que a certificação poderá desempenhar um papel importante na adesão ao comércio electrónico.

Factores como a “falta de confiança no processo”, “Insegurança com a garantia, modo de entrega e devolução dos produtos danificados”, “Risco de alguém aceder e divulgar os dados pessoais” e “Processo é tecnicamente muito complicado”, que representam 41% dos motivos que influenciam a não utilização



do comércio electrónico, deixam de fazer qualquer sentido com a certificação do comércio electrónico.

5 – Certificação no comércio electrónico

No Guia do Consumidor para o Comércio Electrónico, editado pelo Instituto do Consumidor, pode ler-se o seguinte conselho: “...Certifique-se de que a loja está devidamente identificada (nome, local/morada geográfica completa, outros elementos identificativos, tais como: número de contribuinte, número de registo na Conservatória de Registo Comercial a que pertence)...”.

No mesmo Guia, pode ainda ler-se: “... Antes de transmitir os seus dados pessoais, certifique-se de que a informação é transmitida de uma forma segura...”.

De facto, a transmissão de confiança aos consumidores pelas lojas electrónicas é um factor que assume particular importância na credibilização das lojas e, conseqüentemente, no seu sucesso em termos de vendas.

A transmissão de confiança não passa apenas pelos aspectos perceptíveis durante a realização da compra. Factores como o tratamento de reclamações e eficiência na logística, que não são impeditivos na realização das compras, poderão assumir um papel decisivo na fidelização dos clientes.

Os sistemas de certificação garantem benefícios para os intervenientes que operam na área do business-to-business (B2B), consumer-to-governement (C2G), business-to-governement (B2G) ou business-to-consumer (B2C).

Os maiores benefícios para as empresas que vendem bens ou serviços na Internet são:

- a actividade encontra-se em conformidade com os mais altos standards;



- apenas com um “clique” no rato a certificação é validada e é disponibilizada toda a informação da empresa e do seu organismo certificador;
- a actividade é segura, fiável e orientada para o cliente;
- aumento da confiança do cliente.

Os maiores benefícios para as empresas e consumidores que usam serviços ou que compram bens através da Internet são:

- o site é legal e o serviço é de confiança;
- serviço de comércio electrónico da melhor qualidade;
- clareza e veracidade nas condições de venda e entrega;
- segurança e privacidade dos dados pessoais e financeiros;
- garantia de seguimento das reclamações dos clientes.

No capítulo seguinte, será especificada a certificação através do QWeb. O QWeb é o único sistema de certificação existente em Portugal, desenvolvido pela International Certification Network (IQNet) e disponibilizado em Portugal pela Associação Portuguesa de Certificação (APCER) com o intuito de avaliar e certificar actividades de e-business e e-commerce.

O QWeb assenta em três pilares fundamentais:

- Numa especificação técnica, propriedade da IQNet para conformidade de websites;
- Num conjunto de normas ISO (ISO/IEC 12119, ISO 9241 em conjunto com a ISO 9001 e ISO 17799) e
- Num sistema de mediação de conflitos.

6 – Certificação QWeb

6.1 Introdução

O sistema de certificação QWeb foi desenvolvido em três níveis diferentes, descritos na tabela 1. Esses níveis estão relacionados com o conteúdo do site, privacidade, funcionalidade do software e usabilidade, segurança de informação, e com o modelo de negócio, que em parte é suportado pelo software (expedição das encomendas, devolução de produtos).

Tabela 1: Conteúdo do sistema de certificação Qweb nos seus três níveis

Item	Uma Estrela ★	Duas Estrelas ★★	Três Estrelas ★★★
Identificação do conteúdo e informação	X	X	X
Privacidade	X	X	X
Segurança			
• pagamento	X		
• processo de auditoria (BS 7799)		X	
• certificado ISMS (BS 7799)			X
Qualidade / Processo de negócio			
• sistema de reclamações	X		
• processo de auditoria (ISO 9001)		X	
• certificado SGQ (ISO 9001)			X
Funcionalidade do software (ISO/IEC 12119)		X	X
Usabilidade (ISO 9241-10 / -11)			X

Nota: ISMS = Information security management system, SGQ = Sistema de gestão da Qualidade

Em Portugal, a APCER apenas disponibiliza o primeiro nível de certificação, uma vez que não existem laboratórios acreditados para testarem o software nem organismos que auditem segundo a BS7799. No entanto, a certificação de acordo com os outros níveis poderá ser disponibilizada, através das parcerias estabelecidas no âmbito da rede IQNet.

Os três níveis do QWeb podem ser descritos graficamente como ilustra a figura 1. onde um nível é abrangido, na sua totalidade, pelo nível seguinte.

Figura 1: Os três níveis de certificação QWeb



A empresa pode optar por apenas um dos três níveis possíveis de certificação, mas uma vez certificada, tem a possibilidade de evoluir no nível de certificação. O nível de certificação é evidenciado no site certificado, através do uso da marca de certificação. As marcas de certificação para os três níveis estão ilustradas na figura 2.

Figura 2: As diferentes marcas de certificação para os três níveis



Uma Estrela



Duas Estrelas



Três Estrelas





Os três níveis destinam-se a diferentes necessidades de segurança. Na tabela 2 são dados alguns exemplos de aplicação dos níveis de certificação.

Tabela 2: Exemplos de aplicação da marca QWeb

Uma Estrela ★	<ul style="list-style-type: none">• Loja electrónica com uma movimentação de capital relativamente baixa.
Duas Estrelas ★★	<ul style="list-style-type: none">• Aplicações de comércio electrónico com maiores movimentações de capital e maiores necessidades de segurança.
Três Estrelas ★★★	<ul style="list-style-type: none">• Aplicações de comércio electrónico com grandes movimentações de capital e grandes necessidades de segurança.• Web-Applications usadas regularmente e com grande necessidade de usabilidade.

Embora o conceito de movimentação de capital esteja sempre associado ao comércio electrónico, o site que pretende a certificação não tem de envolver necessariamente transacções financeiras, podendo consubstanciar transacções ou troca de informação.

A marca de certificação no site, permite aos utilizadores do site verificarem, através de um clique do rato, a identificação da empresa, a validade do certificado e a identificação do organismo certificador. Se o clique do rato não abrir uma janela com essa informação, significa que é uma utilização não conforme da marca QWeb.

Figura 3: Exemplo de uma janela com a validação de um site



Il marchio di qualità per il commercio elettronico nel mondo
The electronic commerce quality mark in the world

www.superemprego.pt

Língua **Portuguese**

EMPRESA	Denominação Social	Superemprego, S.A
	Sede	Av. Eng.º Duarte Pacheco, Amoreiras, Torre 2, 5.º Andar
	Cidade	1099-078 Lisboa
	País	Portugal
	Presidente/Director Geral	Dr. João Geraldes
	Número Contribuinte	PT 504 998 285
	Registo Comercial	71 140
	Centro de Operações	Edifício de Serviços da Exponor 2.º, Av. Dr. António

DADOS DO WEBSITE	Cidade	1009-300 Lisboa
	País	Portugal
VALIDADE DO CERTIFICADO	Certificado QWEB	82
	QWebmark ID	20040115
	Data de emissão	Information Systems for Human Resources Management
	Actividade	emprego@superemprego.pt
	E-mail	PTM.com
	ISP de Alojamento	

ORGANISMO DE CERTIFICAÇÃO	Sede	Edifício de Serviços da Exponor 2.º, Av. Dr. António
	Cidade	Macedo
	País	PT- 4450-617 Leça da Palmeira
	País	Portugal
	Centro de Operações	Edifício de Serviços da Exponor 2.º, Av. Dr. António
	Cidade	Macedo
	País	PT- 4450-617 Leça da Palmeira
	País	Portugal
	Presidente/Director Geral	Lúis Fonseca (Eng.º)
	E-mail	info@apcer.pt
	Web site	www.apcer.pt

ABOUT US > WHAT IS QWEBMARK > FOR SELLERS > FOR PURCHASERS > SITE SEARCH >

O Web site do superemprego (<http://superemprego.sapo.pt>) fez parte de um projecto-piloto, a nível europeu, da avaliação da aplicabilidade do QWeb a sites de comércio electrónico e foi o primeiro site certificado pelo QWeb em Portugal.

6.2 Requisitos do nível uma estrela



a) Identificação do conteúdo, informação, transacção

A identificação deve ser clara e sem ambiguidade: designação completa da empresa (ou caso não se trate de uma empresa, o nome completo dos proprietários do negócio), registo comercial, nº de contribuinte, nome do director geral, morada, correio electrónico, morada para envio de correspondência, telefone, fax, horário de atendimento (com referência ao fuso horário).

A informação de identificação deve estar num formato que possibilite a impressão.

A informação sobre bens e serviços anunciados ou disponíveis para venda no site deve estar correcta e completa, num formato simples e fácil de encontrar, disponível antes do início da transacção. A informação deve estar num formato que permita a impressão e o armazenamento electrónico.

Informação correcta e completa, significa que a informação deve ser suficiente para que o consumidor compreenda a natureza dos bens ou serviços disponíveis, assim como as condições de venda ou fornecimento que fazem parte integral do contrato de venda ou fornecimento. A informação deve estar disponível em todos os idiomas utilizados para anunciar o produto no site. Essa informação deve incluir pelo menos:

- Uma descrição detalhada dos bens ou serviços disponíveis, que não iluda o consumidor e permita uma decisão consciente relativamente à compra;

- Os preços dos bens ou serviços, qualquer taxa adicional, ou qualquer outro valor adicional;
- Especificar a moeda;
- Os termos de entrega, devolução e transporte, incluindo tempo de entrega, tempo de transporte, custos de transporte, limitações geográficas e se for caso indicar que os riscos inerentes ao transporte são da responsabilidade do consumidor;
- Os termos de pagamento, incluindo as moedas aceites, o tempo limite para o pagamento e quaisquer outras opções;
- Informação relativa à garantia, reparação e suporte dos bens ou serviços adquiridos;
- Como cancelar as encomendas;
- Se aplicável, a existência do direito de devolução por não satisfação das expectativas do consumidor, ou devolução de produto com defeito, deve incluir o procedimento para a devolução, tempo limite e custos associados;
- Termos, métodos e procedimentos para devolução do pagamento;
- Nos casos de promoções, como reduções do preço, ofertas, concursos ou jogos, devem estar claramente identificados como tal, assim como as condições e períodos de validade para beneficiar das mesmas.

Os processos de encomendas devem ser claramente reconhecidos como tal. Uma encomenda só poderá ser iniciada através dum acto consciente do consumidor. O consumidor deve ter a possibilidade de verificar e, se necessário, corrigir os elementos da encomenda, antes de concluir a encomenda. O processo de finalização da encomenda deve incluir uma questão de confirmação. Na questão de confirmação deve estar visível o valor total da encomenda e uma referência às condições do contrato.

A empresa que exerce a actividade de comércio electrónico deve:

- Possuir um sistema fiável para entrega dos produtos encomendados, que respeite os prazos estabelecidos durante a elaboração da encomenda;
- Possuir um processo que notifique o cliente quando existem erros na encomenda;
- Possuir um processo que informe o cliente quando a encomenda é expedida;
- Para os casos em que o produto ou serviço não se encontra disponível:
 - Possuir um processo que notifica o cliente;
 - Se existe um produto ou serviço alternativo, possuir um processo onde o cliente pode aceitar ou recusar a alternativa sugerida. Se o cliente solicita o cancelamento da encomenda, devem ser desencadeados procedimentos de cancelamento da encomenda e restituição do dinheiro.

Não disponibilizar no seu site links para sites enganosos, fraudulentos ou ilegais; não publicar ou distribuir, no site certificado, material considerado ilegal ou ilícito na jurisdição onde exerce a sua actividade;

Evitar ligações a outros sites que necessitem de autorização para o acesso e cuja autorização ainda não foi obtida;

Não utilizar a propriedade intelectual sem autorização ou de uma forma incorrecta, que induza a erro. Por exemplo: utilizar o logotipo do Windows sem autorização da Microsoft ou utilizar o mesmo logotipo criando a ilusão de patrocínio ou qualquer tipo de associação.



Promover uma actividade comercial verdadeira, evitando a publicidade enganosa ou depreciação de outros produtos e serviços.

As aplicações de comércio electrónico, que se destinam essencialmente a crianças, devem estar adequadas à idade dos utilizadores, não devem explorar a credulidade, a falta de experiência e a lealdade das crianças.

Relativamente às técnicas de hipertexto e às funcionalidades utilizadas, a empresa não deve:

- Bloquear o uso do botão de retroceder do “browser”, utilizar “links” de redireccionamento automático, impedir que o cliente escolha para onde deseja navegar na Internet, enfim, evitar as técnicas designadas de “*mouse trapping*”;
- Utilizar sistemas que favoreçam o “ranking” em motores de busca, por exemplo, <meta> tags ou tecnologia semelhante.

b) Privacidade

No Web site terá que existir uma declaração de privacidade com referência às leis e regulamentos aplicáveis, onde é estabelecido:

- A informação pessoal que está a ser recolhida;
- O nome da pessoa responsável pela recolha e protecção da confidencialidade dessa informação pessoal;
- Qual o propósito e como vai ser utilizada essa informação pessoal;
- A quem essa informação pessoal pode ser revelada no caso de consentimento do utilizador;
- O Direito do utilizador proibir o armazenamento, uso ou divulgação da informação pessoal;
- As consequências ou limitações associadas à não autorização do armazenamento, utilização ou divulgação da informação pessoal;



- A possibilidade do utilizador verificar a sua informação pessoal;
- O meio pelo qual o utilizador pode actualizar a sua informação pessoal ou solicitar que determinada informação seja corrigida;
- O compromisso de não utilizar a informação que foi reportada como incorrecta, até à sua correcção;
- Uma declaração clara sobre a utilização de “cookies” ou mecanismos semelhantes, incluindo as consequências ou limitações associadas à não aceitação desses mecanismos (só para cookies permanentes, as cookies utilizadas para sessões e segurança não necessitam da declaração);
- Os mecanismos de segurança de informação utilizados para proteger a

Pode ser armazenada a menor quantidade de dados possível que permita alimentar os indicadores de performance do sistema.

c) Segurança

Os procedimentos destinados a garantir a integridade, autenticidade e confidencialidade dos dados devem estar implementados com tecnologia actual e adequados ao nível de risco da aplicação em causa.

Devem estar definidas e implementadas medidas para a gestão da segurança da informação. Essas medidas devem incluir:

- A definição dos diferentes métodos de tratamento da informação, assim como ameaças, fraquezas e perigos a que a informação pode estar exposta;
- O critério para definir regras e controlos técnicos e operacionais para protecção da informação, assim como as medidas para monitorização. Esses critérios devem incluir as seguintes áreas:
 - Segurança física (controlo de acesso, etc.);
 - Segurança lógica (identificação, autenticação, integridade, gestão de passwords, etc.);
 - Desenvolvimento e modificação das aplicações (se aplicável);
 - Segurança da rede;
 - Cópia de segurança e restituição dos dados;
 - Recurso a fornecedores (outsourcing);
 - Tratamento de documentação em papel.

Devem estar definidos procedimentos de actuação, formação de pessoal e actividades de monitorização e testes.



Deve estar implementado um método de pagamento com segurança (secure payment), directamente ou indirectamente ligado a um banco ou uma instituição semelhante, dotada de sistemas de segurança certificados.

d) Qualidade / Processo de negócio

O operador da actividade de comércio, electrónico deve evidenciar que os processos de negócio possuem procedimentos que garantem a veracidade dos produtos ou serviços anunciados e que existem processos de controlo adequados à sua actividade e à natureza dos produtos ou serviços. Deve evidenciar, como é controlado o prazo de entrega e a adequação do prazo à natureza do produto ou serviço. Por exemplo, se vende alfaces frescas, não faz sentido anunciar um prazo de entrega de 3 ou 4 dias.

O operador da actividade de comércio electrónico, deve monitorizar os resultados obtidos e compará-los com as expectativas dos clientes e, quando necessário, implementar as acções correctivas. Para este fim, devem ser considerados os seguintes aspectos:

- Indicar, no site certificado, como o cliente deve proceder para efectuar uma reclamação, incluir a morada, e evitar fornecer apenas caixas postais, email, sistemas de atendimento telefónico ou sistemas de “voice mail”.

A implementação de um sistema para receber, guardar e processar as reclamações dos clientes, deve pelo menos incluir:

- Resposta a qualquer reclamação fundamentada e não anónima num período de tempo pré-estabelecido;
- Tomar as medidas apropriadas para evitar a repetição de uma situação que leve a uma reclamação;
- Registos claros que evidenciem a resolução da reclamação;



- A Implementação de um sistema que monitorize a eficácia da acção correctiva tomada durante um período de tempo definido;
- A implementação de um sistema para receber e tratar as sugestões e comentários dos clientes, as estatísticas do feedback dos clientes e as acções correctivas tomadas com base nesses resultados;
- A aceitação de uma entidade independente para regular disputas causadas por desacordo com os clientes.

Em Itália, é utilizada a Câmara do Comércio como entidade reguladora independente. Em Portugal, a ANACOM é a entidade responsável pela mediação de conflitos.

6.3 Requisitos do nível “duas estrelas”



a) Testes ao software

O software utilizado para executar a aplicação de comércio electrónico deve ser testado de acordo com a ISO/IEC 12119.

b) Segurança

Os procedimentos destinados a garantir a integridade, autenticidade e confidencialidade dos dados, devem ser implementados de acordo com o grau de risco da aplicação em causa. É recomendável seguir a norma BS 7799 e/ou IT Basic Protection Manual ou uma publicação semelhante.

O esquema de segurança deve, pelo menos cumprir os seguintes elementos:

- Segurança na transferência de dados: direitos de acesso (internos e externos), controlo de acessos, administração de firewall, antivírus, encriptação, etc.
- Segurança no armazenamento de dados;
- Segurança física dos equipamentos (protecção contra incêndios, controlo de acesso, etc.);
- O Hardware deve estar configurado para dar resposta ao tráfego esperado nas páginas do site de comércio electrónico. A capacidade do servidor e as ligações à rede devem ser adequadas para garantir tempos de resposta aceitáveis.



A conformidade é verificada com um processo de auditoria de acordo com a norma BS 7799.

c) Qualidade / Processo de negócio

O operador da aplicação de comércio electrónico deve fornecer a evidência de que o processo de negócio permite controlar o desempenho obtido, permitindo monitorizar a conformidade com os termos e condições gerais e específicas requeridas pelo modelo de negócio.

Dependendo da natureza do produto ou serviço comercializado pelo operador, deve incluir a evidência do cumprimento dos seguintes itens:

- Características do desempenho:
 - Detalhes da garantia;
 - Instruções de utilização, requisitos para utilização;
 - Períodos de entrega, restrições regionais para a entrega.
- Informação sobre o preço com detalhes de:
 - Moeda;
 - Valores adicionais;
 - Outras taxas ou custos adicionais como taxas alfandegárias.
- Condições de pagamento, como por exemplo a data limite de pagamento:
- Possibilidade de:
 - Reclamações;
 - Cancelamento de encomendas;
 - Devolução de produtos;
 - Reembolso do pagamento.

A conformidade é verificada com um processo de auditoria de acordo com a norma ISO 9001.



6.4 Requisitos do nível “três estrelas”



a) Testes ao software

O software utilizado para executar a aplicação de comércio electrónico deve ser testado de acordo com a ISO/IEC 12119, para a funcionalidade, e de acordo com a ISO/IEC 9241-10 para a usabilidade.

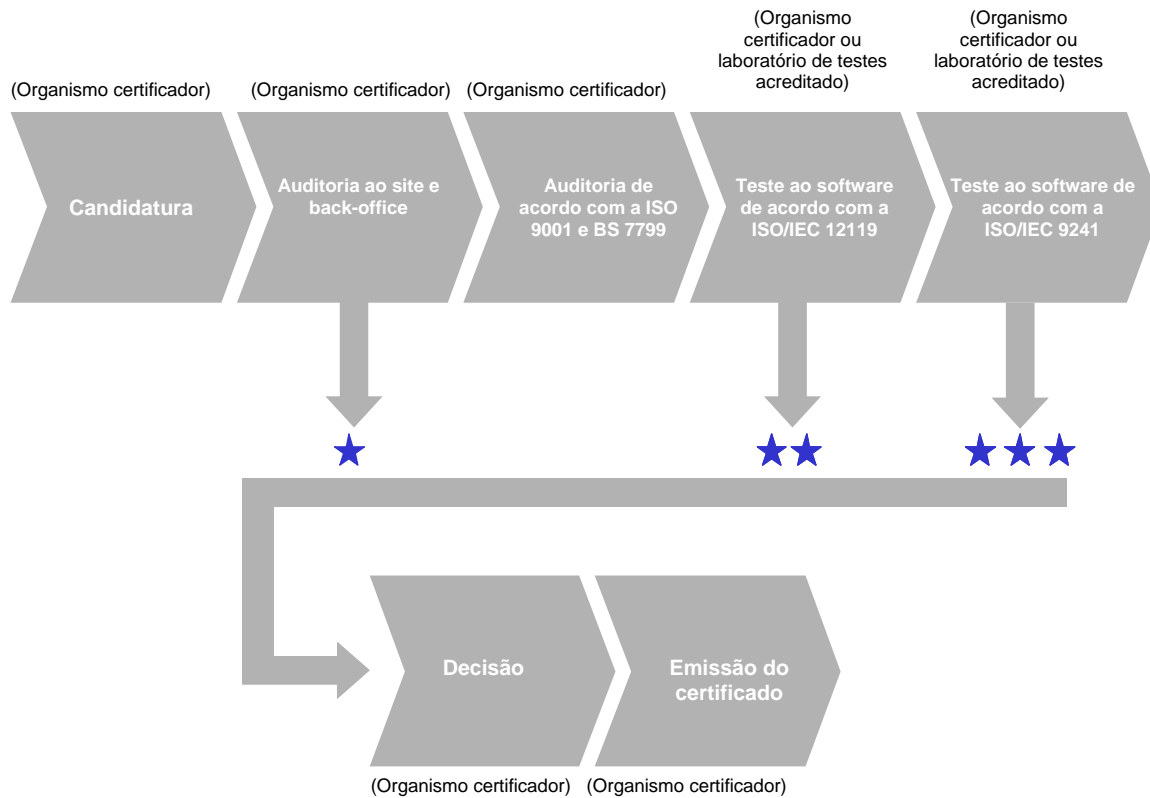
b) Segurança

É obrigatório, a implementação de um sistema certificado de gestão da segurança da informação, de acordo com a norma BS 7799.

c) Qualidade / Processo de negócio

É obrigatório, a implementação de um sistema certificado de Gestão da Qualidade, de acordo com a norma ISO 9001.

6.5 O Processo de certificação



a) Candidatura

A candidatura é a terminologia utilizada pelos organismos de certificação quando se referem à nota de encomenda. Para iniciar o processo, a entidade que pretende a certificação, deverá fornecer à APCER a informação necessária para a análise de processo. Para tal deverá preencher devidamente o formulário de candidatura que é fornecido pelo organismo certificador.

Para uma extensão da marca de certificação, a outra actividade de comércio electrónico ou outro site da mesma entidade, esta deve preencher novamente outro formulário de candidatura, especificando em detalhe o âmbito da extensão.

Depois da aceitação da candidatura, a APCER nomeará, de entre os auditores qualificados da sua Bolsa de Auditores, aqueles que realizarão as auditorias, assegurando que estão reunidas as competências, em termos de conhecimento e experiência profissional, das actividades abrangidas no âmbito de certificação solicitado.

Quando necessário, a Equipa Auditora poderá incluir peritos, técnicos especialistas no processo ou produto ou actividades compreendidas no âmbito de certificação.

O número de elementos da Equipa Auditora pode variar em função do âmbito de certificação solicitado ou do grau de complexidade do processo.

A empresa candidata pode recusar, desde que fundamente com razoabilidade, a não aceitação de um ou mais elementos propostos para a equipa auditora. Nesse caso, a APCER poderá proceder à nomeação de outro(s) auditor(es).



Assim que seja obtido um acordo com a empresa candidata, relativamente à constituição da equipa auditora, a empresa compromete-se a aceitar sem reservas a equipa auditora em todas as fases da auditoria.



b) A auditoria de concessão

O processo de certificação é realizado em duas fases. Na primeira fase a equipa auditora verifica se o site está em conformidade com os requisitos relevantes da especificação QWeb. Em geral, a auditoria é efectuada acedendo ao site via Internet, de acordo com o plano estabelecido e seguindo o método elaborado pela entidade certificadora. A auditoria ao website é realizada na presença de um representante da empresa, quando é apresentada uma justificação fundamentada por parte do cliente ou caso o acesso ao website necessite da introdução de uma password.

A equipa auditora poderá simular compras no site ou contratos, de maneira a verificar as potencialidades do website. Nestes casos, a entidade certificadora terá que informar atempadamente a empresa, com o intuito de se proceder ao cancelamento da ordem de compra ou do contrato, sem qualquer responsabilidade para a pessoa que emitiu a mesma, visto se tratar de uma simulação.

Na segunda fase a equipa auditora procede com a auditoria à empresa, que normalmente é realizada no site operativo do cliente ou, caso necessário, no host do fornecedor do serviço. Na auditoria ao *back office*, os auditores vão verificar se a empresa actua em conformidade com os compromissos estabelecidos no *front office* ao nível da privacidade, segurança, prazos de entrega, tratamento de reclamações e devoluções.

Antes da auditoria, é realizada uma reunião entre a equipa auditora, os elementos da direcção da empresa e os responsáveis pelo comércio electrónico, com o objectivo de:

- esclarecer os elementos da empresa relativamente aos procedimentos da auditoria;



- estabelecer um canal oficial de comunicação entre a equipa auditora e o cliente;
- clarificar alguns aspectos e estabelecer uma relação de confiança mútua.

A empresa deve assegurar que:

- toda a documentação, necessária para a realização da auditoria, está disponível para ser consultada pela equipa auditora;
- a equipa auditora terá a ajuda necessária durante a realização da auditoria;
- o responsável pelo comércio electrónico está claramente identificado, sendo responsável pelos contactos com a entidade certificadora.

A auditoria inclui a verificação dos requisitos estabelecidos, para o nível de certificação, e também a avaliação de que a empresa tem perfeito conhecimento dos requisitos legais aplicados ao comércio electrónico. O cumprimento da legislação não é objecto da auditoria, e qualquer incumprimento da mesma é da inteira responsabilidade do cliente da certificação.

Qualquer não conformidade com os requisitos do nível de certificação em causa, é identificada e registada no relatório da auditoria.

Finda a auditoria, é realizada uma reunião entre a equipa auditora e os gestores da empresa, aos quais é entregue um relatório onde constam todas as considerações relevantes. No final, o relatório deverá ser analisado e assinado pelos gestores da empresa e entregue à entidade certificadora, no sentido de dar seguimento ao processo de certificação.

A empresa candidata à certificação deverá, com base no relatório em seu poder, elaborar um plano das acções correctivas necessárias à correcção das não



conformidades/observações constatadas, informando (para cada não conformidade ou observação), as respectivas acções correctivas, prazos previstos para a sua implementação e os responsáveis pelas mesmas. A empresa candidata poderá, caso discorde de não conformidades/ observações apresentadas, contestá-las, fundamentando objectivamente quais os respectivos motivos. A resposta da empresa candidata, contendo o plano mencionado, deverá ser remetida à APCER para dar seguimento ao processo de certificação.

c) Testes adicionais necessários para os níveis “duas e três estrelas”

A auditoria para verificar a conformidade do software relativamente ao referencial ISO/IEC 12119 e/ou ISO 9241-10 divide-se em duas fases:

- Teste inicial
- Teste de seguimento

O teste inicial ao software que suporta a aplicação de comércio electrónico, é efectuado de acordo com o referencial ISO/IEC 12119 para o nível “duas estrelas”.

Para o nível “três estrelas” é necessário um teste adicional de usabilidade, de acordo com o referencial ISO 9241-10. O teste inicial abrange todas as funcionalidades e/ou aspectos de usabilidade relacionados com o site.

O software, que se encontra directamente ou indirectamente relacionado, assim como, servidores de bases de dados ou sistemas operativos, só serão sujeitos a testes se as suas funcionalidades influenciarem a performance do site.

Se o software, ou o software relacionado, já foi testado, o teste anterior é tomado em consideração. Só as aplicações que sofreram alterações consideráveis são objecto de testes de seguimento. Os testes de seguimento, seguem os referenciais ISO/IEC 12119 e/ou ISO 9241-10, que focalizam essencialmente o seguintes aspectos:

- Todas as partes de documentos, procedimentos, funções e dados, como se tratasse de um novo produto.;
- Todas as partes que não foram modificadas, mas que interagem com partes que sofreram alterações.



Se existirem reclamações relativamente à funcionalidade ou usabilidade da aplicação de comércio electrónico, de acordo com os referenciais ISO/IEC 12119 e/ou ISO 9241-10, podem ser necessários testes de verificação, dependendo da opinião do organismo certificador relativamente ao tratamento de reclamações.



d) A Decisão e a emissão do certificado

Com base no relatório da auditoria, o organismo certificador delibera uma decisão quanto à atribuição da marca de certificação, e a entidade é prontamente notificada dessa decisão.

Se foram identificadas não conformidades com os requisitos da certificação, o organismo certificador notifica a entidade, solicitando um plano de acções correctivas das não conformidades. O plano de acções correctivas, consiste na descrição das acções que a entidade pretende desencadear para encerrar as não conformidades, e o respectivo prazo de conclusão dessas acções.

Dependendo da gravidade das não conformidades, o organismo certificador pode suspender o processo de certificação e agendar uma nova auditoria, ou então pode apenas solicitar à entidade o envio de evidencias do fecho das não conformidades.

Quando a marca de certificação é atribuída, a entidade é inserida na base de dados de licenças QWeb, e recebe a imagem e código HTML para inserir no site.

Durante o período de validade do certificado, o organismo de certificação efectuará auditorias trimestrais, de acordo com a metodologia da primeira fase, e auditorias anuais, de acordo com a da segunda fase, com vista à verificação da manutenção das condições que deram lugar à concessão do referido certificado.



7 – Caso prático – Auditoria ao Continente Online

No sentido de transpor para a prática, a aplicabilidade do QWeb, neste capítulo será avaliado o estado de conformidade do site continente online com a especificação QWeb nível “uma estrela”.

Para o registo das constatações, foi adicionada à *checklist* do QWeb, uma coluna com a tradução do requisito para português.

**QWEB – Avaliação do “Front Office”**

Cliente	Customer	Continente Online
Website	Control on Website	www.continente.pt
Executado por	Carried out by	André Pereira
Data	Date	12/07/2004
Hora (de ... a ...)	Time from ... to ...	9:30 – 19:00
Informação geral e detalhes sobre a auditoria auditoria <input checked="" type="checkbox"/> on-line <input type="checkbox"/> na empresa	General info and details about audit audit <input checked="" type="checkbox"/> on-line <input type="checkbox"/> in company	Auditoria de avaliação de estado de conformidade do site com a especificação QWEB
Resumo das não conformidades encontradas	Summary of non conformances found	<p>1 A informação legal relativa à entidade não está disponível no site Existe um link para o site www.modelocontinente.pt contendo alguma informação da entidade gestora do site. Deverá ser transportada para o site www.continente.pt. Poderá ser considerada uma não conformidade maior, uma vez que a lei do comércio electrónico obriga à divulgação desta informação no site, pelo que se trata de um incumprimento legal.</p> <p>2 Seria conveniente referir o fuso horário, uma vez que não há uma exclusão clara de cidadãos de outros países.</p> <p>3 Não é possível visualizar a informação guardada electronicamente.</p> <p>5 Nos dados dos produtos não existe informação relativa à garantia dos mesmos.</p> <p>6 Não há garantia que todas as certificações e obrigações legais que os produtos têm que ter para serem comercializados estão referenciadas no site, na informação técnica do produto. Por exemplo os pequenos electrodomésticos não fazem referência à marcação CE.</p>



		<p>7 Não existe informação relativa à obtenção de serviços de reparação.</p> <p>9 Apesar de estar disponível a funcionalidade para imprimir os produtos do carrinho, esta não funciona. O resultado da impressão não coincide com o conteúdo do carrinho.</p> <p>10 Não há uma política de privacidade. Os requisitos para o processamento da informação pessoal dos utilizadores, na maioria dos casos são inexistentes.</p> <p>11 A opção de terminar sessão não está a funcionar correctamente. É possível continuar a fazer compras no site depois de terminar a sessão.</p>
Sugestões	Suggestions	<p>4 Perante uma impossibilidade de entrega de um produto, o sistema opta pela preferência seleccionada na ficha do cliente. As opções podem ser: substituição por um produto alternativo não fazer qualquer substituição outro produto de outra marca, mas da mesma quantidade outro produto da mesma marca, mas de quantidade diferente A opção seleccionada é aplicada a todos os produtos no carrinho de compras. Desta forma não é possível optar por critérios distintos em função dos produtos seleccionados.</p> <p>8 Na fase final do processo de compra deverá existir um link na confirmação da encomenda para as condições gerais de fornecimento.</p> <p>12 Não existem mecanismos que condicionem a utilização do site quando esta é feita por crianças. Tendo em conta a natureza dos produtos comercializados, esta constatação poderá ser considerada como uma sugestão de melhoria.</p>

3.1 Identificação do fornecedor / Identification of the supplier

Ref ^a	Requisito	Requirement	Sim	Não	NA	Notas
A1.1.2	relativamente a profissões regulamentadas, devem especificar:	concerning regulated professions they shall specify:				
A1.1.2	a associação profissional ou instituição similar a que o fornecedor pertence	the professional association or similar institution to which the supplier belongs			X	
A1.1.2	o título profissional atribuído pelo Estado onde o profissional reside	the professional title issued by the State where the professional resides;			X	
A1.1.2	se aplicável, a referência a regras e procedimentos profissionais do estado onde o fornecedor reside	if applicable, the reference to the existing professional rules of procedure of the State where the supplier resides			X	
A1.1.3	Se o fornecedor executar actividades que dependam de uma autorização, devem fornecer os detalhes relativos à autoridade que garante a autorização	if online suppliers perform activities that are dependent on authorization, they shall state the details concerning the authority which granted said authorization.			X	

3.2 Disponibilização de informação no Web Site certificado / Provision of information on the certified web site

Ref ^a	Requisito	Requirement	Sim	Não	NA	Notas
A1.1.1	Um fornecedor online certificado deve, a qualquer momento, fornecer no web site certificado a seguinte informação:	A certified online supplier shall at all times provide on the certified web site the following information in a form:				
A1.1.1-1	A identificação deve ser clara	The identification must be clear		X		A informação legal do fornecedor não está disponível no site
A1.1.1-2	fácil de encontrar	easy to find,		X		
A1.1.1-3	concisa	concise		X		
A1.1.1-4	não ambígua	non ambigue		X		



A1.1.1-16	a informação de identificação deve ser imprimível	The identification information must be printable.		X		
A1.1.1-3	a informação deve conter: nome completo da empresa	the information shall contain: full name of the company		X		Existe um link para o site www.modelocontinente.pt contendo a informação da entidade gestora do site. Deverá ser transportada para o site www.continente.pt
A1.1.1-5	nome legal e tipo de entidade	legal status (legal name)		X		*
A1.1.1-6	n.º de registo comercial	company registration number or entry on the commercial register		X		*
A1.1.1-4	quando não for uma empresa, o nome completo dos proprietários do negócio	where it is not a company, the full names of the proprietors of the business			X	
A1.1.1-7	morada oficial ou local principal do negócio	registered office or principal place of business		X		*
A1.1.1-8	n.º contribuinte	VAT registration number;		X		*
A1.1.1-9	morada	address	X			*
A1.1.1-10	e-mail	e-mail address		X		Existe um endereço para reclamações / sugestões
A1.1.1-11	endereço para correspondência	mailing address	X			
A1.1.1-12	incluindo país	including the country		X		
A1.1.1-13	telefone e	telephone and	X			
A1.1.1-14	n.º fax	fax numbers	X			
A1.1.1-15	horário de funcionamento e referência ao fuso horário	hours of operation with reference to time zones	X			Seria conveniente referir o fuso horário, uma vez que não há uma exclusão clara de cidadãos de outros países



A1.1.4	informação sobre bens e serviços anunciados ou oferecidos para venda no web site deve ser fornecida Nota: informação completa e precisa significa informação suficiente para o cliente perceber a natureza do bem ou serviço oferecido e as condições de venda ou fornecimento, que são parte integrante do contrato de venda ou fornecimento	information about goods and services advertised or offered for sale on the certified web site, shall be given [and shall be] NOTE: Complete and accurate information means sufficient information so that the customer understands the nature of goods and services offered and the conditions of sale or supply, which are an integral part of the sale or supply contract.				
A1.1.4-1	completa e	complete and	X			
A1.1.4-2	precisa	accurate	X			
A1.1.4-3	num formato claro e de fácil acesso	in a clear and easy to find format	X			
A1.1.4-4	antes do início da transação	prior to the beginning of the transaction	X			
A1.1.4-5	esta informação deve ser imprimível	This information must be printable	X			
A1.1.4-6	e passível de se guardar electronicamente	and electronically storable		X		Não é possível visualizar a informação guardada electronicamente.
A1.1.4-7	Toda a informação deve ser disponibilizada em todos os idiomas que o operador do site de comércio electrónico utilizar	Complete Information must be given in all languages that the operator of an e-commerce application advertises on his website	X			
A1.1.4.1-1	Esta informação deve, pelo menos, incluir: descrição detalhada dos bens e serviços oferecidos de forma a que o consumidor não seja enganado e possa tomar uma decisão de compra avisada	(This information should at least include) a detailed description of the goods and services offered so that the customer is not misled and can take an aware purchasing decision	X			
A1.1.4.1-2	incluindo, se aplicável, direitos de patente	Including, if applicable, patent rights			X	
A1.1.4.2-1	o preço dos bens e serviços	the price of the goods and services	X			
A1.1.4.2-2	todas as taxas ou	of any taxes or	X			
A1.1.4.2-3	outros impostos legais	other State imposed fees	X			
A1.1.4.3	se aplicável, direitos ou tarifas	if applicable, of duties or tariffs			X	
A1.1.4.3-2	especificando a moeda (para todas elas)	specifying the currency (for all the above)	X			



A1.1.4.4-1	os termos de entrega	the terms of delivery	X			
A1.1.4.4-2	devolução e	return and	X			
A1.1.4.4-3	transporte	transport	X			
A1.1.4.4-4	incluindo o prazo em que os bens ou serviços estão disponíveis ou entregues, ou quando estão disponíveis para expedição	including the timeframe within which the goods and services will be available or delivered, or when they will be made available for shipping	X			
A1.1.4.4-5	o prazo de processamento da encomenda	the order processing timeframe, and	X			
A1.1.4.4-6	os custos de envio	the shipping costs	X			
A1.1.4.4-7	uma indicação sobre a impossibilidade de entregar	an indication as to the impossibility to deliver or	X			Está dependente da opção seleccionada no registo. A opção é aplicável a todos os produtos.
A1.1.4.4-8	as limitações geográficas, ou	to geographic limitations, or	X			
A1.1.4.4-9	qualquer restrição aplicável sobre venda ou uso	to any applicable legal sale or use restrictions;			X	
A1.1.4.4-10	se for o caso, uma indicação de que os bens são transportados por conta e risco do cliente	if the case, an indication that the goods are carried at the customer's risk;			X	
A1.1.4.5	os termos de pagamento, incluindo	the terms of payment, including	X			
A1.1.4.5-1	as moedas aceites,	the accepted currencies,	X			
A1.1.4.5-2	os prazos e	the set time limits, and	X			
A1.1.4.5-3	todas as opções possíveis	any possible options	X			
A1.1.4.6-1	todas as garantias relacionadas com os bens e serviços	any guarantees or warranties relating to Goods and Services		X		Não existe informação relativa à garantia dos produtos.



A1.1.4.6-2	e todos os certificados obrigatórios por lei ou regulamentação (marca CE, por ex.), e voluntários	and any certificates either mandatory by Laws or Regulations (e.g. CE marking) or voluntary;		X	Não há garantia que todas as certificações e obrigações legais que os produtos têm que ter para serem comercializados estão referenciadas no site, na informação técnica do produto. Por exemplo os pequenos electrodomésticos não fazem referência à marcação CE.
A1.1.7	se são aceites pagamentos parciais. O fornecedor deve informar o cliente das condições de pagamento total (preço total, pagamentos mensais, interesses, ...)	If partial payments are accepted. The supplier shall notify the customer the full payment conditions in the contract (i.e. full price, monthly payments, interests etc).			X
A1.1.4.8-1	como obter serviços de reparação garantidos	how to obtain warranty repair service and		X	Não existe informação relativa à obtenção de serviços de reparação.
A1.1.4.8-2	apoio relacionado com os bens e serviços adquiridos	support related to the goods and services purchased	X		Existe um número de telefone de apoio que embora não seja explicitamente para este efeito pode ser utilizado para o encaminhamento
A1.1.4.9	como cancelar encomendas	how to cancel orders;			Não foi auditado
A1.1.4.10	se aplicável, a existência de direito de anular a encomenda	if applicable the existence of the right to withdraw and			Não foi auditado
A1.1.4.10-1	como o accionar	how to exercise it			Não foi auditado
A1.1.4.10-2	isto deve incluir uma declaração da política para devolução de bens que não cumpram os requisitos do consumidor, ou estejam defeituosos	this should include a statement of the policy for returning goods which do not meet the customer's requirements, or are defective,	X		
A1.1.4.10-3	incluindo prazo limite e	including time limits and;	X		



A1.1.4.10-4	custos, se existentes	costs, if any	X			
A1.1.4.10-5	reembolso / devolução	customer's refund	X			
A1.1.4.11	termos para reembolso de clientes	terms to refund customers;	X			
A1.1.4.11-1	métodos para reembolso de clientes	methods to refund customers;	X			
A1.1.4.11-2	procedimentos para reembolso de clientes	procedures to refund customers;	X			
A1.1.4.11-3	no caso de promoções, tais como redução de preços, prémios, jogos	in case of promotions, such as price reductions, prizes, or give-aways, or contests, or games	X			
A1.1.4.12	estes devem estar claramente identificados como tal	these should be clearly identifiable as such and	X			
A1.1.4.12-1	as condições para beneficiar deles	the terms to benefit from them	X			
A1.1.4.12-2	devem ser apresentados claramente	should be stated accurately and	X			
A1.1.4.12-3	sem ambiguidades	without ambiguity	X			
A1.1.4.12-4	incluindo o período de validade das ofertas especiais	including the validity period of special offers	X			
A1.1.4.12-4	como aceder a negociações online	how to accede to out-of-court online dispute settlement			X	
A1.1.4.13	leis aplicáveis e jurisdição	applicable laws and the place of jurisdiction			X	
A1.1.4.14	idiomas válidos para os contratos	valid languages for contracts			X	
A1.1.4.15	além disso, o fornecedor online pode divulgar qualquer outra informação verificável em instituições afiliadas, que possa ter relevância para os requisitos do presente standard, bem como a referência a outras certificações que possa ter (por ex.: SGQ, SGA)	moreover, the online supplier can disclose any other verifiable information on existing affiliations that may be of relevance to the requirements of the present standard, as well as the reference and the marks of any other certifications that he may possess (e.g. QMS, EMS certifications)			X	

3.3 Gestão das Transacções / Transaction Management

Refª	Requisito	Requirement	Sim	Não	NA	Notas
A1.1.5-1	Processos de encomenda devem estar claramente identificados como tal	Order processes must be clearly recognisable as such.	X			
A1.1.5-2	Uma encomenda só poderá ser iniciada por um acto consciente por parte do cliente	An order shall only be initiated by a conscious act on the part of the customer.	X			
	Estas medidas devem garantir ao cliente a possibilidade de:	These measures shall guarantee the Customer's possibility				
A1.1.5-1	conferir todos os elementos de uma encomenda	to check all the elements of the order,	X			
A1.1.5-2	se necessário, corrigir todos os elementos de uma encomenda	if needed correct all elements of an order	X			
A1.1.5-3	antes de colocar uma encomenda	before placing an order	X			
A1.1.5-4	sair do site sem colocar qualquer encomenda	to exit from the certified web site without placing an order;	X			
A1.1.5-5	uma confirmação deve ser pedida antes de finalizar uma encomenda	A check question must be answered before the order is finalised.	X			
A1.1.5-6	na confirmação, o valor da encomenda deve ser apresentado	In the check question the price of the order must be given and	X			
A1.1.5-7	e tem que haver referência às condições do contrato	there must be a reference to the conditions of contract		X		Sugestão: deverá haver um link na confirmação da encomenda para as condições gerais de fornecimento
A1.1.5-8	Adicionalmente, a conclusão do contrato de compra deve ser confirmada com um n.º de encomenda	In addition, the conclusion of the purchase contract must be confirmed with a purchase number	X			
A1.1.5-9	e data	And date	X			



A1.1.5-10	e deve ser imprimível	And must be printable	X			Foi detectada uma situação em que existiam produtos no carrinho, mas a impressão vinha sem produtos
A1.1.6	quando possível, a indisponibilidade deve ser notificada no site	when feasible, the unavailability should be notified on the web site	X			
A1.1.6.2	se for oferecida uma alternativa, o processo pelo qual o cliente pode aceitar ou rejeitá-la e, se o cliente optar por cancelar a encomenda, os procedimentos oportunos para efectivar o cancelamento e o reembolso do cliente; (se a proposta for feita por email, o fornecedor deve aguardar pela confirmação do cliente, excluindo a possibilidade “se não responder significa sim”)	if an alternative is offered, a process by which the customer can accept or refuse it and, if the customer requests cancellation of the order, timely procedures to effect the cancellation and refund the customer; (if the proposal is made by e-mail the supplier shall wait for the confirmation of the customer, excluding any “no answer means yes”)	X			dependente da opção seleccionada no registo. A opção é aplicável a todos os produtos.
A1.1.6.3-1	um sistema fidedigno para a entrega dos bens encomendados; Nota: Isto significa o recurso a transportadoras com quem existam acordos. Neste caso o fornecedor deve referir no site o prazo no qual os bens estarão disponíveis para entrega pela transportadora	a reliable system for the delivery of goods ordered, Note: This means resorting to reliable carriers with whom there exist agreements. In this case the supplier shall specify on the certified Web site the timeframe within which the goods will be made available to carriers for shipping (shall be mentioned on the web site)	X			
A1.1.6.3-2	com os prazos especificados	within the specified timeframe or	X			
A1.1.6.3-3	respeitando o acordado aquando da colocação da encomenda	in accordance with what agreed when placing the order	X			
A1.1.6.4	um processo para	a process to				
A1.1.6.4-1	facturar e	invoice and	X			
A1.1.6.4-2	liquidação de contas de acordo com o descrito no site	settle orders in line with what described on the web site	X			
A1.1.6.5-1	confirmação de encomenda	the order confirmation	X			



A1.1.6.5-2	também de forma imprimível	also in a printable way;	X			
A1.1.6.6	de acordo com o tipo de bens ou serviço encomendado, a notificação de que os bens foram despachados;	according to the type of good or service ordered, the notification that the goods have been shipped;			X	Prazo de entrega não justifica
A1.1.6.7	um processo para informar os clientes de erros de facturação	a process to inform customers of invoicing errors.				Não auditado
A1.1.6.8	possível informação para os clientes sobre o estado das encomendas colocadas (email, fax, SMS, ...)	possible information to the customer about the status of on-going orders (e-mail, other communication on demand on the web site, fax, SMS)				Prazo de entrega não justifica

3.4 Processamento da informação pessoal dos utilizadores / Processing of user's personal information

Refª	Requisito	Requirement	Sim	Não	NA	Notas
A1.2.1	Termo de privacidade referindo as leis e regulamentos relevantes aplicáveis	A privacy statement on the certified web site referring to relevant applicable laws and regulations and that sets out:		X		Não há uma política de privacidade.
A1.2.1.1	qual a informação pessoal que é recolhida	what personal information is being collected;		X		*
A1.2.1.2	o nome da entidade responsável pela recolha e protecção da confidencialidade da informação pessoal recolhida	the name of the person responsible for collecting and protecting the confidentiality of that personal information;		X		*
A1.2.1.3	como e com que finalidade essa informação pessoal será manuseada	how and to what purposes that personal information will be used;		X		*
A1.2.1.4	a quem essa informação pessoal poderá ser divulgada no caso do consentimento do utilizador	to whom that personal information might be disclosed in case of users' consent;		X		*



A1.2.1.5	os direitos dos utilizadores de	the rights of users to				
A1.2.1.5-1	opor-se ou proibir a recolha	object or prohibit the collection		X		*
A1.2.1.5-2	utilização ou	use or		X		*
A1.2.1.5-3	divulgação da sua informação pessoal	disclosure of their personal information	X			Embora para todo o universo modelo.com
A1.2.1.5-4	incluindo o direito de recusar ou	including the right to withhold or		X		*
A1.2.1.5-5	retirar o seu consentimento a qualquer momento e para qualquer utilização e	withdraw their consent at any time and for any use and		X		*
A1.2.1.5-6	o direito de ter essa informação pessoal corrigida	the right to have that personal information corrected,	X			
A1.2.1.5-7	completa ou	completed or	X			
A1.2.1.5-8	bloqueada	blocked;		X		*
A1.2.1.6	as consequências de negar ou retirar o consentimento	the consequences of denying or withdrawing the consent		X		*
A1.2.1.6-1	de recolher	to collect,		X		*
A1.2.1.6-2	utilizar ou	use or		X		*
A1.2.1.6-3	divulgar a sua informação pessoal	disclose their personal information		X		*
A1.2.1.7	a possibilidade aos utilizadores de verificarem a sua informação pessoal	the possibility for users to verify their personal information	X			
A1.2.1.8	os meios pelos quais os utilizadores possam	the means by which users may				
A1.2.1.8-1	actualizar a sua informação	update their personal information or	X			
A1.2.1.8-2	requerer a correcção de qualquer incorrecção	require any inaccuracy to be corrected;	X			
A1.2.1.9	comprometer-se a não utilizar qualquer informação que tenha sido referida como incorrecta até que seja corrigida	the undertaking not to use any personal information which have been reported as inaccurate until the inaccuracy has been corrected			X	



A1.2.1.10	uma declaração clara sobre a utilização no site de “cookies” ou outra qualquer técnica similar de “tracking” - seguir utilizadores - incluindo as consequências de os utilizadores ordenarem os seus computadores para as apagarem ou rejeitarem (só podem ser usadas “cookies” seguras e por sessão. “Cookies” permanentes podem ser usadas se existir uma declaração clara no site sobre a sua utilização)	a clear statement about the web site’s use of cookies or similar user-tracking techniques, including the consequences if users set their computers to delete or reject cookies (Only session specific and security cookies can be used. Permanent cookies can be used provided a clear statement about their use is include on the web site)			X	As cookies utilizadas são de sessão
A1.2.2-1	deve ser implementado um sistema para obter o consentimento dos utilizadores para a utilização da sua informação pessoal para fins não directamente relacionados com a transacção entre o fornecedor e o utilizador	A system to obtain consent from users to use their personal information for purposes not directly related to the transactions between certified online suppliers and users has to be implemented (optin rule).		X		O utilizador não tem possibilidade de não autorizar a utilização da sua informação pessoal para fins não directamente relacionados com a transacção.
A1.2.3	a retenção da informação pessoal é permitida apenas quando uma transacção é consumada ou se o utilizador der permissão para conservar essa informação para fins futuros. Deve ser possível anular essa permissão	Retaining personal information is allowed only when a transaction is consummated or if the user gives permission to retain that information for future purposes (opt-in rule). It must be possible to withdraw these permission		X		A informação pessoal é retida independentemente da realização da transacção. O utilizador não tem possibilidade de não autorizar a retenção da sua informação pessoal
A1.2.4	alguma informação pessoal pode ser recolhida para medir o desempenho do serviço	As few personal data as possible shall be collected for the performance of the service.			X	
A1.2.5	Se for recolhida informação pessoal, deve ser claramente identificada a informação obrigatória (ex.: endereço para entrega) e a facultativa (ex.: n.º telefone) Nota: só a informação necessária para a avaliação do	If personal data is collected it must be clearly marked if the entered data is mandatory (e.g. the address for deliveries) or voluntary (e.g. phone number). [Note: Only data that are needed for the performance of the	X			



	desempenho deve ser obrigatória	service shall be mandatory.]				
A1.2.6	Termo da utilização de uma aplicação de comércio electrónico: um utilizador deve ser capaz de terminar uma sessão, sendo o acesso exclusivo deste utilizador. Toda a informação do utilizador guardada deverá servir apenas para uma reconstrução das transacções	Termination of use of an e-commerce application: A user must be able to terminate further use of the application, so that the access from the "outside" is closed for this user. Any user data stored may remain so for the purpose of reconstructing the transactions undertaken.	X			A opção de terminar sessão não está a funcionar correctamente. É possível continuar a fazer compras no site depois de terminar a sessão.

3.5 Segurança / Security

Refª	Requisito	Requirement	Sim	Não	NA	Notas
A1.2.1.11	Um fornecedor online deve definir e implementar medidas para a gestão da segurança da informação e referi-lo no site (as políticas de segurança devem ser declaradas no site)	An online supplier should define and implement measures for the management of information security and notify them on the certified web site; (the security policy shall be declared on the web site)	X			
A1.3.2.4-1	Um meio de pagamento seguro deve ser implementado, directo	A secure payment method has to be implemented, either directly	X			
A1.3.2.4-2	ou indirecto recorrendo a bancos ou instituições similares com sistemas de segurança certificados	or indirectly resorting to banks or similar institutions provided with certified security systems	X			



A1.3.3	os mecanismos de segurança da informação usados para proteger a integridade e confidencialidade da informação pessoal e transacções, especialmente pagamentos. (Nota: não significa descrever o mecanismo preciso de segurança utilizado, mas sim a utilização de termos simples e genéricos)	the information security mechanisms used to protect the integrity and confidentiality of personal information and transactions, especially payments. (Note: It is not meant to disclose the precise security mechanism including possible loopholes to the user. It is just meant that in simple terms a statement shall be made, like "SSL-encryption is used for...)"	X			
--------	---	---	---	--	--	--

3.6 Responsabilidade Social / Social Responsibility

Refª	Requisito	Requirement	Sim	Não	NA	Notas
A1.1.7.4	O operador de comércio ou actividade de negócio electrónico deve:	The operator of the e-commerce or e-business activity shall:				
A1.1.7.4-1	promover e publicitar actividades credíveis	promote advertising activities that are truthful	X			
A1.1.7.4-2	abster-se de promover informação falsa ou enganosa	refrain from publishing false or misleading information or	X			
A1.1.7.4-3	abster-se de promover informação sobre produtos ou serviços que não estão de acordo com as práticas ou códigos de publicidade	make claims about products or services that do not comply with any applicable advertising codes of practice	X			
A1.1.7.4-4	verificar a veracidade de todas as "marcas" ou certificados de terceiros	ascertain the actual truthfulness of any third party 'marks' or certificates advertised as such				Não é auditável online
A1.1.7.1-1	não promover links para sites enganadores, fraudulentos ou ilegais	do not provide on the web site links to deceptive, fraudulent or illegal sites;	X			



A1.1.7.1	não publicitar no site ou distribuir de qualquer forma para venda ou outro fim, material ilegal ou ilícito, de acordo com a lei vigente no local onde o fornecedor desenvolve a sua actividade principal	do not publish on the certified web site or distribute in any form either to the aim of selling or for any other purposes material that is illegal or illicit in the jurisdiction where suppliers carry out their principal business activities;	X			
A1.1.7.2	evitar o link para sites para os quais é necessário obter autorização, e essa autorização ainda não tenha sido garantida	avoid the link to web sites for which authorization should be obtained and such authorization has not been granted, as yet	X			
A1.1.7.3	não usar a propriedade intelectual de forma depreciativa, tal como induzir em erro ou sem autorização. Nota: por exemplo, o uso não autorizado de um logotipo ou marca registada de terceiros para criar a impressão de patrocínio ou aval ou a utilização de copyright sem um prévio consentimento	not use intellectual property in a deceptive way such as to lead to error or without authorization. NOTE: For instance: the unauthorized use of a third party's logo or trademark to create the impression of sponsorship or endorsement, or the use of a third party's copyright without first obtaining the appropriate permission)	X			
A1.1.7.5	identificar a publicidade como tal	label advertising as such and	X			
A1.1.7.5-1	separar a publicidade dos detalhes técnicos dos bens ou serviços	keep it separate from technical details concerning the goods or services	X			
A1.1.7.5-2	evitar a sua dissimulação como funcionalidade técnica, também por meio de links, sem o aviso ao cliente daquilo que é	avoiding to disguise it as technical functionality, also by means of links, without disclosing to customers that it is, indeed, advertising;	X			
A1.1.7.6	ser capaz de fundamentar qualquer reclamação feita relativamente a dados expressos ou razoavelmente implícitos com publicidade ou actividade de marketing e ter razoáveis garantias antes de publicitar qualquer informação no site	be able to substantiate any express or reasonably implied factual claim made in advertising, also comparative, or marketing activity, and possess reasonable guarantees before publishing any information on the web site;			X	



A1.1.8	Quando estão envolvidas crianças, o operador de aplicações de comércio electrónico deve:	When children are involved, the operator of the ECommerce Application shall:				
A1.1.8.1	evitar recolher qualquer informação	refrain from collecting any information		X		Não existem mecanismos que condicionem a utilização do site quando esta é feita por crianças
A1.1.8.2	evitar induzir para participarem em jogos, prémios ou actividades similares (ou divulgar informação relativa a)	avoid to entice them to participate in, or divulge information by the prospect of, games, prizes or similar activities;		X		*
A1.1.8.3	recusa intencional de aceitar encomendas de bens e serviços	refuse to knowingly accepting orders for goods or services		X		*
A1.1.8.4	apresentar uma politica para monitorizar a utilização de "chat rooms" e "news groups"	display a policy for monitoring the use of chat rooms and new groups,		X		*
A1.1.8.5	se aplicável, disponibilizar uma secção para os pais onde estes são informados acerca do serviço	if applicable, offer a section for parents were they are informed about the service.		X		*
A1.1.9	aplicações de negócio electrónico para crianças devem ser apropriadas à idade, e não podem explorar a credulidade, falta de experiência ou sentido de lealdade das crianças	E-business application that are directly aimed at children must be age appropriate, and must not exploit the credulity, lack of experience or sense of loyalty of children		X		*
A1.1.10 A1.1.10.1-1	tal como para as técnicas de criação de hipertexto e gestão da linguagem HTML e consequentes modificações e melhorias, os fornecedores online não devem desligar o botão "back" do browser (nem o botão direito do rato)	As for the techniques of hypertexts and HTML language management and subsequent modifications and improvements, online suppliers: shall not disable a browser's 'back' button, (neither the mouse's right button)	X			



A1.1.10.1-2	nem processo de redireccionamento automático de links sem um click consciente (excepto para o caso de novo endereço do site de comércio electrónico)	nor automatically process a link without an affirmative click-through, (except for the case of a new address for the e-commerce web site)	X			
A1.1.10.1-3	ou impedir um cliente de escolher para onde quer navegar, recorrendo às técnicas de "mousetrapping"	or prevent a customer from choosing where to navigate on the Internet, by resorting to the so called 'mousetrapping' techniques.	X			
A1.1.10.2	não deve recorrer a sistemas que favoreçam a ordem nos sistemas de busca Nota: por exemplo <meta> tags ou técnicas similares, se esses termos de procura não estiverem relacionados com o conteúdo actual do site, bens ou serviços oferecidos	shall not use systems to favour the ranking in search engines NOTE , for instance <meta> tags or similar technology, if those search terms are unrelated to their certified site's actual content, goods offered, or services or if they are in any way deceptive.	X			

A1.4 Qualidade do processo de Negócio Electrónico / Quality of the e-business process

Refª	Requisito	Requirement	Sim	Não	NA	Notas
A1.4.3	para permitir ao cliente fazer qualquer queixa, o site deve incluir:	to allow the customer to make any complaint the web site shall include:				
A1.4.3-1	indicação no site de como pode um cliente fazer uma queixa, incluindo um endereço físico e	indicating on the certified web site how a customer can make a complaint, including a physical address and	X			
A1.4.3-2	um n.º de telefone	a telephone number	X			
A1.4.3-3	dias e horas de funcionamento	days and hours of operations	X			



A1.4.3-	outros escritórios ou filiais para além do principal (sede) Nota: para evitar a disponibilizar apenas apartados, emails, voice mail, outros sistemas automáticos	any offices or branches besides the principal offices NOTE: avoid providing only post office boxes, e-mail addresses, answering machines, or voice mail systems.	X			
A1.4.4	implementar um sistema para receber os comentários dos clientes sobre os bens e serviços	implementing a system for receiving customers' comments on goods and services	X			

7.1 Apreciação global

Adoptando uma abordagem centrada nos tópicos dos requisitos Qweb nível “uma estrela”, podemos concluir, com base na análise das constatações recolhidas durante a auditoria ao *front office* do continente online, que existem alguns aspectos relacionados com a disponibilização de informação no site e com o processamento da informação pessoal dos utilizadores, que necessitam de acções de melhoria no sentido de ultrapassar as não conformidades detectadas. Algumas dessas não conformidades podem ser classificadas como críticas, pois representam um incumprimento da legislação do comércio electrónico. Também nesta área foi detectada uma situação onde a operação de terminar sessão não estava a funcionar correctamente. Foi possível continuar a fazer compras no site, depois de terminar a sessão, sair para outro site e voltar ao site do continente.

Na gestão das transacções, constatou-se que a funcionalidade que permite imprimir o conteúdo do carrinho de compras não estava a funcionar correctamente.

No campo da segurança, responsabilidade social e qualidade do processo de negócio electrónico, não foram detectados incumprimentos relevantes.

Durante a auditoria, verificou-se que a taxa aplicada no transporte dos produtos, era calculada em função de uma zona definida por um raio de 10 km. Ainda durante a auditoria este método foi substituído por uma tabela com taxas fixas.

O primeiro método, era propício ao aparecimento de reclamações, a sua substituição demonstra que existe, no Web site do continente online, uma política de melhoria continua.



8 – Conclusão

Temos vindo a verificar, nestes últimos anos, um rápido crescimento do número de lojas electrónicas portuguesas. Entre 2000 e 2003, foram criados cerca de 748 sites de comércio electrónico.

Constatamos também, que o número de potenciais consumidores, tem vindo a aumentar de ano para ano. Todavia, o crescimento da oferta e da procura não representou um aumento significativo do consumo na Internet. Verificamos que o crescimento da oferta não foi sustentado, uma vez que o número de servidores seguros não acompanhou essa evolução, o que na prática se traduziu numa quebra da confiança dos consumidores.

A certificação surge no sentido de dar resposta à necessidade das empresas assumirem uma estratégia de diferenciação no mercado, que passa pela transmissão de confiança aos consumidores e, conseqüentemente, no seu sucesso em termos de vendas.

A certificação do comércio electrónico acarreta vantagens que são evidentes e muito coincidentes com as que decorrem de uma certificação de um sistema de gestão. A certificação QWeb possibilita a todas as partes interessadas um serviço orientado para a satisfação do cliente, respeitando a existência de transacções seguras; a definição clara das condições de venda e entrega; e a garantia de uma maior segurança a nível do tratamento de dados. Todas estas vantagens contribuem para uma evidente diferenciação, com ganhos imediatos, no que diz respeito à imagem da empresa.

Os maiores benefícios para as empresas que vendem bens ou serviços na Internet são:

- a actividade encontra-se em conformidade com os mais altos standards;



- apenas com um “clique” no rato a certificação é validada e é disponibilizada toda a informação da empresa e do seu organismo certificador;
- a actividade é segura, fiável e orientada para o cliente;
- aumento da confiança do cliente.

Os maiores benefícios para as empresas e consumidores que usam serviços ou que compram bens através da Internet são:

- o site é legal e o serviço é de confiança;
- serviço de comércio electrónico da melhor qualidade;
- clareza e veracidade nas condições de venda e entrega;
- segurança e privacidade dos dados pessoais e financeiros;
- garantia de seguimento das reclamações dos clientes.

Para finalizar, e no intuito de aumentar o leque de benefícios do QWeb, considero que seria uma mais valia para o serviço, a inclusão nos requisitos do nível “uma estrela”, de factores relativos à usabilidade e funcionalidade. Factores esses, não restritivos da certificação, mas factores valorativos.

Outro aspecto que não é ponderado no QWeb, são as preocupações de acessibilidade, sobretudo para pessoas com deficiências.

Mesmo com algumas possibilidades de melhoria por desenvolver, encaro a certificação dos processos de negócio electrónico através do QWeb, como uma excelente oportunidade de dinamização do comércio electrónico.



8 – Bibliografia

Instituto do consumidor

Guia do consumidor para o comércio electrónico

www.ic.pt/cdocumentacao/pubdownload/gcce-2001.pdf

APCER – Associação Portuguesa de Certificação

QWeb

<http://www.apcer.pt/>

QWeb

What is qweb mark

<http://www.qwebmark.net/>

Infopédia

Comércio electrónico

<http://www.infopedia.pt>

DECO Proteste online

Comércio electrónico

<http://www.deco.pt>

ANACOM

Comércio electrónico

<http://www.anacom.pt>

Portal do consumidor

Comércio electrónico

<http://www.consumidor.pt>



iwaytrade.com

O marketplace

<http://www.iwaytrade.pt>

UMIC

Governo electrónico

<http://www.unic.pcm.gov.pt>

forumb2b

Notícias

<http://www.forumb2b.com>

UNICRE

Comércio Electrónico - Conhecimento do Mercado

http://www.unicre.pt/?id_categoria=11

CENTAL BIZ

Comércio Electrónico

http://www.pontonet.net/index.asp?m=ecom&op=ecom_com.asp

PT Sistemas de informação

Soluções sobre Arquitectura WEB

<http://www.ptsi.pt/>