

Consumidores: compras em linha cada vez mais populares na UE, mas desenvolvimento travado por barreiras ao comércio transfronteiriço

Um novo relatório sobre as barreiras ao comércio electrónico, apresentado hoje por Meglena Kuneva, Comissária Europeia responsável pelos Consumidores, mostra que as compras em linha são uma prática cada vez mais popular na UE, mas alerta para o facto de as barreiras ao comércio transfronteiriço estarem a travar o seu desenvolvimento. O relatório publicado hoje apresenta uma análise pormenorizada das tendências actuais a nível do comércio electrónico da UE, discriminando os dados por país, por produtos mais comprados e por obstáculos que se colocam aos consumidores e ao comércio em linha. Entre 2006 e 2008, a proporção de consumidores da UE que comprou pelo menos um produto na Internet subiu de 27% para 33%. Estes valores médios disfarçam a enorme popularidade das compras em linha em países como o Reino Unido, a França e a Alemanha, onde mais de 50% dos utilizadores da Internet fizeram compras em linha no ano passado. Nos países nórdicos (Dinamarca, Suécia, Noruega, Finlândia e Islândia) a proporção de utilizadores da Internet que comprou produtos e serviços em linha foi de 91% em 2008. Certos países como a Itália e Espanha também constituem mercados em rápida expansão. Face a esta tendência de forte crescimento dos mercados nacionais, o volume de compras em linha de natureza transfronteiriça permanece pequeno, tendo representado apenas 7% em 2008 (contra 6% em 2006). O relatório adverte para o facto de muitos obstáculos – linguísticos, práticos e reguladores, e questões importantes relacionadas com a confiança – estarem a travar o desenvolvimento das compras em linha na UE.

Na opinião da Comissária Meglena Kuneva, «os consumidores têm tudo a ganhar com a Internet, pois expande o mercado em que operam e dá-lhes acesso a mais fornecedores e mais escolha. Torna possível fazer comparações entre produtos, fornecedores e preços numa escala sem precedentes. A utilização da Internet para a compra a retalho tenderá a generalizar-se. Actualmente, cerca de 150 milhões de consumidores já compram em linha, embora apenas 30 milhões efectuem compras em linha a partir de outro país. Devemos assegurar que a adopção da plataforma da Internet não seja desnecessariamente atrasada pela impossibilidade de eliminar as principais barreiras reguladoras ou de abordar as questões de confiança mais importantes para os consumidores.»

Principais conclusões

1. O comércio electrónico está em expansão

De um modo geral, os consumidores estão satisfeitos com as compras em linha. Para certos grupos de produtos comprados com maior frequência, como os produtos das tecnologias da informação e comunicação e os produtos de entretenimento, a satisfação dos consumidores em relação às compras pela internet é, em média, mais elevada do que para as outras vendas a retalho.

- Os consumidores estão especialmente satisfeitos com a possibilidade de comparar os preços, a variedade da oferta, os custos mais acessíveis e a maior escolha de fornecedores.
- Os consumidores apreciam menos certas questões como a clareza das informações fornecidas sobre os produtos, a publicidade, a protecção da vida privada, as questões de confiança e a possibilidade de devolver os produtos.

2. Existe um forte potencial de comércio transfronteiriço no comércio em linha

- Um terço dos cidadãos comunitários aceitaria comprar um produto ou serviço a partir de outro Estado-Membro através da Internet, porque é mais barato ou melhor.
- Um terço dos consumidores da UE aceitaria comprar produtos e serviços noutra língua. Numa Europa multicultural, procura-se uma escolha mais alargada e uma maior diversidade da oferta do que as lojas locais ou as marcas mundiais podem fornecer.

3. Não tem sido possível materializar o potencial do comércio transfronteiriço

Entre 2006 e 2008, a percentagem de compradores em linha na UE subiu de 27% para 33% dos consumidores, mas o comércio electrónico transfronteiriço permaneceu estável. Actualmente, apenas 7% dos consumidores compram produtos em linha a partir de outro país, estando esta diferença a aumentar e não a diminuir.

Os principais obstáculos:

- **Segmentação geográfica:** A maioria dos comerciantes dispõe actualmente de um sítio Web, visível aos consumidores em toda a parte. Contudo, a maioria dos retalhistas parece operar ainda com base no pressuposto de que o mercado interno se encontra dividido pelas fronteiras nacionais. A gama de possibilidades é enorme, mas na prática os consumidores vêm as suas compras recusadas ou redireccionadas para o seu país de origem.

Os obstáculos práticos e reguladores incluem:

- As **barreiras linguísticas**, que continuam a ser uma dificuldade para a maioria dos comerciantes e consumidores, embora devamos ser cuidadosos para não sobrestimar a sua importância. Por exemplo, 60% dos retalhistas já estão preparados para efectuar transacções em mais de uma língua.
- Existem problemas de logística relacionados com a interoperabilidade dos sistemas postais e de pagamento, bem como algumas dificuldades de acesso, como o acesso de banda larga.

- Existem **barreiras reguladoras** que são cada vez mais injustificadas para os consumidores e as empresas, incluindo na área do direito do consumo, do IVA, da legislação sobre a distribuição selectiva, dos direitos de propriedade intelectual, da transposição nacional da legislação comunitária (por exemplo, sobre a eliminação dos resíduos).
- Existem igualmente **barreiras que minam a confiança dos consumidores**, em especial a relutância ligada às questões de pagamento, às entregas, às queixas, à aplicação das garantias, aos pedidos de reembolso (serviço pós-vendas), assim como às questões de privacidade. As dificuldades parecem agravar-se nas transacções transfronteiriças.

Próximas etapas

Em Setembro de 2009, a Comissária Meglena Kuneva apresentará os resultados de um inquérito anónimo («mystery shopping»), destinado a identificar de que forma e em que locais os consumidores estão a ser impedidos de comprar em linha na UE. No âmbito das actividades de controlo do sector retalhista pela Comissão, a Comissária Meglena Kuneva lançou no Outono passado um processo alargado a toda a Comissão, com vista a identificar os obstáculos ao comércio electrónico, devendo o relatório final da Comissão sobre este sector ser apresentado no Outono de 2009.