



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

Países Baixos

Os Países Baixos são um país com forte conectividade, excelentes infraestruturas e elevadas competências digitais, bem como um mercado de *e-commerce* atrativo e um dos principais a nível europeu. Além disso, existem outras razões para as empresas portuguesas exportarem para este mercado via *e-commerce*:

- País de vanguarda tecnológica tanto ao nível das instituições como das empresas
- Mercado intracomunitário e sem barreiras de entrada assinaláveis
- Sociedade de consumo recetiva a novos produtos, serviços e plataformas de consumo
- Comércio eletrónico em expansão e com elevado dinamismo
- Gasto médio *online* por comprador em crescimento
- Contexto regulamentar favorável à iniciativa empresarial
- Serviços de logística muito desenvolvidos, variados e a preços competitivos

O *e-commerce* inclui a venda direta ao consumidor (B2C) e as transações entre empresas (B2B). Este último já se tornou o mais expressivo em termos de montantes envolvidos a nível global, sendo crescente nos Países Baixos. São de referir plataformas B2B como Keller, MedUX e Kippie no país. A análise efetuada recai apenas na vertente B2C, dada a sua maior relevância junto do consumidor final.

(10/2024)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

Conteúdo

1.	Posicionamento do País no e-Commerce Global	3
2.	Maturidade Digital	3
3.	Indicadores de Compras Online	3
4.	Perfil do Consumidor e-Commerce	5
5.	Logística e Distribuição	6
6.	Marketplaces e Retalhistas Online.	6
7.	Meios de Pagamento	6
8.	Quadro Legal e Regulamentar.	7
9.	Recomendações para Exportar Online	15





1. Posicionamento do País no e-Commerce Global

Prevê-se que, em 2028, as compras de *e-commerce* dos neerlandeses atinjam 49,6 mil milhões de USD, o que representa um crescimento médio anual de 10,2% desde 2024. Este ritmo é ligeiramente superior à média da Europa Ocidental e Central (9,5%), mas ligeiramente inferior à média da Europa (10,3%) e à média mundial (10,8%). Em 2023, o volume de vendas foi de 30 170 milhões de USD, tornando os Países Baixos no 16º maior e-mercado a nível mundial, e o 4º e 6º maior mercado da Europa Ocidental e Central e do continente europeu, respetivamente. Esta evolução global encerra, porém, dinâmicas próprias em termos setoriais.

(10/2024)

1.1. Top Países

Posição	Mercado	Compras e-commerce (milhões de USD)
1	China	1 225 000
2	Estados Unidos América	1 066 000
3	Japão	151 000
4	Reino Unido	118 300
5	Alemanha	89 710
16	Holanda	30 170

Fonte(s): Statista, outubro 2023. Dados referentes a 2022

2. Maturidade Digital

Segundo o *Ranking* de Competitividade Digital, os Países Baixos têm um ambiente muito propício aos negócios digitais, sendo o 2º país mais competitivo em termos digitais e tendo na preparação para o futuro o seu principal ponto forte. Em 2023, as taxas de penetração de internet e dos *smartphones* superaram em 18,5 pp e 45,8 pp as correspondentes médias mundiais. Espera-se que em 2028 a taxa de penetração da internet atinja os 89,5% e a dos *smartphones* se mantenha nos 97,0%.

- **2 / 64 - Digitalização** Fonte(s): IMD World Competitiveness Ranking, 2023
- **15,5 milhões - Utilizadores de internet** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023
- **87,8 % - Taxa de penetração de internet** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023
- **97 % - Taxa de penetração de smartphones** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023

(10/2024)

3. Indicadores de Compras Online

Os Países Baixos são um mercado maduro e atrativo no que respeita ao *e-commerce*. Os indicadores refletem o potencial de crescimento, com o valor de compras e o gasto médio *online* por comprador a continuarem a aumentar. A percentagem de consumidores nos Países Baixos deverá atingir 83,4% em 2028, valor muito acima das previsões para a média mundial (47,4%), para a Europa (53,1%), para Portugal (38,5%) e mesmo para a Europa Ocidental e Central (70,5%).

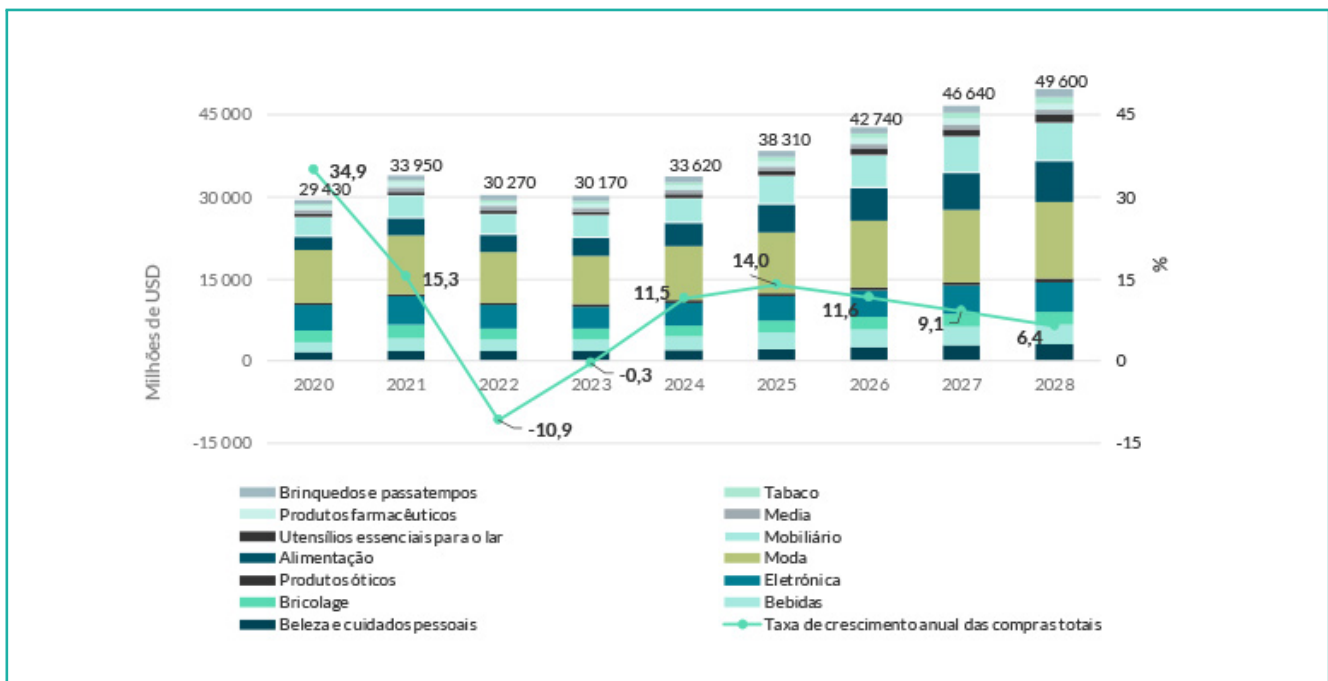
- **10 milhões - Compradores online** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023
- **64,7 % - Compradores online no total da população** Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023

(10/2024)



3.1. Compras em e-Commerce

As compras dos neerlandeses via *e-commerce* deverão continuar a aumentar e prevê-se que o crescimento médio anual em 2024-2028 (10,2%) se situe 6,8 pp acima do registado em 2020-2024 (3,4%). Entre 2024 e 2028, antecipa-se que sejam as rubricas de Alimentação e de Utensílios para o lar a registar o maior ritmo de crescimento médio anual (15,8% e 15,9%, respetivamente). Em sentido inverso, o consumo de Media deverá apresentar o pior crescimento médio anual (4,6%).



Fonte(s): Statista, outubro 2024

(10/2024)

3.2. Gasto Médio por Comprador e-Commerce

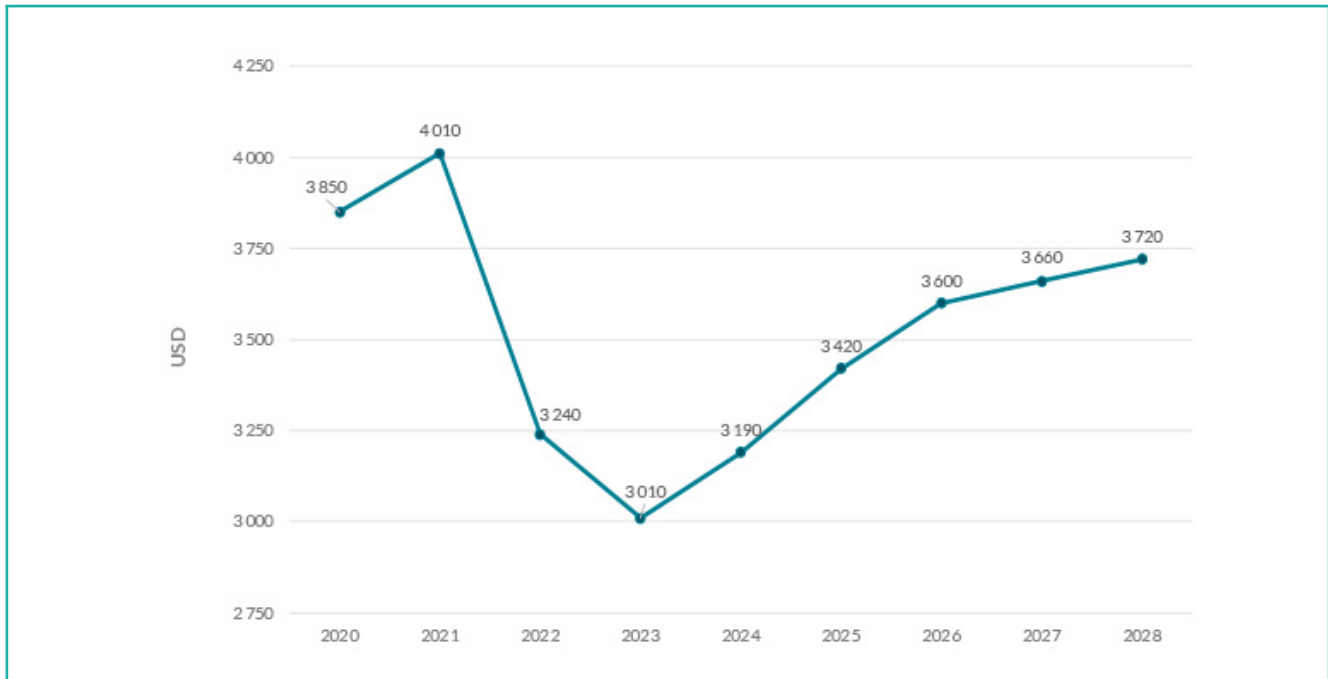
Prevê-se que o gasto médio anual dos neerlandeses em compras *online* seja de 3 190 USD em 2024, aumentando ao ritmo médio anual de 3,9% até 2028. Trata-se de um valor bastante superior à despesa média *online* mundial (1 620 USD), à portuguesa (1 684 USD) e à da China (1 553 USD), o maior mercado mundial de *e-commerce*, para o mesmo ano de 2024. Estes valores globais encerram em si diferentes padrões de consumo conforme cada *e-mercado*.



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce



Fonte(s): Statista, outubro 2024

(10/2024)

4. Perfil do Consumidor e-Commerce

Os neerlandeses utilizam, sobretudo, o telemóvel (39%) e o computador (61%) para comprar *online*. Estes e-consumidores concentram-se entre 25 e 64 anos (86%) e repartem-se pelos três escalões de rendimento de forma relativamente equilibrada, mas ainda assim, com menor predominância dos e-consumidores de rendimento médio; não se verificam discrepâncias de género. Além disso, o e-consumidor neerlandês:

- Prefere *websites* com enfoque personalizado e prazos de entrega até 5 dias
- Procura uma experiência de compra avançada, na sua língua materna ou em inglês e com apoio ao cliente disponível em qualquer horário
- Atribui especial importância à confiança do *website* ou marca, estando disposto a pagar mais por isso
- Pesquisa e informa-se sobre os produtos e serviços antes de os adquirir, sendo consideravelmente influenciado pelas *reviews* de outros clientes
- Tem preferência por prazos de entrega curtos e gosta de ter a opção de recolher/ devolver o artigo em loja física ou num ponto de recolha
- Está habituado a fazer pagamentos digitais com as soluções locais (iDEAL, em concreto) e já se encontra familiarizado com os pagamentos *Buy Now, Pay Later* (BNPL)
- Despende, em média, menos tempo nas redes sociais que outros povos europeus, mas 85% da população tem perfis ativos
- Tem no Whatsapp, Facebook, Instagram, TikTok e LinkedIn as suas redes sociais preferidas
- É bastante exigente com os produtos e não se inibe de fazer devoluções



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

- Espera que as empresas e os seus produtos e serviços sejam ecologicamente responsáveis, valorizando a sustentabilidade e as boas práticas ambientais
- Faz compras *online*, mais intensamente, no São Valentim, Dia da Mãe/ Pai, *Sinterklaas* (5 de dezembro) e Natal

Fonte(s): Statista, ICEX, ITA, DataReportal

(10/2024)

5. Logística e Distribuição

As infraestruturas e os serviços de logística caracterizam-se por:

- Serem abrangentes, modernos e dos mais eficientes do mundo
- Incluírem uma rede postal previsível, rápida e de elevado alcance
- Contemplarem uma das maiores redes de pontos de recolha da Europa, com máquinas de entrega automática e em funcionamento 24/7
- Terem como principais operadores logísticos: PostNL e DHL (principais operadores), UPS, DPP, GLS
- Registarem a entrada de novos *players* logísticos como: Budbee, Trunkrs, Fietskoeriers, Instabox, Packs e Dynalogic
- Beneficiarem de uma localização estratégica, adjacente aos principais mercados europeus (como França e Reino Unido), classificando-se o Porto de Roterdão como o principal da Europa
- Apresentarem diversas opções de envio, com soluções inovadoras e voltadas para a sustentabilidade

Fonte(s): ICEX, ITA, EcommerceDB

- **3 / 139 - Desempenho Logístico Internacional** Fonte(s): World Bank, 2023. Dados referentes a 2022
- **8 / 172 - Desenvolvimento Postal** Fonte(s): Universal Postal Union, 2023. Dados referentes a 2022

(10/2024)

6. Marketplaces e Retalhistas Online

Principais *marketplaces* e retalhistas de *e-commerce* em termos de vendas líquidas (2023):

- Os cinco primeiros: bol.com (3 136 milhões de USD), coolblue.nl (1 635 milhões de USD), ah.nl (1 156 milhões de USD), amazon.nl (928 milhões de USD) e jumbo.com (802 milhões de USD)
- Os cinco principais *players* representam, em conjunto, 32% do total de receitas no país dos 250 maiores *marketplaces* e retalhistas *online*
- Dos vinte principais *players*, um dos que mais cresceram, entre 2022 e 2023, foi o etos.nl (33%)

Fonte(s): EcommerceDB

(10/2024)

7. Meios de Pagamento

- Os pagamentos através de transferência bancária e cartão de débito são predominantes e a tendência é de crescimento
- A aplicação iDEAL é utilizada em 70% das transações digitais, permitindo de uma forma simples fazer transferências bancárias instantâneas



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

- Pagamentos *BNPL* são expressivos (11% em 2023), sobretudo através de: Klarna, Paypal e Riverty
- A utilização de carteiras digitais está em crescimento, sendo as mais populares o Paypal, Apple Pay e Google Wallet
- Cartões de crédito continuam a ser utilizados (10% em 2023), mas prevê-se um decréscimo nos próximos anos
- Uma outra aplicação popular é o Tikkie, que permite realizar pedidos de transferências instantâneas através do número de telemóvel e do WhatsApp, sendo muito utilizado para pequenos valores ou em situações mais informais

Fonte(s): ICEX, ITA, WorldPay

(10/2024)

8. Quadro Legal e Regulamentar

8.1. Introdução

São vários os diplomas comunitários que regulam aspetos relevantes para o comércio *online* (proteção do consumidor, IVA, serviços de pagamentos, proteção de dados pessoais, cibersegurança, etc).

No âmbito da estratégia para a criação de um [mercado único digital](#) e da sua [preparação para a era digital](#), a UE modernizou o quadro legal com a criação de novas regras, como por exemplo o [fim do bloqueio geográfico injustificado](#), a transparência dos [preços de entrega](#) transfronteiriça de encomendas, [pagamentos em linha](#) seguros, [serviços digitais](#) e [mercados digitais](#) mais seguros para todos os utilizadores e condições equitativas para as empresas.

Também reforçou outras regras já existentes, nomeadamente no âmbito da proteção do consumidor com o [Novo Acordo para os Consumidores](#) e a [Nova Agenda do Consumidor 2020-2025](#).

Atualmente, estão em curso trabalhos sobre a [agenda dos consumidores para 2025-2030](#), que definirá uma visão comum e um quadro estratégico para a política dos consumidores até 2030.

Para mais informação consultar [Década Digital da Europa: objetivos digitais para 2030](#) e [E-Commerce rules in the EU](#) (Comissão Europeia).

(11/2025)

8.2. Consumidor na UE

Contratos à Distância (Business2Consumer - B2C)

A [legislação comunitária](#) estabelece regras comuns em matéria de contratos à distância *B2C* que os comerciantes devem cumprir, nomeadamente, no que se refere:

- Às informações que o vendedor deve fornecer ao consumidor antes de celebrar o contrato de venda (por exemplo, sobre os bens e serviços; entregas e devoluções; preços; pagamentos e encargos; condições contratuais; direito de retratação; garantias; e resolução de litígios)
- À confirmação do contrato de venda através de suporte duradouro (correio postal ou eletrónico)
- Às obrigações das partes no âmbito do direito de retratação; à entrega dos bens (por regra, o mais tardar, no prazo de 30 dias)
- Às [cláusulas contratuais gerais/cláusulas abusivas](#)

Para mais informação consultar [Estou interessado no comércio eletrónico](#) e [Relações com os clientes](#) (Portal Europa); [Online Shopping Rights](#) (ECC Network); diplomas Portugueses sobre [Compra e Venda de Bens](#) à distância e [Defesa dos Consumidores | Sanções](#).



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

Despesas de Portes

O comprador deve ser sempre informado do **preço total** dos artigos que compra, incluindo despesas de porte e outros custos. A União Europeia (UE) faculta uma **ferramenta** onde podem ser consultados os preços dos serviços de entrega transfronteiriça de encomendas entre 500g e 5kg. Também na plataforma portuguesa **MUB Cargo** é possível comparar custos de transporte.

Prazo de Entrega

O vendedor dispõe de um prazo máximo de **30 dias para efetuar a entrega**, salvo acordo explícito da parte do comprador em relação a um prazo diferente.

Período de Reflexão ou Retratção

O consumidor *online* tem o direito de devolver o bem no prazo de **14 dias seguidos** (período de reflexão ou de retratação), a contar do dia que recebe os produtos, sem qualquer justificação (não se aplica aos produtos “por medida” fabricados de acordo com especificações do cliente ou claramente personalizados, bens perecíveis, nem às compras/vendas entre particulares).

Os vendedores devem informar antecipadamente os consumidores se considerarem que são estes que devem pagar os custos da devolução dos produtos durante o período de reflexão/retratação, se não o fizerem, têm de ser os vendedores a suportar esse custo.

O **vendedor tem o direito** a recusar reembolsos até que os bens sejam devolvidos ou receber uma prova do envio e a reivindicar uma indemnização pela depreciação do valor dos bens devolvidos que tenham sido visivelmente utilizados.

Para mais informação consultar **Direito a anular e a devolver uma encomenda** (Portal Europa) e **Cooling-Off Period** (ECC Network).

Garantia Legal dos Bens e Meios de Ressarcimento

Por regra, o consumidor tem direito a uma **garantia legal mínima de 2 anos** que assegura proteção contra produtos defeituosos, não conformes com a descrição do vendedor ou não correspondam ao publicitado.

Em alguns países da UE o referido período pode ser mais longo, de acordo com o artigo 10.º, n.º 3 da **Diretiva (UE) n.º 2019/771**, de 22.05.2019, que estabelece normas comuns sobre a conformidade dos bens, os meios de ressarcimento em caso de falta de conformidade e as modalidades para o exercício desses meios de ressarcimento.

Esta Diretiva aplica-se aos contratos de compra e venda de bens (incluindo bens com elementos digitais incorporados ou interligados) e harmoniza certos aspetos que ainda não se encontravam harmonizados no âmbito dos contratos de consumo, por exemplo, impõe uma “hierarquia dos meios de reparação” em todos os países da UE, podendo, no entanto, o Estado-Membro prever que o consumidor possa escolher um “meio de ressarcimento específico” no caso da falta de conformidade dos bens se manifestar num prazo curto após a entrega, o qual não pode ser superior a 30 dias.

A “hierarquia de meios de reparação” significa que o cliente tem, em primeiro lugar, direito à reparação do produto ou à sua substituição e só se a reparação/substituição do mesmo não for uma opção viável (por exemplo, se for demasiado caro atendendo às características do produto ou ao tipo de defeito) ou não puderem ser realizadas num prazo razoável, terá direito a um desconto ou à devolução do dinheiro da compra.

O **Centro Europeu do Consumidor** do país de consumo pode informar quais as opções efetuadas pela respetiva legislação nacional, nomeadamente se o prazo de garantia legal adotado é superior a 2 anos ou se o consumidor pode escolher o meio de ressarcimento, caso o defeito se manifeste num prazo inferior a 30 dias após a entrega do bem.

Para mais informação consultar **Garantias em caso de produtos defeituosos** (Portal Europa); **Guarantees and Warranties** (ECC Network) e **Regras em vigor em Portugal** (Gov.pt).



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

RGPD e Privacidade

O vendedor *online* deve apurar as suas responsabilidades em matéria de recolha, armazenamento e gestão de dados pessoais (por exemplo, nome e morada de uma pessoa) no âmbito do [RGPD](#) e acautelar que a sua página *web* respeita as regras da [privacidade em linha](#) quanto aos *cookies* que exigem o consentimento dos seus utilizadores.

Para mais informação consultar [Proteção de Dados e Privacidade em Linha](#) e [Privacidade Digital](#) (Comissão Europeia).

Bloqueio Geográfico

O [Regulamento Bloqueio Geográfico](#), em si, não impõe aos comerciantes qualquer obrigação de entrega transfronteiriça de bens. A decisão dessa entrega continua a ser uma opção da livre iniciativa do comerciante, que deve explicar claramente nos termos e condições aplicáveis à compra em causa. O que o Regulamento impõe é que qualquer consumidor, independentemente da nacionalidade ou localização, tem direito à entrega dos bens no Estado-membro onde o comerciante oferece serviços de entrega, da mesma forma que os clientes locais.

Para mais informação consultar [Bloqueio Geográfico](#) (Comissão Europeia) e [Geo-blocking](#) (ECC Network).

Resolução de Litígios

Antes de celebrar o contrato, o vendedor deve informar o comprador, de forma clara e compreensível, sobre o sistema de tratamento de reclamações e as modalidades de resolução extrajudicial de litígios.

Neste âmbito, existe a [resolução alternativa de litígios \(RAL\)](#) que permite resolver litígios de consumo de forma extrajudicial, mais fácil, mais rápida e menos dispendiosa do que o recurso aos tribunais. Lista de entidades na UE de resolução alternativa de litígios: [dispute resolution bodies](#).

O consumidor tem ainda à sua disposição o [Processo Europeu para Ações de Pequeno Montante](#) (até 5.000€), alternativa judicial simplificada à qual o comerciante também pode recorrer para apresentar reclamação contra o consumidor – [Regulamento \(CE\) n.º 861/2007, de 11.07.2007](#).

Toda a informação em [Reparação dos direitos dos consumidores na UE](#).

Melhor Proteção do Consumidor Online

O [Novo Acordo para os Consumidores](#) proposto pela UE em 2020 implicou o reforço das regras de proteção dos consumidores (por exemplo, informação se a compra *online* é efetuada a profissional ou a particular; ou se o resultado da pesquisa em plataformas *online* está a ser pago por um comerciante), bem como melhores condições para as empresas (por exemplo: maior flexibilidade de comunicação com os consumidores, permitindo recorrer aos formulários ou ao diálogo na *Web* em vez do correio eletrónico, desde que os consumidores mantenham um registo da sua comunicação com o comerciante) – [Um novo acordo para os consumidores: Comissão reforça os direitos dos consumidores e a sua aplicação na UE](#).

Nesta matéria destacam-se as seguintes Diretivas:

- A [Diretiva \(UE\) 2019/2161](#), que altera diversas Diretivas a fim de assegurar uma melhor aplicação e modernização das regras da UE em matéria de defesa dos consumidores (ver [aqui](#) os diplomas nacionais de transposição | Portugal [DL 109-G/2021](#) e [Lei 10/2023](#)); e
- A [Diretiva \(UE\) 2019/771](#), relativa a certos aspetos dos contratos de compra e venda de bens (ver [aqui](#) os diplomas nacionais de transposição | Portugal [DL 84/2021](#))

Também no âmbito da estratégia digital da UE, a Comissão Europeia publicou dois Regulamentos ([Serviços Digitais](#) e [Mercados Digitais](#)) que incluem novas regras para os serviços digitais e mercados digitais que protegerão melhor os consumidores e os seus direitos fundamentais *online* e conduzirão a mercados digitais mais equitativos e abertos para todos – Ver mais informação sobre esta matéria no tema “*Marketplaces*”.



Atualmente, estão em curso trabalhos sobre a [agenda dos consumidores para 2025-2030](#), que incluirá um plano de ação para os consumidores no mercado único até 2030 e centrar-se-á:

- No reforço da aplicação da legislação e da proteção em linha
- Na promoção do consumo sustentável
- No apoio aos consumidores vulneráveis
- No reforço da governação e da cooperação, e
- Na redução dos encargos administrativos

Para mais desenvolvimentos consultar [Novas regras da UE em matéria de comércio eletrónico; Regras aplicáveis aos contratos digitais](#) (Comissão Europeia); e [Consumer agenda 2025-2030 | Legislative Train Schedule](#).

(11/2025)

8.3. Marketplaces

Relacionamento com as Plataformas Online

O [Regulamento \(UE\) 2019/1150](#), aplicado a partir de 12 de julho de 2020, visa [assegurar](#) um ambiente de negócios justo, transparente e previsível para os empresários no seu relacionamento com as plataformas *online* (*P2B - Platform2Business*).

Os *marketplaces* como *Amazon*, *eBay*, *Fnac*, etc, passam a ter várias obrigações com este Regulamento:

- Cláusulas contratuais gerais redigidas de forma clara, inteligível e facilmente acessíveis
- Cláusulas com indicação clara dos motivos de restrição, suspensão ou cessação dos serviços
- Transmissão da fundamentação (no caso de cessação geral com 30 dias de antecedência)
- Visibilidade clara da identidade dos seus utilizadores profissionais
- Procedimento de tratamento de reclamações dos empresários (só plataformas que empreguem mais de 50 pessoas ou tenham um volume de negócios anual superior a 10M€)
- Indicação de um ou mais mediadores para resolver os litígios *P2B*; etc

Para ajudar os comerciantes e plataformas *on-line* na adaptação às novas regras da *Platform to Business*, a Comissão Europeia publicou um documento de [Perguntas e Respostas](#) e uma [Factsheet](#).

Em dezembro de 2020 foram publicadas [Orientações](#) para as plataformas *online*, a fim de ajudar no cumprimento dos requisitos de “[transparência da classificação](#)” de conteúdos em resultados de busca e *feeds online*. Este documento refere quais os parâmetros de classificação que devem ser descritos, como e onde eles devem ser descritos, e quando eles devem ser atualizados.

O conhecimento prévio de como os bens e serviços podem ser apresentados, organizados ou comunicados ao consumidor (mecanismos de classificação), com forte impacto na escolha do consumidor, permite que as empresas que pretendem vender os seus produtos possam comparar as práticas de classificação das diferentes plataformas.

Para mais informação consultar [Práticas P2B](#) (Comissão Europeia).

Novas Regras para Serviços e Mercados Digitais

Com o objetivo de proteger os consumidores e fomentar a concorrência e a inovação, a Comissão Europeia propôs a 15 de dezembro de 2020 [novas regras para todos os serviços digitais](#), incluindo redes sociais, mercados em linha e outras plataformas em linha que operam na União Europeia (com sede na UE ou que oferecem serviços na UE), que implicam um maior controlo das grandes plataformas tecnológicas, como, por exemplo, a *Google*, o *Facebook* e o *Twitter*.



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

As novas regras constam de dois Regulamentos já publicados: [Serviços Digitais](#) e [Mercados Digitais](#).

Regulamento dos Serviços Digitais - *Digital Services Act (DAS)*

O *DAS* inclui regras para a remoção de bens, serviços ou conteúdos ilegais em linha; salvaguardas para os utilizadores cujos conteúdos tenham sido erradamente suprimidos pelas plataformas; medidas abrangentes de transparência relativamente à publicidade em linha e aos algoritmos utilizados para recomendar conteúdos aos utilizadores; novas regras em matéria de rastreabilidade dos utilizadores empresariais nos mercados em linha, a fim de ajudar a localizar os vendedores de bens ou serviços ilegais; etc.

As plataformas de maior dimensão (que atingem mais de 10% da população da UE = 45M de utilizadores) são consideradas de natureza sistémica e ficam não só obrigadas a tomar medidas específicas de controlo dos seus próprios riscos para evitarem abusos dos seus sistemas, como também sujeitas a uma nova estrutura de supervisão (conselho de coordenadores nacionais dos serviços digitais e Comissão poderes especiais de supervisão).

Em [Fevereiro de 2024](#) a Comissão publicou uma lista com 20 plataformas em linha e 2 motores de pesquisa em linha de muito grande dimensão e a 17 de fevereiro de 2024 o Regulamento começou a ser diretamente aplicado em todo o território comunitário.

Regulamento dos Mercados Digitais - *Digital Markets Act (DMA)*

O *DMA* aplica-se apenas aos principais fornecedores de serviços básicos de plataformas, mais propensos a práticas desleais, como os motores de pesquisa, as redes sociais ou os serviços de intermediação em linha (grandes plataformas em linha que exercem uma função de controlo do acesso ou, seja, funcionam como “guardiãs de acesso”).

Entre [outras regras](#), as “guardiãs de acesso” ficam obrigadas a, em determinadas situações:

- Autorizar terceiros a interoperar com os seus próprios serviços
- Permitir o acesso dos seus utilizadores profissionais aos dados que geram quando utilizam as plataformas
- Permitir aos seus utilizadores profissionais promover a sua oferta e celebrar contratos com os seus clientes fora das suas plataformas

Por outro lado, ficam proibidas de:

- Conceder aos seus próprios serviços e produtos um tratamento mais favorável em termos de classificação do que aos serviços ou produtos análogos oferecidos por terceiros nas suas plataformas
- Impedir os consumidores de terem acesso a serviços de empresas fora das suas plataformas
- Impedir os utilizadores de desinstalar *software* ou aplicações pré-instaladas se assim o desejarem

O Regulamento Mercados Digitais começou a ser diretamente aplicado em todo o território comunitário a 2 de maio de 2023.

Para mais informação consultar [Plataformas Online](#) (Comissão Europeia).

Tributação Mínima das Multinacionais

A 22 de dezembro de 2022, a Comissão Europeia publicou a [Diretiva \(UE\) 2022/2523](#) que garante uma taxa mínima efetiva de imposto de 15% para as atividades a nível mundial das multinacionais. A Diretiva inclui um conjunto de regras para a implementação de forma adequada e consistente em toda a UE das designadas *Model Rules* da OCDE.

As regras aplicar-se-ão a qualquer grande grupo, nacional e internacional, com receitas financeiras combinadas superiores a 750M€ por ano e com uma empresa-mãe ou uma filial situada num Estado-Membro da UE.

Em Portugal, a Diretiva foi transposta para a ordem jurídica nacional através do [Decreto-Lei n.º 41/2024](#), de 8 de novembro.

No entanto, sem a participação dos EUA, há quem [questione](#) o sentido das regras do chamado Pilar 2 da OCDE.



Para mais informação consultar [Minimum corporate taxation](#) e [Q&A](#) (Comissão Europeia).
(11/2025)

8.4. IVA Intracomunitário

Comércio Business2Business - B2B

No comércio *B2B*, o vendedor português (PT) não cobra IVA desde que o cliente dos Países Baixos tenha n.º de IVA (verificar em [VIÉS](#)). Se o cliente não for obrigado a ter n.º de IVA o vendedor PT deve, em princípio, cobrar o IVA PT (23%, 13%, 6%).

No que se refere à venda de bens à consignação consulte [aqui](#) as regras comunitárias aplicadas para efeitos de IVA. Mais informação em [ofício circulado](#) da AT.

Comércio Business2Consumer - B2C

No comércio *B2C*, a partir de 1 de julho de 2021, entraram em vigor [novas regras do IVA para as vendas de bens online ao consumidor final](#). O vendedor PT deve registar-se nos Países Baixos e cobrar o IVA deste mercado (21%, 9%) se o valor total das vendas *online* intracomunitárias no ano civil anterior ou em curso forem $\geq 10.000,00\text{€}$ ([artigo 10.º, n.º 1, do Cód. RITI + artigo 6.º-A, n.º 1, do Cód. IVA](#)); sendo inferior, pode cobrar o IVA PT ou o IVA dos Países Baixos (neste último caso, deve registar-se junto da respectiva administração fiscal e permanecer nessa situação por um período de 2 anos – [artigo 6.º-A, n.º 4, do Cód. IVA](#)).

One Stop Shop Regime União

Para simplificar o cumprimento das obrigações referentes ao IVA nos Estados-Membros nos quais os vendedores PT não estejam estabelecidos (entrega das declarações e pagamento do imposto), também desde 1 de julho de 2021, foi alargado o âmbito dos regimes especiais que permitem aos sujeitos passivos fazer todas essas operações num único ponto de contacto: o [Balcão Único](#).

Os vendedores PT que optem pelo regime do Balcão Único, devem efetuar o respetivo registo, por via eletrónica, junto da Autoridade Tributária e Aduaneira em Portugal: [OSS - One Stop Shop – Regime União](#). Em regra, o regime da União é aplicável a partir do 1.º dia do trimestre seguinte ao registo. No entanto, se a primeira operação abrangida pelo regime for efetuada antes dessa data, e tiver sido comunicada a opção até ao dia 10 do mês seguinte à data da sua conclusão, o regime é aplicável a partir dessa data.

Caso o vendedor PT opte por armazenar os seus produtos nos Países Baixos ou noutro país europeu mais próximo (através de armazém próprio ou de armazém de um *marketplace* – por exemplo [Fulfillment by Amazon](#)), deve registar-se para efeitos de IVA no país de armazenamento e cobrar o IVA desse país caso venda o seu produto no país de armazenamento (independentemente de qualquer limiar de vendas e não podendo recorrer ao balcão único OSS). No entanto, se o vendedor PT fizer vendas *online* desse armazém para outro Estado-Membro, deve cobrar o IVA do país de destino dos bens e pode usar o seu registo OSS em Portugal para cumprir todas as obrigações do IVA no Estado-Membro de destino.

Para mais informações consultar os Folhetos Informativos e Orientações em [Comércio Eletrónico](#) (Portal das Finanças) e [EU Call off & consignment stock VAT](#) (Alvalara).

Faturação Eletrónica

A Diretiva de Faturação Eletrónica veio reduzir as barreiras comerciais decorrentes dos diferentes requisitos legais e normas técnicas nacionais para a faturação eletrónica. A Comissão Europeia disponibiliza [Fichas Técnicas](#) com informações sobre as políticas, padrões técnicos, requisitos de relatórios digitais, entre outras nos 27 Estados-Membros da UE e em mais três países do Espaço Económico Europeu (Islândia, Liechtenstein e Noruega).

Em dezembro de 2022 a Comissão Europeia apresentou propostas de [alterações legislativas](#) com vista a simplificar e harmonizar ainda mais as regras relativas à faturação eletrónica na UE.



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

Pacote IVA na Era Digital (ViDA)

A 11 de março de 2025 foi adotado o [pacote IVA na Era Digital \(ViDA\)](#), que será aplicado progressivamente de 2027 até janeiro de 2035, implementando uma série de medidas digitais que visam modernizar, simplificar e tornar o sistema de IVA da UE mais resiliente à fraude ao IVA.

Entre [outras medidas](#), o ViDA:

(i) Introduce a comunicação digital em tempo real para o comércio transfronteiriço intracomunitário *B2B*, com base na faturação eletrónica; e

(ii) Alarga a utilização do sistema de balcão único (*OSS – One Stop Shop*) de modo a apoiar o objetivo de um registo único do IVA na União.

Ver mais em:

- [Fiscalidade: Conselho chega a acordo sobre pacote «O IVA na era digital» - Consilium](#)
- [Há mais ViDA para além do IVA - Insights & Media - Insights & Media - CCA Law Firm - Sociedade de Advogados](#)

(11/2025)

8.5. Produtos Sujeitos a IEC

Estes [produtos](#), nos quais se incluem as bebidas alcoólicas, estão sujeitos a [regras específicas](#). No comércio *B2C* destaca-se:

IVA

Com as novas regras do IVA que entraram em vigor a 1 de julho de 2021, para efeitos do IVA, o conceito “vendas à distância intracomunitárias de bens” passou a incluir os bens sujeitos a IEC's ([artigo 1.º, n.º 2, al. q do Cód. IVA](#)), aplicando-se as mesmas regras e o limiar referidos no ponto anterior sobre o IVA Intracomunitário.

Imposto Especial de Consumo (IEC)

O IEC é pago no país de consumo, sendo o vendedor PT o responsável pelo pagamento desse imposto. Mesmo que a taxa do IEC no país de consumo seja 0%, há procedimentos administrativos a cumprir, pelo que, regra geral, tem de designar um representante fiscal no país de consumo ([IECs nos países da UE](#)).

Para saber mais como funciona o comércio *online* intracomunitário das bebidas alcoólicas consultar [Excise duties for online alcohol retailers in Europe](#) (Ecosistant).

(11/2025)

8.6. Produtos em geral

Livre Circulação

Com o funcionamento do [Mercado Único na UE](#), os bens podem circular e ser vendidos livremente dentro da UE (sem documentação aduaneira, licenciamento ou liquidação de direitos aduaneiros).

Para mais informação consultar [Vender produtos na UE](#) (Portal Europa).



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

Qualidade, Etiquetagem, Rotulagem e Outras Especificações

A UE harmonizou a legislação aplicável a muitos produtos. Se os bens em causa já são comercializados em Portugal e cumprem as regras, não há, em princípio, dificuldade na sua venda na UE.

No entanto, embora os requisitos para **85 % dos produtos** estejam harmonizados, existem também regras aplicáveis aos produtos que apenas se aplicam a nível nacional. As regras e regulamentos aplicáveis às mercadorias podem ser consultados através da classificação pautal do produto no [Access2Markets](#), da Comissão Europeia.

No comércio *B2C*, à cautela, todas as informações prestadas ao consumidor (rótulos/etiquetas, instruções de utilização/conservação, certificados de garantia, etc) devem usar a (s) língua (s) do país de consumo. Isto porque a legislação nacional do Estado-Membro de consumo assim o pode exigir, como é o caso, por exemplo, de [Portugal](#), [Espanha](#), [França](#), [Itália](#) e [Bélgica](#).

Para mais informação consultar [Requisitos aplicáveis aos produtos](#) (Portal Europa) e [Princípio do reconhecimento mútuo](#) (Access2Market)

Resíduos de Embalagens

O [Regulamento \(UE\) 2025/40](#), publicado no início de 2025, adota [novas regras em matéria de embalagens e resíduos de embalagens](#), contudo, este Regulamento só será aplicável a partir de **12 de agosto de 2026** (*The new European Packaging Regulation 2025*).

Até à referida data, ao nível do Mercado Interno da UE, o fluxo das embalagens e resíduos de embalagens encontra-se regulado na [Diretiva n.º 94/62/CE](#), que estabelece como regra comum a todos os Estado-Membro (EM) o [princípio da responsabilidade alargada do produtor](#), que consiste na responsabilidade financeira ou financeira e operacional do produtor/embalador/distribuidor relativamente à gestão dos resíduos provenientes dos seus próprios produtos, sendo que esta responsabilidade pode ser assumida a título individual ou transferida para um sistema integrado. Cabe, no entanto, a cada EM definir o seu modelo de gestão.

À partida, no comércio *B2B*, o distribuidor no mercado de destino pode assumir essa responsabilidade, mas tal deve ser confirmado junto do cliente e acordado legalmente entre o vendedor português e o respetivo distribuidor no mercado. No comércio *B2C (e-commerce)*, não existindo um distribuidor no mercado de destino, é particularmente importante que o vendedor estrangeiro contacte os organismos de gestão de resíduos de embalagens localizados nesse mercado (exemplo: [Verpact](#)), para apurar se existem e quais as obrigações a cumprir na matéria.

A marca “Ponto Verde” é um dos sistemas adotado na maioria dos EM para gestão dos resíduos de embalagens (ver [aqui](#)), existindo outros sistemas na [Dinamarca](#), [Finlândia](#) e [Itália](#).

Nos EM onde existe “Ponto Verde” o uso do logo na embalagem é voluntário.

(11/2025)

8.7. Propriedade Industrial (Marcas, Patentes e Design)

O registo de uma marca, patente ou *design* efetuado em Portugal apenas produz efeitos em território nacional.

É possível alargar a proteção legal a outros países através de registo europeu ou internacional (procedimentos: [marcas](#); [patentes](#); [design](#)) ou efetuar o registo diretamente no mercado pretendido, junto do [organismo](#) responsável pela proteção da propriedade industrial.

Em [abril de 2023](#) a Comissão Europeia propôs que fossem criadas regras harmonizadas na UE em matéria de patentes com o objetivo de incentivar a inovação, o investimento e a competitividade no mercado único, essencialmente junto das PME. Esta proposta de Regulamento ainda se encontra em [circuito legislativo](#).

A Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) disponibiliza uma ferramenta gratuita de autoavaliação de propriedade intelectual (PI = direitos de autor + propriedade industrial), que auxilia as empresas a identificar e realizar uma avaliação de seus ativos de PI: [Diagnóstico de PI](#).

(11/2025)



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Perfil de Mercado E-commerce

9. Recomendações para Exportar Online

- Fornecer toda a experiência de compra em neerlandês, adaptando o *website* e o atendimento ao cliente; apesar do inglês ser amplamente utilizado, os neerlandeses preferem a sua língua nativa
- Abordar o mercado progressivamente, entrando através dos *marketplaces* com maior popularidade no país (Amazon ou bol.)
- Assegurar um serviço de apoio ao cliente de excelência, focar-se na melhoria da experiência de compra e considerar abordagens omnicanal
- Apostar numa promoção dos produtos e serviços diversificada, com especial foco nos meios digitais (redes sociais, anúncios, *SEO*)
- Escolher criteriosamente os parceiros logísticos, em especial para a *last mile*, assegurando que a entrega corresponde às elevadas expectativas dos neerlandeses (em termos de prazos e opções)
- Não desconsiderar a importância atribuída pelos e-consumidores aos aspetos ecológicos e de sustentabilidade
- Fornecer os métodos de pagamento locais, em especial o iDEAL, através do qual são realizadas a maioria das transações *online*

(10/2024)