



CÓDIGO DE CONDUTA

“Confio.pt”



Preâmbulo

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

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

CAPÍTULO I – DISPOSIÇÕES GERAIS	4
ARTIGO 1.º ÂMBITO DE APLICAÇÃO	4
ARTIGO 2.º DEFINIÇÕES	4
CAPÍTULO II – DISPOSIÇÕES ESPECIAIS	6
SECÇÃO I - PUBLICIDADE	6
ARTIGO 3.º PRINCÍPIOS GERAIS.....	6
ARTIGO 4.º PUBLICIDADE DIRIGIDA A MENORES	7
ARTIGO 5.º COMUNICAÇÕES NÃO SOLICITADAS – SPAM	7
SECÇÃO II – COMÉRCIO ELETRÓNICO	7
ARTIGO 6.º LEI APLICÁVEL	7
ARTIGO 7.º INFORMAÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS.....	8
ARTIGO 8.º ORDEM DE ENCOMENDA.....	9
ARTIGO 9.º EXECUÇÃO DO CONTRATO	10
ARTIGO 10.º DIREITO DE LIVRE RESOLUÇÃO	10
ARTIGO 11.º PAGAMENTO	12
ARTIGO 12.º ÓNUS DA PROVA	12
ARTIGO 13.º DIREITO À REPARAÇÃO DE DANOS	12
ARTIGO 14.º PRINCÍPIO DO TRATAMENTO MAIS FAVORÁVEL DO CONSUMIDOR	12
CAPÍTULO III – RECLAMAÇÕES E RESOLUÇÃO DE LITÍGIOS.....	12
ARTIGO 15.º SISTEMA DE RECLAMAÇÕES.....	12
ARTIGO 16.º RESPOSTA E MEDIAÇÃO DAS RECLAMAÇÕES	13
CAPÍTULO IV – PRIVACIDADE, SEGURANÇA E MENORES	13
SECÇÃO III – PRIVACIDADE E SEGURANÇA.....	13
ARTIGO 17.º PRIVACIDADE E DADOS PESSOAIS	13
ARTIGO 18.º SEGURANÇA	14
ARTIGO 19.º PROTEÇÃO DOS DIREITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E INDUSTRIAL	15
SECÇÃO IV – PROTECÇÃO DE MENORES	16
ARTIGO 20.º PRINCÍPIOS.....	16
CAPÍTULO V – ACREDITAÇÃO, ADESÃO E APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE CONDUTA	16
ARTIGO 21.º ACREDITAÇÃO E ATRIBUIÇÃO DE SELO DE CONFIANÇA	16
ARTIGO 22.º ADESÃO AO CÓDIGO DE CONDUTA.....	17
ARTIGO 23.º AUDITORIA.....	17
CAPÍTULO VI – DISPOSIÇÕES FINAIS	17
ARTIGO 24.º ACESSIBILIDADE PARA CIDADÃOS COM NECESSIDADES ESPECIAIS.....	17
ARTIGO 25.º NAVEGABILIDADE E DESIGN	18
ARTIGO 26.º NOME DE DOMÍNIO E CONFIGURAÇÕES DNS.....	18
ARTIGO 27.º PROCESSO DE REVISÃO	19
ARTIGO 28.º INTERPRETAÇÃO E INTEGRAÇÃO DE LACUNAS.....	19
ARTIGO 29.º CONTAGEM DE PRAZOS.....	19
ARTIGO 30.º ENTRADA EM VIGOR.....	19

CAPÍTULO I – DISPOSIÇÕES GERAIS

Artigo 1.º

Âmbito de aplicação

1. O presente Código de Conduta é aplicável, nos domínios aqui regulados, aos contratos celebrados à distância entre um profissional aderente e um consumidor sem a presença física simultânea de ambos, e integrado num sistema de venda ou prestação de serviços através de um sítio da internet (*website*) do primeiro.
2. O Código de Conduta não é aplicável a:
 - a) Contratos relativos a serviços financeiros, nomeadamente, a serviços de investimento; operações de seguros e resseguros; serviços bancários; operações relativas a fundos de pensões;
 - b) Contratos de jogos de fortuna ou azar, incluindo lotarias, bingos e atividades de jogo em casinos e apostas; serviços relativos a operações a prazo ou sobre opções;
 - c) Contratos relativos a serviços de cuidados de saúde e venda de medicamentos;
 - d) Contratos relativos à construção, à reconstrução substancial, à compra e venda ou a outros direitos respeitantes a imóveis, exceto o arrendamento.
3. O Código de Conduta é aplicável aos contratos celebrados em leilões *online*, desde que o profissional seja aderente e o comprador um consumidor.
4. O Código de Conduta aplica-se ainda, com as necessárias adaptações, a websites não transacionais, bem como a contratos relativos a bens e serviços não transacionáveis.

Artigo 2.º

Definições

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

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

- e) «Dados pessoais» - qualquer informação, de qualquer natureza e independentemente do respetivo suporte, incluindo som e imagem, relativa a uma pessoa singular identificada ou identificável («titular dos dados»); é considerada identificável a pessoa que possa ser identificada direta ou indiretamente, designadamente por referência a um número de identificação ou a um ou mais elementos específicos da sua identidade física, fisiológica, psíquica, económica, cultural ou social;
- f) «Dados sensíveis» - qualquer informação referente a convicções filosóficas ou políticas, filiação partidária ou sindical, fé religiosa, vida privada e origem racial ou étnica, bem como o tratamento de dados relativos à saúde e à vida sexual, incluindo os dados genéticos;
- g) «DNSSEC» (*Domain Name System Security Extensions*)» - designação dada às extensões de segurança ao protocolo DNS (*Domain Name System*) concebidas para proteger e autenticar o tráfego DNS;
- h) «Entidade Acreditora» – Entidade responsável pela acreditação e certificação de *websites*, que resulta do protocolo subscrito pelas entidades parceiras;
- i) «Entidades parceiras» - entidades subscritoras de um acordo para acreditação e certificação de *websites*, do qual o presente Código de Conduta é parte integrante, a saber: a ACEPI – Associação do Comércio Eletrónico e Publicidade Interativa, a DECO – Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor e a Associação DNS.PT;
- j) «Formato escrito idóneo» - qualquer forma de comunicação escrita, como carta registada com aviso de recepção, fac-simile ou telegrama, que permita comprovar a sua autenticidade, data de envio e identidades do remetente e destinatário;
- k) «IPv6» - versão mais recente do chamado *Internet Protocol* (Protocolo de Internet), mais conhecido como IP, o padrão usado para a comunicação entre todos os computadores ligados à Internet;
- l) «Livre resolução» - Direito do consumidor de resolver o contrato sem incorrer em quaisquer custos, que não os da devolução do bem quando assim estiver previsto;
- m) «Menor» - A criança com idade inferior ou igual a 16 anos, para efeitos do comércio eletrónico; para efeitos de recolha de dados, entende-se que uma criança é menor se a sua idade for igual a 13 anos;
- n) «Profissional» - qualquer pessoa singular ou coletiva, pública ou privada, aderente ao presente Código que se dedique, no âmbito da sua atividade profissional, à prestação de serviços ou venda de bens a consumidores, através de um *website* e que se encontre legalmente constituída de acordo com a legislação em vigor no país onde se encontra sedeadada ou estabelecida. O titular do *website*;
- o) «Reclamação» - Queixa apresentada pelo consumidor relativamente a qualquer ato ou omissão ocorrido na sua relação com o Profissional. A reclamação deve ser apresentada junto do Profissional ou junto da entidade acreditadora com a junção das provas da ocorrência;

- p) «Selo de confiança» - o comprovativo, materializado num logótipo em formato digital, atribuído ao titular do *website* que seja acreditado pelas Entidades parceiras;
- q) «Suporte durável» - qualquer instrumento que permita ao consumidor armazenar informações de um modo permanente e acessível para referência futura e que não permita que as partes contratantes manipulem as informações armazenadas;
- r) «Spam» - Correio eletrónico “*junk*” enviado sem consentimento do consumidor, normalmente traduzido em mensagens de conteúdo publicitário;
- s) «Técnica de comunicação à distância» - qualquer meio que, sem a presença física e simultânea do profissional e do consumidor, possa ser utilizado tendo em vista a celebração do contrato entre as partes;
- t) «www.confio.pt» - A plataforma online gerida pelas Entidades parceiras no âmbito da qual os titulares dos websites que pretendam obter o “Selo de confiança” devem submeter os seus pedidos e onde será conduzido todo o processo de acreditação; *website* onde estará disponível a lista de *websites* acreditados com o “Selo de confiança”, bem como dos que eventualmente tenham perdido essa acreditação;
- u) «*website*» - o sítio na Internet (site) submetido a processo de acreditação pelo seu titular ou operador tendo em vista a obtenção do “Selo de confiança”.

CAPÍTULO II – DISPOSIÇÕES ESPECIAIS

SECÇÃO I - PUBLICIDADE

Artigo 3.º

Princípios gerais

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

- g) Proibição do uso da palavra “grátis” ou de outras palavras com o mesmo ou similar significado na comercialização de bem ou serviço, salvo nos casos em que este último não implique, de facto, qualquer custo para o consumidor.
2. Todos os preços dos bens e serviços anunciados devem incluir a taxa de IVA aplicável e fazer menção expressa sobre a existência de taxas e outros encargos fiscais a suportar pelo consumidor.

Artigo 4.º

Publicidade dirigida a menores

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

Artigo 5.º

Comunicações não solicitadas – Spam

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

SECÇÃO II – COMÉRCIO ELETRÓNICO

Artigo 6.º

Lei aplicável

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

Artigo 7.º

Informações pré-contratuais

1. Previamente à celebração de qualquer contrato e em prazo útil, o profissional deve disponibilizar ao consumidor as seguintes informações:
 - a) A identidade, denominação social, forma jurídica, endereço geográfico em que se encontra estabelecido e endereço eletrónico;
 - b) Outros endereços e contactos à distância, incluindo telefónico, que permitam um acesso fácil e direto com o profissional, relevantes para efeito de apresentação de reclamações e pedidos de informação;
 - c) Inscrições do profissional em registos públicos ou profissionais e respetivos números de registo;
 - d) O número de identificação fiscal;
 - e) Processo de celebração do contrato, passo a passo;
 - f) Arquivamento ou não do contrato pelo profissional e acessibilidade àquele pelo consumidor;
 - g) Utilização da língua portuguesa em todos os procedimentos, e ainda na língua inglesa, nos casos a que se referem o n.º 2 do artigo 6.º;
 - h) Os meios técnicos disponibilizados pelo profissional para o consumidor identificar e corrigir eventuais erros de introdução (*"input errors"*) na ordem de encomenda;
 - i) As características essenciais dos bens e serviços;
 - j) O preço total do bem ou serviço, incluindo taxas e impostos, encargos suplementares de transporte, despesas postais ou de entrega ou quaisquer outros encargos que no caso caibam;
 - k) Os termos contratuais e cláusulas gerais do contrato a celebrar;
 - l) As condições gerais e particulares, bem como o período de validade da oferta ou proposta contratual;
 - m) Disponibilidade e condições de entrega do bem ou de execução do serviço, incluindo prazos;
 - n) Os meios de pagamento à disposição do consumidor;
 - o) A existência e forma de exercício do direito de livre resolução do contrato, bem como a indicação de quais as situações em que o consumidor não beneficia desse direito ou, se for caso disso, as circunstâncias em que o consumidor perde o seu direito de livre resolução;
 - p) A existência e o prazo da garantia de conformidade dos bens, nos casos em que seja aplicável o regime da venda de bens de consumo constante do Decreto-Lei n.º 67/2003, de 8 de abril, alterado pelo Decreto-Lei n.º 84/2008, de 21 de maio;
 - q) A adesão do profissional ao presente Código de Conduta e forma da respetiva consulta eletrónica, bem como o procedimento de apresentação de reclamação junto da entidade competente pelo consumidor;
 - r) Garantia legal e garantias comerciais, quando aplicável;
 - s) Custos de utilização de técnica de comunicação à distância, quando aplicável;
 - t) Duração mínima do contrato, quando aplicável, e respetivas condições de resolução, incluindo penalizações por resolução antecipada;
 - u) Serviços de assistência pós-venda;

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

Artigo 8.º

Ordem de encomenda

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

8. A encomenda torna-se definitiva com a confirmação do consumidor, dada na sequência do aviso de receção, reiterando a ordem emitida, através de declaração/resumo do qual constem as condições em que a mesma foi feita, designadamente:
 - a) Referência e data da encomenda;
 - b) Descrição do(s) produto(s) ou serviço(s) encomendado(s);
 - c) Preço final a pagar e condições de entrega;
 - d) Outros encargos a suportar pelo consumidor;
 - e) Contacto (s) do profissional.
9. Quer a informação relativa à confirmação da encomenda, referida no número anterior, quer os termos contratuais e cláusulas gerais acordados, devem ser disponibilizados ao consumidor pelo profissional em formato passível de ser armazenado e reproduzido.
10. O incumprimento pelo profissional do disposto nos números anteriores determina a não vinculação do consumidor ao contrato.

Artigo 9.º

Execução do contrato

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

Artigo 10.º

Direito de livre resolução

1. O consumidor tem o direito de resolver o contrato sem incorrer no pagamento de qualquer indemnização e sem necessidade de indicação do motivo, no prazo de 14 dias a contar do início da prestação de serviços ou da data da entrega dos bens ao consumidor ou a terceiro por si indicado.
2. Se o profissional não cumprir o dever de informação pré-contratual estabelecido na alínea p) do artigo 7.º, o prazo para o exercício do direito de livre resolução é de 12 meses a contar da data do termo do prazo inicial.
3. Se, no decurso do prazo previsto no número anterior, o fornecedor de bens ou prestador de serviços cumprir o dever de informação pré-contratual a que se refere a

- alínea p) do n.º do artigo 7.º, o consumidor dispõe de 14 dias para resolver o contrato a partir da data de receção dessa informação.
4. O direito de livre resolução pode ser exercido pelo consumidor através de qualquer formato escrito idóneo ou outro suporte duradouro, dirigido ao profissional, comunicando a sua vontade de resolver o contrato.
 5. O consumidor não pode exercer o direito de livre resolução previsto no n.º 1 nos seguintes casos:
 - a) Contratos de prestação de serviços que tenham sido integralmente executados e cuja execução tenha tido início antes do termo do prazo previsto no n.º 1, com o acordo expresso do consumidor, se precedido de um aviso informando da perda do direito de resolução, sem prejuízo do disposto no n.º 4;
 - b) Fornecimento de bens ou de prestação de serviços cujo preço dependa de flutuações de taxas do mercado financeiro que o profissional não possa controlar e que possam ocorrer durante o prazo de livre resolução;
 - c) Fornecimento de bens confeccionados de acordo com expressas especificações do consumidor ou manifestamente personalizados;
 - d) Fornecimento de bens que, pela sua natureza, não possam ser reenviados ou sejam suscetíveis de se deteriorarem ou perecerem rapidamente;
 - e) Fornecimento de bens selados não suscetíveis de devolução, por motivos de proteção da saúde ou de higiene quando abertos após a entrega;
 - f) Fornecimento de bens que, após a sua entrega e por natureza, fiquem inseparavelmente misturados com outros artigos;
 - g) Fornecimento de produtos áudio ou vídeo selados ou de programas informáticos selados a que o consumidor tenha retirado o selo de garantia de inviolabilidade;
 - h) Fornecimento de jornais e revistas, com exceção dos contratos de assinatura para o envio dessas publicações.
 6. No caso de serviços prestados *online* de forma continuada, na sequência de uma subscrição, o consumidor dispõe de um prazo mínimo de 10 dias úteis de experiência gratuita.
 7. Caso seja exercido o direito de livre resolução, o profissional fica obrigado a reembolsar o consumidor no prazo máximo de 14 dias dos montantes por si pagos, sem quaisquer despesas para este, incluindo as referentes à devolução do bem. Esgotado o prazo referido no número anterior, o profissional fica obrigado a devolver em dobro, no prazo de 15 dias úteis, os montantes pagos pelo consumidor, sem prejuízo do direito deste a indemnização por danos patrimoniais e não patrimoniais.
 8. Exercido o direito de resolução do contrato, deve o consumidor conservar os bens de modo a restitui-los em devidas condições ao profissional ou seu representante. Cabe ao profissional suportar e proceder à recolha dos bens ou acordar com o consumidor a forma da sua devolução sem grave inconveniente para este.

Artigo 11.º

Pagamento

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

Artigo 12.º

Ónus da prova

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

Artigo 13.º

Direito à reparação de danos

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

Artigo 14.º

Princípio do tratamento mais favorável do consumidor

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

CAPÍTULO III – RECLAMAÇÕES E RESOLUÇÃO DE LITÍGIOS

Artigo 15.º

Sistema de reclamações

1. O profissional deve dispor de um sistema de procedimentos internos destinado ao tratamento das reclamações dos consumidores, o qual deve ser de fácil acesso, justo, confidencial, célere e de utilização integralmente gratuita.
2. O profissional deve definir um responsável pelo sistema de reclamações que o consumidor possa contactar, através de contacto telefónico e endereço eletrónico expressamente designados para esse fim.
3. Caso o profissional não disponha de sistema de reclamações próprio, deverá utilizar o sistema disponível no portal “confio.pt”, que garante os procedimentos necessários

ao selo de confiança, devendo o website do profissional ter de forma visível acesso ao referido sistema.

4. Os procedimentos destinados à apresentação de uma reclamação devem, nos casos em que o sistema pertença ao profissional, ser objeto da informação a prestar ao consumidor nos termos do n.º 1, alínea y) do art.º 7.º.
5. Tendo em vista a atribuição ou renovação do Selo de Confiança, o sistema de reclamações disponibilizado no *website* do profissional deve permitir a respetiva auditoria pela Entidade Acreditadora.

Artigo 16.º

Resposta e mediação das reclamações

1. O profissional deve responder à reclamação apresentada pelo consumidor em prazo não superior a 20 dias contados da data da sua receção.
2. Em caso de indeferimento, total ou parcial, da reclamação apresentada, deve o profissional, na resposta enviada ao consumidor, informá-lo da possibilidade de recorrer a mecanismo de mediação e arbitragem extrajudicial do conflito através de entidade para o efeito autorizada e integrante da Rede de Arbitragem de Consumo, nos termos e para os efeitos do disposto na Lei n.º 144/2015, de 8 de setembro, mecanismo a que o profissional voluntaria e automaticamente se vincula com o pedido de acreditação e conseqüente adesão ao presente Código de Conduta.
3. O profissional obriga-se a aceitar a resolução de qualquer litígio, decorrente de ato ou contrato celebrado ou abrangido pelo âmbito de aplicação do presente Código de Conduta, por uma das entidades referidas no número anterior e escolhida livremente pelo consumidor.

CAPÍTULO IV – PRIVACIDADE, SEGURANÇA E MENORES

SECÇÃO III – PRIVACIDADE E SEGURANÇA

Artigo 17.º

Privacidade e dados pessoais

1. O direito à reserva da vida privada dos consumidores e o princípio da confidencialidade das comunicações devem ser integralmente respeitados pelo profissional.
2. O profissional obriga-se a respeitar a confidencialidade de dados pessoais do consumidor, estando impedido de fornecer ou comercializar essa informação a terceiros sem o prévio e expresso consentimento do seu titular, sem prejuízo dos casos em que legalmente esteja obrigado ou autorizado a fazê-lo.
3. O profissional, no seu *website*, deve adotar uma política de privacidade do consumidor visitante e disponibilizar informação sobre a mesma, bem como dos dados pessoais que recolhe, incluindo tecnologias de “*tracking*”, os fins da sua utilização, tratamento, forma de acesso aos mesmos e direitos de retificação e eliminação.

4. A recolha de dados pessoais apenas poderá ocorrer após ser prestada ao consumidor a informação referida no número anterior, através de mecanismo de “*click-through*” e terá unicamente por objeto os dados pessoais necessários, pertinentes e não excessivos para as finalidades da recolha, designadamente, a celebração de contrato.
5. No início da recolha de dados, deverá o profissional informar o consumidor sobre:
 - a) Motivos da recolha dos dados pessoais solicitados e finalidades do seu tratamento;
 - b) Carácter facultativo ou obrigatório do fornecimento dos dados solicitados;
 - c) Identidade e endereço do responsável pelo tratamento de dados;
 - d) Destinatário(s) dos dados pessoais;
 - e) Forma de exercício do direito de acesso, retificação e eliminação dos dados pessoais fornecidos.
6. No momento a que se refere o número anterior, deverá ainda o profissional disponibilizar ao consumidor mecanismo de autorização ou oposição expressa à transmissão ou partilha dos seus dados pessoais a terceiros.
7. Se o profissional pretender recolher dados não necessários à celebração do contrato, deverá fazê-lo sob a forma de um inquérito facultativo e devidamente separado do procedimento da transação.
8. Em momento algum o profissional procederá à recolha de dados sensíveis do consumidor.
9. O profissional garante a eliminação de todos os dados pessoais do consumidor entretanto recolhidos em caso de interrupção ou cancelamento do procedimento de formação do contrato.
10. O Profissional deve garantir que os seus ficheiros contendo dados pessoais sobre os consumidores são registados na Comissão Nacional de Proteção de Dados (CNPD).

Artigo 18.º

Segurança

1. O profissional está obrigado à implementação de sistemas de segurança tecnicamente fiáveis e adequados no seu *website*, que garantam a segurança, integridade e confidencialidade dos dados pessoais recolhidos e armazenados, bem como das comunicações, autenticação e não repúdio das transações e dos pagamentos realizados pelos consumidores, através de uma política de segurança e de encriptação certificada por entidade idónea e independente.
2. A informação sobre os sistemas de segurança referidos no número anterior deverá ser disponibilizada ao consumidor visitante e prestada em língua portuguesa, e ainda em língua inglesa nos casos a que se referem o n.º 2 do artigo 6.º, em linguagem acessível, podendo o seu acesso ser efetuado através de mecanismos de “*click-through*”.
3. Antes da realização de qualquer transação que implique um pagamento, deve o profissional informar o consumidor sobre as tecnologias utilizadas e o nível de proteção e segurança concedido aos seus dados pessoais e financeiros.
4. Durante uma transação, o procedimento de autenticação (sessão) não deve exceder um tempo máximo razoável, a definir pelo profissional, findo o qual deverá ser reiniciado.

5. Sempre que o *website* do profissional contiver hiperligações (*links*) que remetam para *websites* de terceiros, deverá essa informação ser prestada ao consumidor.

Artigo 19.º

Proteção dos direitos de propriedade intelectual e industrial

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

SECÇÃO IV – PROTECÇÃO DE MENORES

Artigo 20.º

Princípios

1. O profissional compromete-se a disponibilizar ao consumidor visitante um meio de indicar a sua idade antes do início de qualquer procedimento de contratação de bens ou serviços.
2. O profissional não procederá à recolha e armazenamento de quaisquer dados pessoais ou celebrará qualquer transação com consumidores visitantes menores de 16 anos.
3. Só é permitido ao profissional recolher dados pessoais e celebrar contratos com menores de idade compreendida entre 16 e 18 anos com a prévia autorização de um dos pais ou tutor.
4. Logo que o consumidor seja identificado como menor e atenta a sua natural vulnerabilidade e ingenuidade, deverá o profissional disponibilizar informações claras e em linguagem acessível relativas ao pedido de fornecimento de dados pessoais e fins pretendidos, bem como à necessidade de obtenção da autorização referida no número anterior.
5. O profissional deve encorajar um maior envolvimento dos pais ou tutores nas atividades *online* dos menores, designadamente através da disponibilização de informação e ferramentas técnicas de controlo parental.
6. O profissional deverá abster-se de qualquer prática suscetível de incentivar os menores a contratar *online* ou fornecer dados pessoais seus ou de terceiros, abstando-se, nomeadamente de:
 - a) Recompensar o fornecimento *online* de dados pessoais do próprio menor ou de terceiros com brindes, jogos e respetivo acesso, ou outra qualquer vantagem de efeito similar;
 - b) Condicionar a ofertas de créditos em serviços licitamente contratados e autorizados ao fornecimento de dados pessoais ainda não recolhidos, do menor ou de terceiros;
 - c) Em geral, explorar a sua particular credulidade, inexperiência ou sentido de lealdade para com terceiros.

CAPÍTULO V – ACREDITAÇÃO, ADESÃO E APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE CONDUTA

Artigo 21.º

Acreditação e atribuição de Selo de confiança

1. O processo de acreditação do *website* com vista à atribuição do Selo de Confiança decorre exclusivamente *online* e é iniciado na sequência de pedido submetido em www.confio.pt, nos termos do Regulamento de Atribuição do Selo disponível on-line;
2. O “Selo de confiança” deve ser exibido na página principal do *website* objeto de acreditação de acordo com o respetivo manual de normas gráficas, devendo permitir uma hiperligação para o presente documento.

Artigo 22.º

Adesão ao Código de Conduta

A adesão ao Código de Conduta implica a aceitação e aplicação, pelo titular do website, das regras nele estabelecidas, relativas ao relacionamento comercial entre este e os consumidores, bem como, em caso de conflito, o recurso do consumidor a uma das entidades integrantes da Rede de Arbitragem de Consumo referida no n.º 2 do artigo 16.º.

Artigo 23.º

Auditoria

1. Poderá ser realizada, a todo o tempo, auditoria ao website tendo em vista a avaliação da manutenção do cumprimento das condições que estiverem na base de atribuição do “Selo de Confiança”.
2. Caso deixem de estar preenchidas as condições para manutenção da acreditação nos termos previstos no presente artigo, o titular do respetivo website é notificado para, no prazo máximo de 30 dias, proceder às correções e adaptações que se afigurem necessárias, sob pena de perda imediata do direito ao “Selo de Confiança”.
3. Caso o titular do website seja notificado da perda do direito ao “Selo de Confiança”, deverá de imediato retirá-lo do website assim como de qualquer suporte de comunicação, ou outro, onde lhe faça menção ou referência.
4. Da perda do direito ao “Selo de confiança” não resulta a devolução, a qualquer título, da totalidade ou parte do montante pago com a atribuição ou manutenção do respectivo Selo.
5. A perda do direito ao “Selo de confiança” será divulgada em www.confio.pt, assim como pelas vias alternativas que se entendam adequadas, designadamente junto dos órgãos de comunicação social e de associações de profissionais e associações de consumidores congéneres da entidade acreditadora, nacionais e estrangeiras.
6. A utilização do logotipo do selo por entidade ou *website* não acreditados, bem como a sua reprodução ou utilização não autorizadas, constitui fraude ao presente código, reservando-se as entidades parceiras o direito de acionar judicialmente os responsáveis.

CAPÍTULO VI – DISPOSIÇÕES FINAIS

Artigo 24.º

Acessibilidade para cidadãos com necessidades especiais

1. O profissional deve garantir tecnicamente o acesso ao conteúdo, informação e funcionalidades do seu *website* aos cidadãos com necessidades especiais, obedecendo a princípios de conceção para a acessibilidade, como sejam o acesso independente de dispositivos, operacionalidade pelo teclado e emissão automática de voz (verbalização).

2. A acessibilidade referida no número anterior poderá ser satisfeita através de página alternativa ou subendereço eletrónico, caso não seja possível converter a página original.

Artigo 25.º

Navegabilidade e Design

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

Artigo 26.º

Nome de domínio e configurações dns

1. O titular do *website* deve ser titular de um nome de domínio, devendo este apontar para o referido *website*.
2. O detentor do nome de domínio declara garantir que o mesmo se encontra devidamente configurado segundo as regras de parametrização e utilização estabelecidas pelos documentos técnicos RFCs (*“Request for Comments”*) relativamente a DNS e DNSSEC, atuais ou futuros, aplicáveis neste âmbito.
3. O detentor do nome de domínio deve garantir a redundância do serviço DNS através da configuração simultânea de dois ou mais servidores de nomes autoritários para o domínio, os quais deverão estar preferencialmente localizados em espaços diferentes não partilhando a mesma rede local e configurados com protocolo de comunicação IPv4 e IPv6;
4. O detentor do nome de domínio deve garantir que o mesmo se encontra configurado com extensões de segurança ao DNS, designadas DNSSEC, e que as respetivas extensões de segurança se encontram ativas em todos os servidores de nomes autoritários para o domínio;
5. O detentor do nome de domínio deve garantir que as assinaturas digitais (RRSIG) associadas à configuração do domínio com DNSSEC se encontram sempre dentro do tempo de vida estabelecido para o efeito e que são atualizadas periodicamente, evitando assim que as mesmas expirem;
6. O detentor do nome de domínio declara garantir que as chaves privadas DNSSEC que permitem a assinatura digital do domínio foram geradas de forma robusta, se encontram devidamente salvaguardadas e armazenadas de forma segura para não serem obtidas ilegitimamente;
7. O detentor do nome de domínio deve ainda garantir que o domínio se encontra corretamente configurado e atualizado, nomeadamente, que a delegação da informação DNS relativamente aos servidores de nomes autoritários (NS) e a síntese da chave pública DNSSEC do domínio (DS) se encontra devidamente submetida na zona hierarquicamente superior.

Artigo 27.º

Processo de revisão

1. As regras estabelecidas serão periodicamente revistas, em conjunto, pelas entidades parceiras, por forma a manter o seu conteúdo atualizado de acordo com a evolução do mercado e as melhores práticas internacionais aplicáveis.
2. No decurso do processo de revisão, os profissionais aderentes gozam do direito de consulta prévia, em prazo não inferior a 30 dias, para se poderem pronunciar sobre as alterações propostas pelas entidades parceiras e divulgadas pela entidade acreditadora.

Artigo 28.º

Interpretação e integração de lacunas

1. As regras estabelecidas no presente Código de Conduta devem ser sempre interpretadas de acordo com o princípio do tratamento mais favorável ao consumidor.
2. Sem prejuízo da aplicação subsidiária da legislação específica aplicável aos casos análogos, cabe às entidades parceiras, por sua iniciativa ou a pedido do profissional dirigido à entidade acreditadora, regular os casos omissos.

Artigo 29.º

Contagem de prazos

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

Artigo 30.º

Entrada em vigor

O presente Código de Conduta entra em vigor na data de assinatura do protocolo celebrado entre: ACEPI – Associação da Economia Digital, a DECO – Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor e a Associação DNS.PT., referido na alínea i) do artigo 2.º.