

7

ASPECTOS LEGAIS E FISCAIS DA EMPRESA DIGITAL

“THE VALLEY É O CENTRO ONDE O CONHECIMENTO SE TORNA O
MOTOR QUE TRANSFORMA A SOCIEDADE”

7. ASPECTOS LEGAIS E FISCAIS DA EMPRESA DIGITAL

Navegar no mar tempestuoso da legislação é uma das questões mais críticas quando se inicia um negócio online. As muitas (e crescentes) obrigações legais aplicáveis ao mundo em linha exigem um estudo detalhado para se familiarizar com o quadro legal. A conformidade legal correcta trará ao nosso website o consequente aumento da confiança do utilizador.

- Protecção de dados pessoais. Cumprimento dos princípios legais: informação, consentimento, acesso a dados por terceiros, medidas de segurança, etc.
 - Regime de comunicação publicitária: últimas notícias.
 - Utilização de cookies: regime jurídico .
- Requisitos para contratos on-line: condições legais para a entrega e devolução de produtos.
- Aspectos fiscais do comércio electrónico: tributação directa versus indirecta Aplicação do IVA ao comércio electrónico. O novo quadro regulamentar de 2021 .
- Legislação aduaneira aplicável ao comércio electrónico internacional
- Regime para serviços prestados por via electrónica.
- Outras leis aplicáveis: propriedade intelectual, assinatura electrónica, etc.
- Aplicação em ambientes móveis.
- *Exemplos da aplicação de regulamentos específicos aplicáveis ao sector agro-alimentar :*

- *Exemplos do mercado dos EUA*

- *Exemplos do mercado chinês*

- **GDPR: O novo Regulamento Geral de Protecção de Dados**
- Entrou em vigor em Maio de 2016
- **Obrigatório para todas as empresas da UE desde 2018.**
- Proporciona aos cidadãos **mais controlo** e segurança sobre as suas informações pessoais no mundo **digital**. A GDPR alarga os seus direitos para decidir **como pretende que os seus dados sejam geridos** e como pretende receber informações das empresas.



O DESAFIO DO GDPR: O QUE AS EMPRESAS PRECISAM DE CONSIDERAR



O QUE SÃO DADOS PESSOAIS?

Trata-se de qualquer informação relativa a uma pessoa singular identificada ou identificável, quer seja um nome, um identificador, dados de localização, um identificador em linha ou um ou mais elementos da identidade física, fisiológica ou genética, mental, económica, cultural ou social dessa pessoa. Implicando diferenças em relação à antiga Lei Orgânica de Protecção de Dados.

O DESAFIO DO GDPR: O QUE AS EMPRESAS PRECISAM DE CONSIDERAR



MAIOR TRANSPARÊNCIA.

Mais transparência com as pessoas cuja informação é acedida. Nos termos do novo Regulamento da UE sobre Protecção de Dados, as empresas devem agora explicar aos utilizadores de quem recolhem os seus dados, por que razão os recolhem e demonstrar que só são utilizados para os fins explicados.

O DESAFIO DO GDPR: O QUE AS EMPRESAS PRECISAM DE CONSIDERAR



ADEUS AO CONSENTIMENTO TÁCITO.

Os utilizadores poderão retirar o seu consentimento e apagar a informação dos servidores da empresa. O consentimento tácito está terminado. O novo Regulamento Geral de Protecção de Dados exige muitos mais controlos para assegurar que qualquer pessoa que transfira os seus dados o faça com pleno conhecimento dos factos. As empresas devem agora rever e redigir de novo todos os contratos e cláusulas.

O DESAFIO DO GDPR: O QUE AS EMPRESAS PRECISAM DE CONSIDERAR



AS EMPRESAS SÃO RESPONSÁVEIS PELA SEGURANÇA.

Cabe a cada empresa determinar os níveis de risco que enfrenta e as medidas que precisa de adoptar para garantir que a informação de todos é devidamente armazenada e utilizada. A coerência na segurança de dados está terminada. Ninguém deveria perguntar "o que é o GDPR". Somos todos responsáveis.

O DESAFIO DO GDPR: O QUE AS EMPRESAS PRECISAM DE CONSIDERAR



COMUNICAÇÃO PROACTIVA DE VULNERABILIDADES DE SEGURANÇA.

Ser proactivo na denúncia de infracções. Em caso de violação de dados, o responsável pelo tratamento de dados deve notificar a Agência de Protecção de Dados do seu país no prazo de 72 horas. Este perito precisará de ter um sistema eficaz de notificação ou comunicação da violação aos titulares dos dados, no caso de haver um risco para os seus direitos.

O DESAFIO DO GDPR: O QUE AS EMPRESAS PRECISAM DE CONSIDERAR



NOVO FIGURA DPO

O Regulamento Geral sobre Protecção de Dados incentiva a criação da nova figura do encarregado da protecção de dados ou RPD. Esta é uma figura essencial no novo regulamento europeu, cuja missão é identificar todos os riscos possíveis e procurar soluções. A sua presença é obrigatória em todas as administrações públicas e em organizações que processam dados em grande escala. Pode ser interno ou externo à empresa.

O DESAFIO DO GDPR: O QUE AS EMPRESAS PRECISAM DE CONSIDERAR



NOVOS REQUISITOS PARA OS DADOS DOS MENORES.

O novo regulamento considera que será necessário o consentimento parental para processar dados de crianças menores de 16 anos em serviços em linha. Os Estados-membros podem legislar para baixar a idade de consentimento, mas em nenhum país a exigência de consentimento parental pode ser inferior a 13 anos.

O DESAFIO DO GDPR: O QUE AS EMPRESAS PRECISAM DE CONSIDERAR



NOVAS CERTIFICAÇÕES

O Regulamento de Protecção de Dados presta especial atenção à implementação de esquemas de certificação e abre várias possibilidades para a sua gestão. As certificações podem ser concedidas pelas autoridades de protecção de dados, tanto individual como colectivamente pelo Comité Europeu, ou por entidades acreditadas.

O DESAFIO DO GDPR: O QUE AS EMPRESAS PRECISAM DE CONSIDERAR



PRIVACIDADE POR DESENHO E POR DEFEITO

Medidas tecnológicas para a privacidade por concepção e por defeito. O novo Regulamento de Protecção de Dados estabelece que qualquer projecto, seja ele comercial, criação de uma página web, desenvolvimento de um ambiente tecnológico, etc., deve avaliar desde o início da sua concepção e, por defeito, os riscos que pode implicar para a confidencialidade dos dados pessoais que irá incorporar. Além disso, deve verificar se foram tomadas as medidas necessárias para as eliminar ou atenuar e, finalmente, se o tratamento dos dados está sempre em conformidade com os regulamentos em vigor em matéria de protecção de dados.

O DESAFIO DO GDPR: O QUE AS EMPRESAS PRECISAM DE CONSIDERAR



ADAPTAÇÃO DO REGULAMENTO A CADA EMPRESA

Devido a todas as alterações relativas à Lei Orgânica de Protecção de Dados, foram preparados alguns guias com instruções onde são estabelecidos conceitos, metodologia, exemplos e modelos a seguir, recomendações e mesmo listas de possíveis não-conformidades e riscos de segurança. Estes não são guias padrão mas guias que devem ser adaptados a cada empresa com a ajuda de um profissional externo.



The cost of non-compliance

Your local Data Protection Authority monitors compliance; their work is coordinated at EU-level.
The cost of falling foul of the rules can be high.

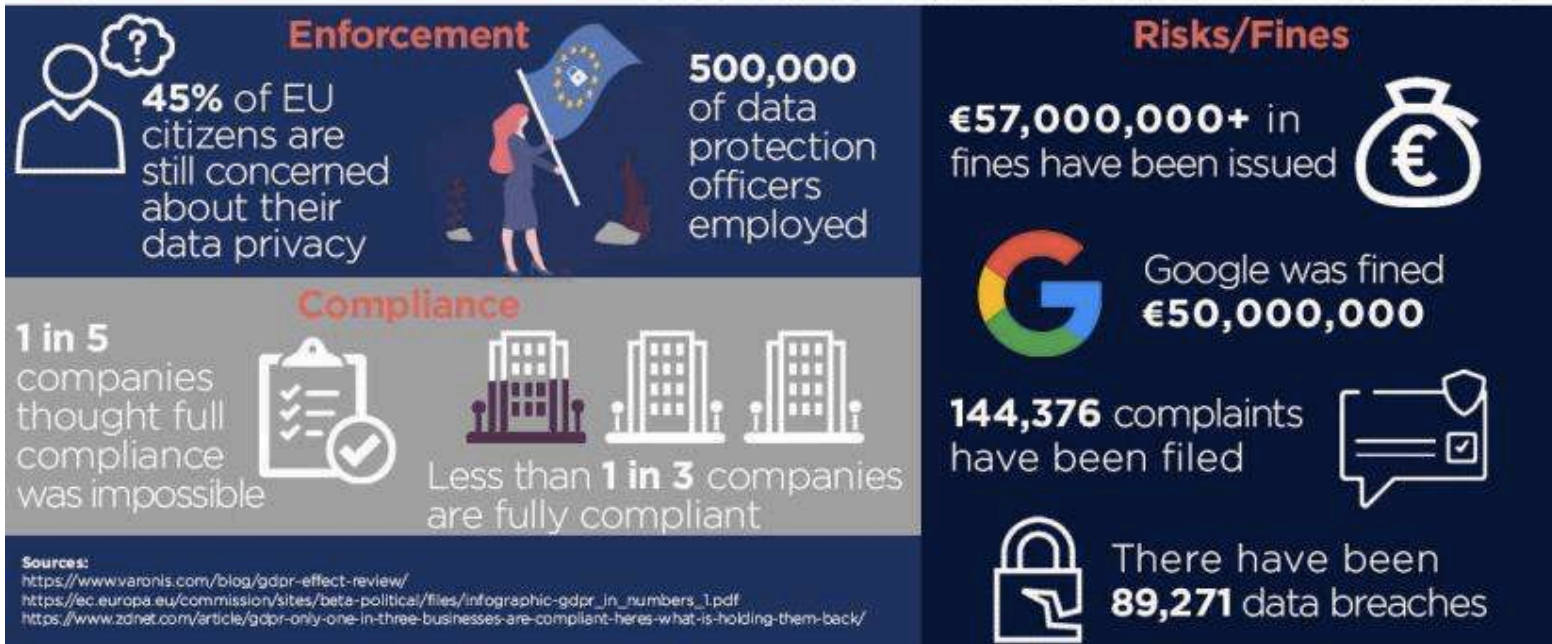


https://ec.europa.eu/justice/smedataprotect/index_es.htm

GDPR by the numbers

The **General Data Protection Regulation (GDPR)** went into effect on May 25, 2018 and drastically affected how companies' use and store their users' information. As a piece of EU legislation, the GDPR was primarily created to protect users and their data. After almost a year and a half since its implementation, what was the outcome? Is user data more secure? Are most companies GDPR compliant?

Let's look closer at some important enforcement, risks, fines and compliance numbers:



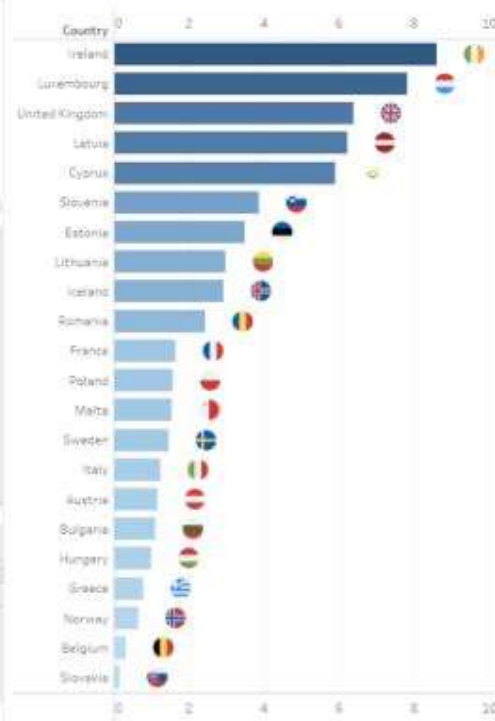
O DESAFIO DO GDPR



Who complains the most to DPA in Europe ?



Number of complaints sent to national DPA per 10,000 inhabitants



O DESAFIO DO GDPR



6 TOP BIGGEST GDPR FINES OF 2020

100 Million £

Google

The French data authority, CNIL, has fined Google after investigations revealed that the search giant was placing cookies on their website, without the consent of consumers.

35.2 Million £

H&M

H&M Germany & H&M UK Online Shop, A&E & Co. KG have been fined for data protection violations in the H&M online shop.

35 Million £

amazon

The French data authority, CNIL, has fined Amazon Europe after investigations revealed that the firm was placing cookies on their website, without the consent of consumers.

27.8 Million £

TIM

The Italian data authority, CNIL, has fined TIM for data protection violations in the TIM online shop.

22 Million £

BRITISH AIRWAYS

The Information Commissioner's Office (ICO) has fined British Airways (BA) £220m for failing to protect the personal and financial details of more than 400,000 of its customers.

20 Million £

Marriott INTERNATIONAL

Marriott International Inc. has been fined for insufficient technical and organisational measures to ensure information security.

Source: data protection authorities

privado

O DESAFIO DO GDPR



<https://www.youtube.com/watch?v=kLFFnAONHvU>

PRECISO DO CONSENTIMENTO DOS DESTINATÁRIOS PARA ENVIAR PUBLICIDADE?

Como regra geral, é necessário o consentimento dos destinatários para lhes enviar publicidade. Contudo, de acordo com a GDPR e a Lei 34/2002 sobre Serviços da Sociedade da Informação, existem situações que legitimam o envio de publicidade sem a necessidade de consentimento.



PRECISO DO CONSENTIMENTO DOS DESTINATÁRIOS PARA ENVIAR PUBLICIDADE?

Especificamente, uma empresa pode enviar publicidade quando os seus destinatários já se tornaram clientes, uma vez que se considera que existe um **interesse legítimo** da empresa em processar os dados dos seus clientes para fins de marketing e publicidade. Em qualquer caso, a publicidade enviada deve estar relacionada com produtos ou serviços semelhantes aos inicialmente contratados pelo cliente.



QUAIS SÃO OS RISCOS QUE ENFRENTO SE O ANÚNCIO QUE ENVIO NÃO É LEGAL?

As consequências do envio de anúncios podem consistir em pesadas multas e graves impactos sobre a reputação. Assim, por exemplo, uma infracção por realizar SPAM (envio de publicidade não solicitada) pode resultar numa pena até 150.000 euros ao abrigo da lei e, ao abrigo do GDPR, as penas podem ser mais elevadas, até 4% do volume de negócios anual do ano anterior ou 20 milhões de euros.



O QUE ACONTECE COM OS COOKIES?

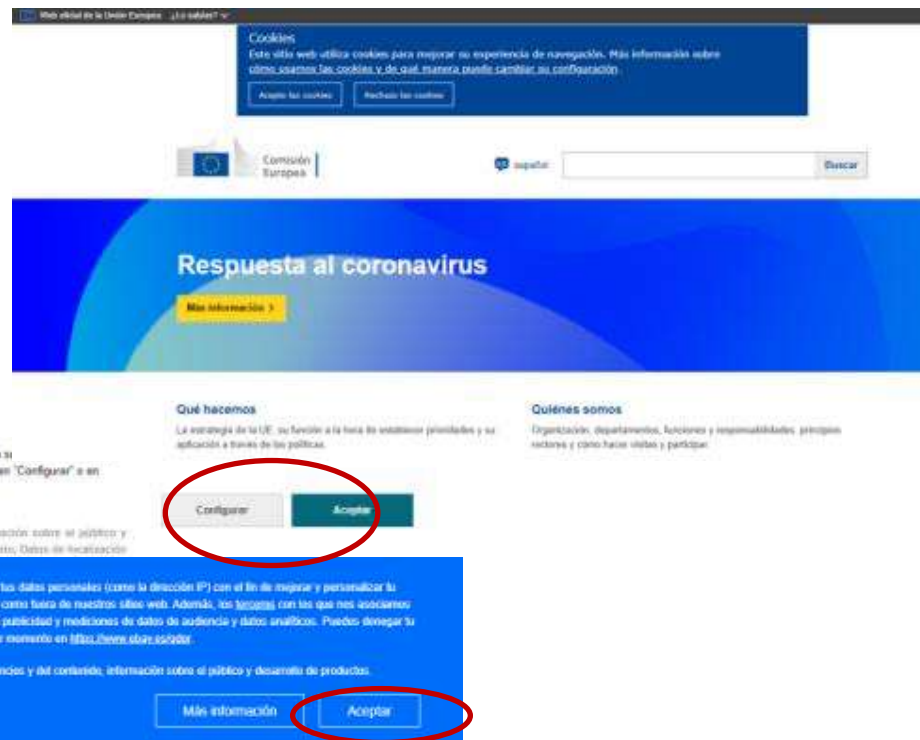


Con su acuerdo, nosotros y nuestros socios usamos cookies o tecnologías similares para almacenar, acceder y procesar datos personales como su web. Puede retirar su consentimiento u oponerse al procesamiento de datos basados en intereses legítimos en cualquier momento haciendo clic en "Configurar" o en nuestra Política de Cookies en este sitio web.

Nosotros y nuestros socios hacemos el siguiente tratamiento de datos con su consentimiento y/o nuestro interés legítimo:
 Almacenar o acceder a información en un dispositivo; Anuncios y contenido personalizados; Medición de anuncios y del contenido; Información sobre el tráfico y desarrollo de productos; Compartir los análisis de navegación y grupos de interés con socios comerciales y otros intermediarios del mercado publicitario; Datos de localización

Al pulsar sobre un artículo, vínculo del sitio web o "Aceptar", señalo que estoy de acuerdo con el uso de cookies y otras tecnologías para procesar los datos personales (como la dirección IP) con el fin de mejorar y personalizar la experiencia en los sitios del portal de marcas de eBay, incluidos eBay y terceros que proporcionen publicidad personalizada para ti, tanto dentro como fuera de nuestros sitios web. Además, los terceros con los que nos asociamos pueden almacenar cookies en tu dispositivo y usar tecnologías similares con el fin de recoger y usar cierta información para la personalización de la publicidad y mediciones de datos de audiencia y datos analíticos. Puedes denegar tu consentimiento o seleccionar las cookies que aceptas de forma individual pulsando "Más información". Puedes retirar tu consentimiento en cualquier momento en [fichas.interest.adox.es/cookie](#).

Finalidad del procesamiento de datos: Almacenar o acceder a información en un dispositivo; Anuncios y contenido personalizados; Medición de anuncios y del contenido; Información sobre el tráfico y desarrollo de productos.



Qualquer website que deseje utilizar cookies deve **primeiro** obter autorização para instalar um cookie no computador ou no dispositivo móvel.

Nem todos os cookies requerem o consentimento do utilizador.

Exemplos de cookies isentos, tanto próprios como de terceiros. Estes são os utilizados com o único objectivo de :

- Entrada do utilizador
- Sessão de autenticação da identificação do utilizador
- Segurança dos utilizadores
- Sessão de reproduzidor de mídia
- Carregamento de cookies
- Personalização do perfil do utilizador
- Plugin de partilha social
- Carrinho de compras
- Preenchimento de formulários

Cookies não isentos - é necessário informar e obter consentimento, tanto para os próprios cookies como para os de terceiros, que processam dados para qualquer outro fim que não os mencionados.

Exemplo: cookies utilizados para realizar análises de usabilidade ou "análises" do website ou na publicidade do website ou aplicação ou mesmo dos produtos ou serviços da empresa em qualquer outro website ou aplicação.

Em Janeiro de 2017, a Comissão Europeia propôs um novo regulamento sobre a privacidade das comunicações electrónicas (ePrivacidade). Irá substituir a Directiva de 2002 sobre a privacidade das comunicações electrónicas (a "Lei dos Biscoitos").

UM LINK PARA UMA PÁGINA CONTENDO A POLÍTICA DE COOKIES E A CAPACIDADE DE DEFINIR E REJEITAR COOKIES.

As seguintes informações devem ser incluídas na política de cookies:

- a) Definição e função genérica dos cookies.
- b) Informações sobre o tipo de cookies utilizados e a sua finalidade.
- c) Identificação das pessoas que utilizam cookies
- d) informações sobre como aceitar, recusar ou revogar o consentimento para a utilização de cookies
- e) Quando aplicável, informações sobre transferências de dados para países terceiros pela editora.
- g) Período de retenção de dados
- f) Ao traçar o perfil
- (h) No que diz respeito às restantes informações necessárias

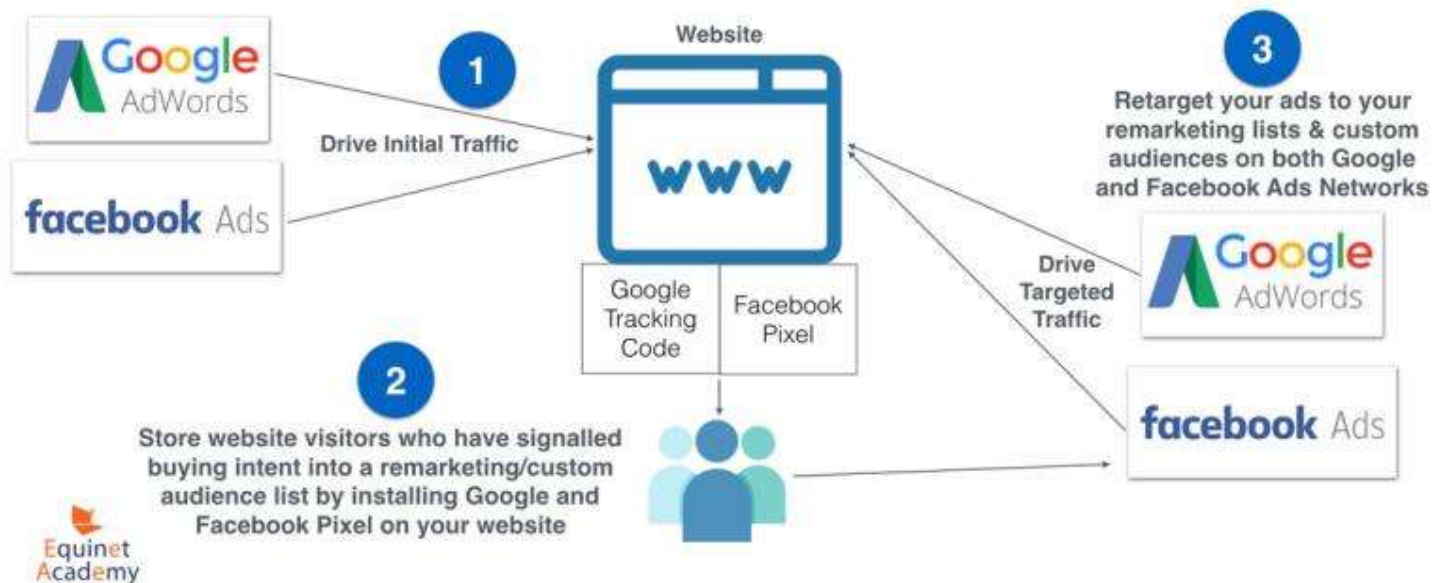




2. Some time later they visit a football site and an offer for cheap hotels in Rome appears

Os sítios que utilizam tais serviços (por exemplo, remarketing/retargeting) devem cumprir as leis aplicáveis ao fornecer informações ao utilizador através da política de privacidade do sítio, o que requer consentimento prévio.

O QUE É REDIRECCIONAR/REMARKETING?



<https://www.youtube.com/watch?v=9x9FrtAl4M8>

O LOCAL DE CELEBRAÇÃO DO CONTRATO :

- Contrato do consumidor: residência habitual do consumidor.
- Contrato entre empresários: Presume-se que tem lugar no local de estabelecimento do prestador de serviços, mas as partes podem acordar em qualquer outro local.

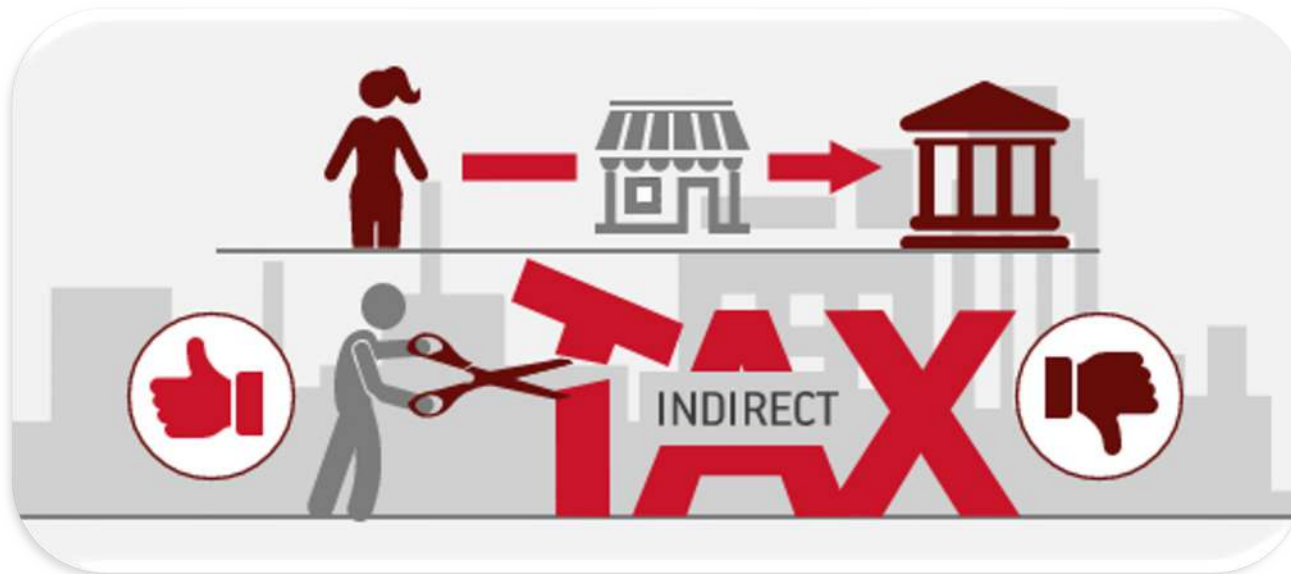
PRAZOS DE ENTREGA :

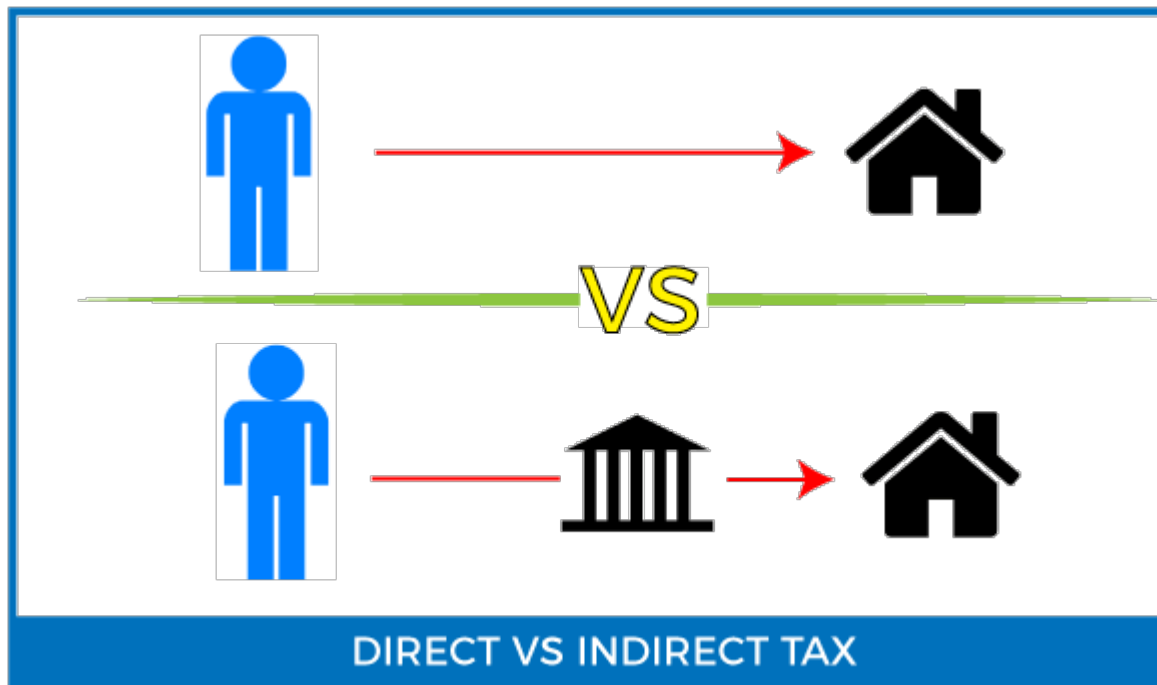
- Salvo acordo em contrário entre as partes, o vendedor deve executar a encomenda num prazo máximo de trinta dias a partir do dia seguinte ao dia em que recebeu a notificação do comprador.

PERÍODOS DE DEVOLUÇÃO :


- A partir do dia em que o comprador recebe o produto, tem 14 dias úteis para o devolver.







NOVOS SERVIÇOS AMAZON

VAT Services on 

 marketplace

IVA NOS SERVIÇOS EM LINHA

MOSS: Mini Balcão Único

O Mini One Stop Shop (MOSS) é um sistema opcional que permite que o IVA, um imposto normalmente devido em vários países da UE, seja pago num único país da UE.

Os prestadores de serviços transfronteiriços de telecomunicações, televisão e radiodifusão ou serviços digitais transfronteiriços a pessoas que não são sujeitos passivos podem beneficiar deste regime. Os serviços previstos no âmbito do sistema de mini balcão único incluem o seguinte:

- Alojamento de websites
- Fornecimento de software informático
- Acesso a bases de dados
- Aplicações de descarregamento ou música
- Jogos online
- Ensino à distância.



<https://www.youtube.com/watch?v=y-c8i846994>

REGULAMENTOS ADUANEIROS PARA O COMÉRCIO ELECTRÓNICO INTERNACIONAL

As alfândegas e o comércio electrónico andam de mãos dadas. Se quiser confiar nas vendas internacionais, deve, portanto, ter em conta os direitos aduaneiros para o comércio electrónico ao facturar a sua loja online.



Introducción

¿Qué es el nuevo paquete de IVA de comercio electrónico?







REGULAMENTO DE APLICAÇÃO DA CUBA



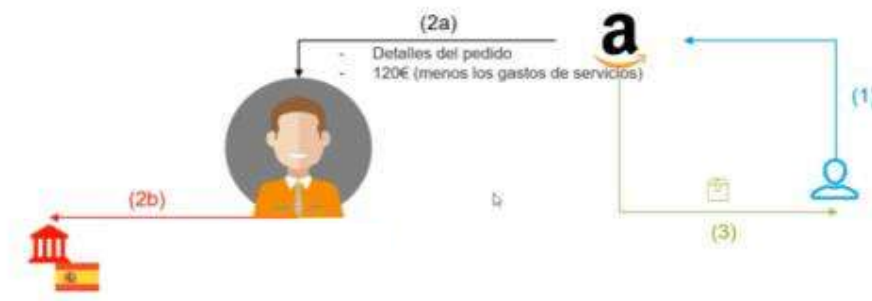
AGROSMARTglobal
INTERREG SOUTHOE
SOE3/P2/E0897
MOOC Agrosmart Global



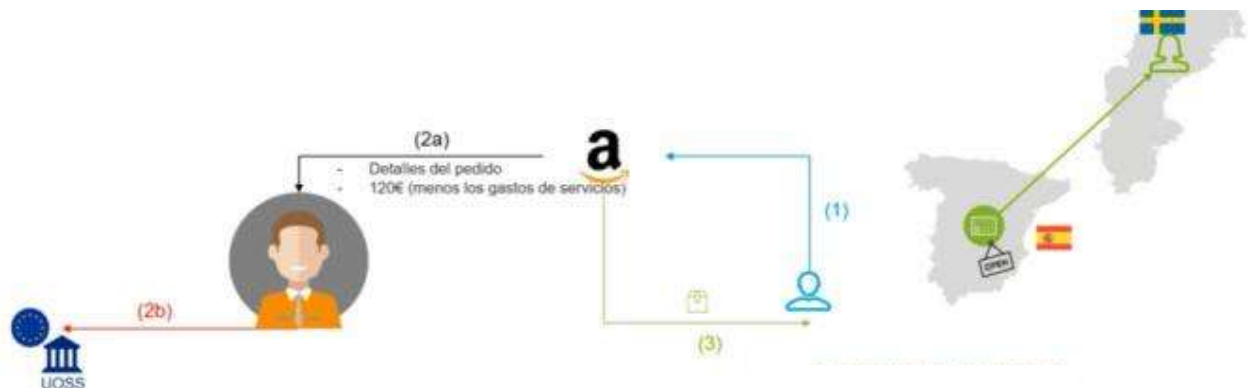
Caso: Peter gere a encomenda de um armazém em Espanha.



Copyright 2018 by The Valley. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage or retrieval system, without prior written permission from The Valley.



Neste caso, não
se aplica

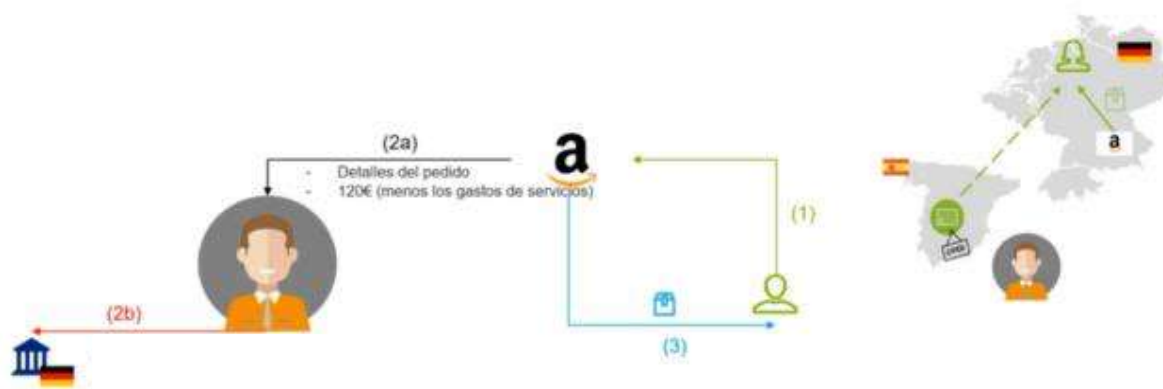


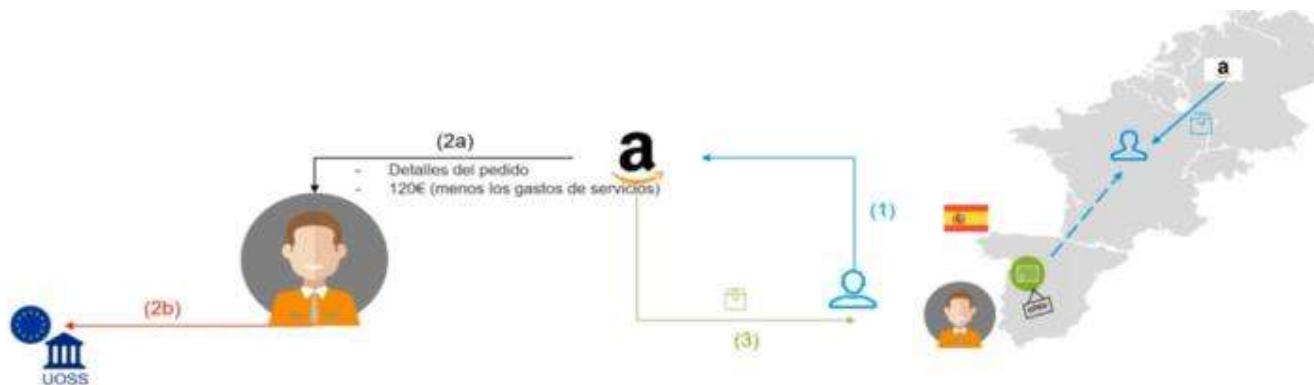
Neste caso, aplica-se a



Stock na Alemanha - Programa
Logístico PANEUROPEAN







I. Anmeldung der Umsatzsteuer-Vorauszahlung

Leistungen und sonstige Leistungen	Steuerpflichtige Umsätze	Steuer
Steuerpflichtige Umsätze	81	1.578,01
von denen mit 19 %	86	0,00
von denen mit 7 %	35	97,12
von denen mit 0 %	77	0,00
von denen mit 0 %	76	0,00
Steuerfreie Umsätze mit Vorsteuerbefreiung	41	0,00
von denen mit 19 %	44	0,00
von denen mit 7 %	49	0,00
von denen mit 0 %	43	0,00
Steuerfreie Umsätze ohne Vorsteuerbefreiung	48	0,00
Steuerfreie Umsätze ohne Vorsteuerbefreiung	91	0,00
von denen mit 19 %	89	24,04
von denen mit 7 %	93	0,00
von denen mit 0 %	95	0,00
von denen mit 0 %	94	0,00
Leistungsgegenstände als Steuerbefreiung	46	0,00
von denen mit 19 %	73	0,00
von denen mit 7 %	84	24,04
von denen mit 0 %	85	0,00
Gesamt		21.63

10

VAT identification number: _____

Quarter * Year *

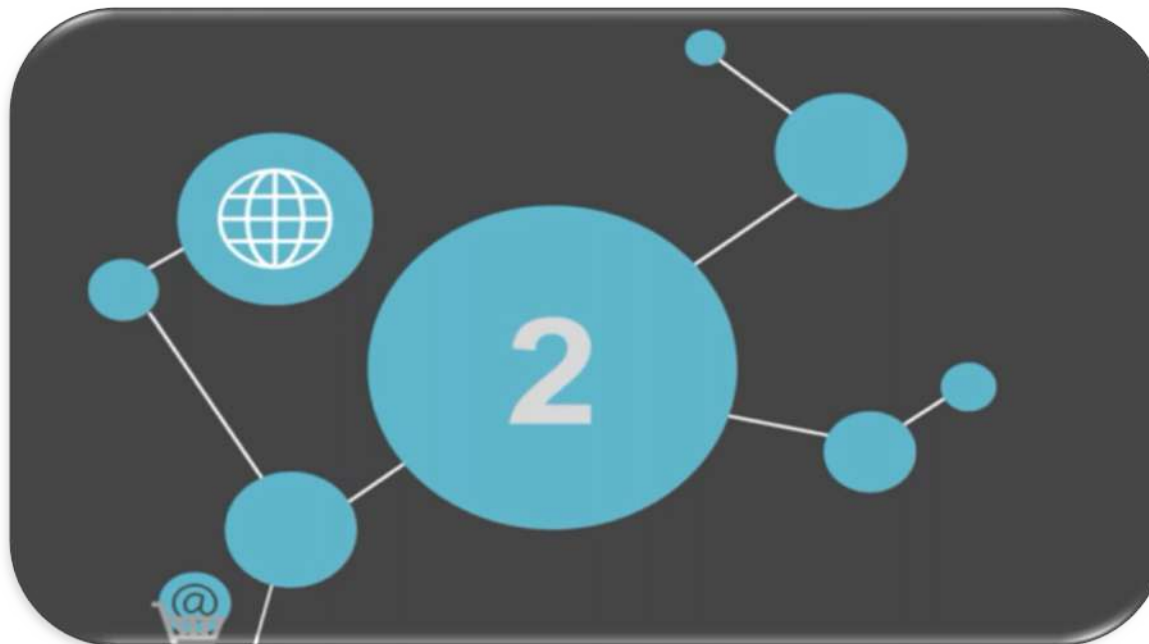
Start date End date

Services from Austria and from third countries

Member State of consumption *	tax rate	Net sales (in €)	± Tax amount (in €)	± Removed
<input type="text" value="Italy"/>	<input type="text" value="22.00% (STANDARD)"/>	<input type="text" value="98,34"/>	<input type="text" value="21,63"/>	<input type="text" value="Removed"/>
<input type="button" value="Add row"/>				
Total sales tax from Austria and third countries:		<input type="text" value="€ 21.63"/>		
Total sales tax:		<input type="text" value="€ 21.63"/>		

*Ejemplo del sitio web austriaco





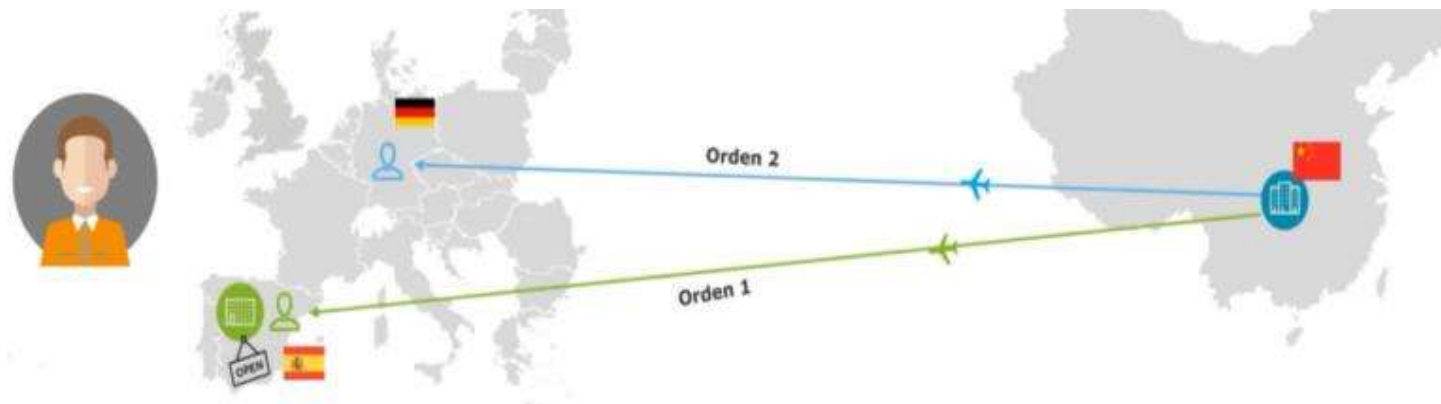
Valor da remessa < 150 EUR

Valor da remessa > 150 EUR

01

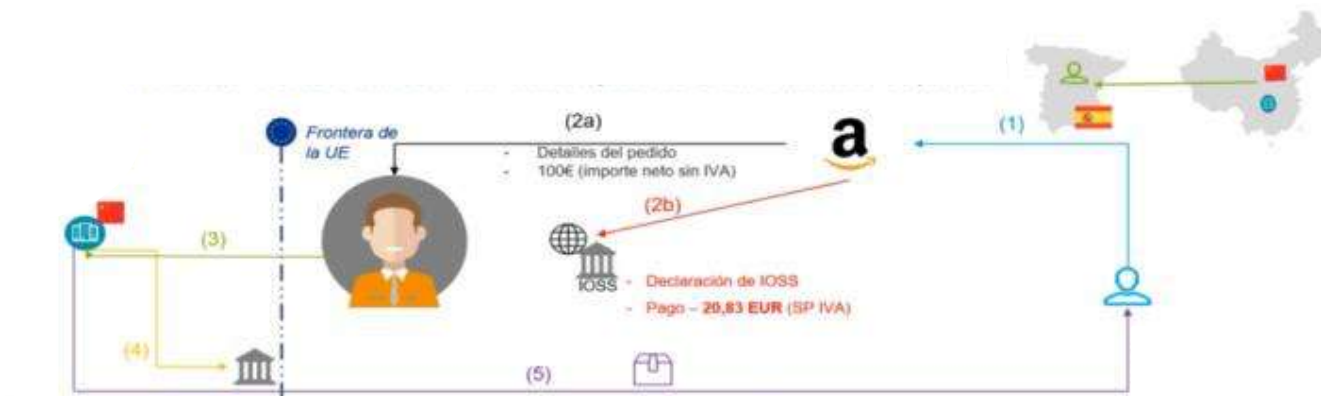


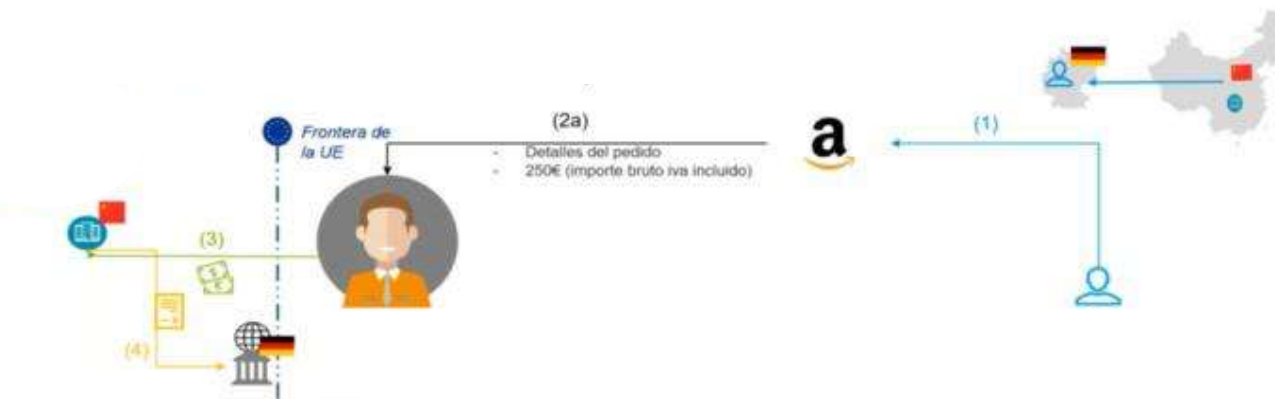
02



IVA a ser pago pela AMZ: 20,83 euros.

IVA a ser pago por Peter: 0,00

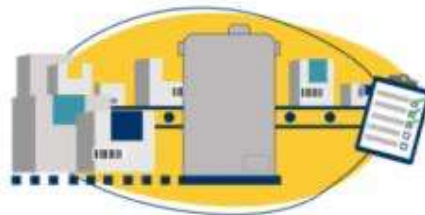






O QUE É UM DIREITO ADUANEIRO?

Este imposto aduaneiro é a parte dos impostos que se acumulam como resultado da importação ou exportação das mercadorias. Além disso, dependendo da utilização prevista do pacote, os funcionários aduaneiros podem acrescentar impostos e taxas adicionais para o processamento destas mercadorias.



O QUE É UM DIREITO ADUANEIRO?

	Valor del envío (sin incluir transporte y seguro)	Impuestos a pagar	Porcentaje general aplicable
Compras por internet (cuyo remitente es una empresa)	Menor o igual que 22€	Exento de arancel e IVA	0% arancel 0% IVA
	Mayor que 22€ y menos o igual que 150€	Exento de arancel pero sujeto a IVA	0% arancel 21% IVA
	Mayor de 150€	Sujeto a arancel e IVA	2,5% arancel 21% IVA
Envíos entre particulares	Menor o igual que 45€	Exento de arancel e IVA	0% arancel 0% IVA
	Mayor que 45€	Sujeto a arancel e IVA	2,5% arancel 21% IVA

Fuente: Agencia Estatal de Administración Tributaria

QUAL É O OBJECTIVO DO IMPOSTO ADUANEIRO?

- Monitorização e controlo da entrada e saída de mercadorias e meios de transporte através das fronteiras, águas territoriais ou espaço aéreo.
- Determinação e cobrança de dívidas fiscais.
- Impedir as importações e exportações ilegais.
- Para assegurar a prevenção, acção penal e punição de infracções aduaneiras.
- Para garantir a saúde e as condições de vida dos cidadãos.
- Fornecer informação estatística.
- Promover e proteger o desenvolvimento económico.

QUAL É O OBJECTIVO DO IMPOSTO ADUANEIRO?

Para aplicar o imposto aduaneiro para o comércio electrónico, as mercadorias devem ser provenientes de outro território aduaneiro e as mercadorias devem ser definitivas, ou seja, destinam-se ao consumo e não são algo temporário.



QUAIS SÃO AS ALTERAÇÕES A PARTIR DE 1 DE JULHO DE 2021?

1. Novo limiar único em toda a UE.

Os limiares existentes para vendas à distância de bens a compradores noutros Estados-Membros da UE (35.000 ou 100.000 euros, dependendo do Estado-Membro) serão abolidos e substituídos por um novo limiar de 10.000 euros a nível da UE.

Abaixo deste limiar, pode ainda aplicar as regras do IVA espanhol às suas vendas transfronteiriças. Se as suas vendas excederem este limiar, terá de pagar IVA no Estado Membro onde se encontram os seus compradores. Mas pode facilmente registar-se no One Stop Shop (OSS), onde pode declarar e pagar o IVA devido noutros Estados Membros.

QUAIS SÃO AS ALTERAÇÕES A PARTIR DE 1 DE JULHO DE 2021?

2. Fim da isenção do IVA na importação.

A isenção de IVA para a importação de bens até um valor de 22 euros será abolida. Como resultado, todos os bens importados para a UE serão sujeitos ao IVA.

O One-Stop Shop for Imports (IOSS) foi criado para facilitar e simplificar a declaração e o pagamento do IVA sobre vendas à distância de bens importados para a UE com um valor de até 150 euros.

Ao registar-se na IOSS, os seus clientes compreenderão que o preço que pagam é o preço final, incluindo o IVA, sem taxas ou encargos adicionais.

Se não se registar na IOSS, o IVA será pago pelo seu cliente quando os bens forem importados para a UE.

PROPRIEDADE INDUSTRIAL E PROPRIEDADE INTELECTUAL SÃO DUAS COISAS DIFERENTES...

- A propriedade industrial rege principalmente os produtos, bens de consumo, patentes e modelos de utilidade, sinais distintivos e desenhos.
- A propriedade intelectual - mais frequentemente mencionada em filmes e séries de televisão - rege a autoria de uma criação: uma composição, um livro, um poema, uma pintura, em suma, qualquer "propriedade intelectual", ou seja, algo nascido da criatividade humana e com valor imaterial, que pode ser considerado uma criação da mente com parte da personalidade do criador e que, em princípio, não se destina à produção em massa.



Para proteger os direitos de propriedade intelectual de uma empresa de comércio electrónico na Internet, é importante registar primeiro a marca, o nome de domínio e o conteúdo do site, sendo este último protegido por direitos de autor. Em seguida, definir o conteúdo do sítio, ter um aviso de apoio à propriedade, indicar o que os navegadores podem e não podem fazer com o conteúdo, e controlar o acesso à informação.



É também importante fazer um inventário dos seus bens de propriedade intelectual a fim de definir os elementos que a empresa tem como **patentes** (bens, aplicações ou invenções); elementos que constituem direitos de autor tais como **programas de computador**, desenhos, obras de arte, música, fotografias, entre outros; **sinais distintivos** tais como logotipos, nomes comerciais e nomes de produtos; **segredos comerciais** tais como fórmulas de produtos, listas de clientes, planos de melhoramento técnico; e, finalmente, **contratos**.





INTELLECTUAL PROPERTY PROTECTION

for Ecommerce

Intellectual property (IP) refers to something produced – **an invention, brand, or work of art** – through creativity. Selling online can leave you vulnerable to IP theft. Patents, trademarks, and copyrights can protect you, but what's the difference?



TRADEMARK

Protects logos, words, and phrases related to a brand, business, or identity. It prevents others from selling or distributing products using the same symbol or brand name.

EXAMPLES:


imovie.it
shopify

Logo

Slogan

Name



COPYRIGHT

Protects individual works of authorship, giving the owner exclusive rights to sell, licence, and distribute the material. Used for music, art, photos, books, etc.

EXAMPLES:





Harry Potter

Music

Photo



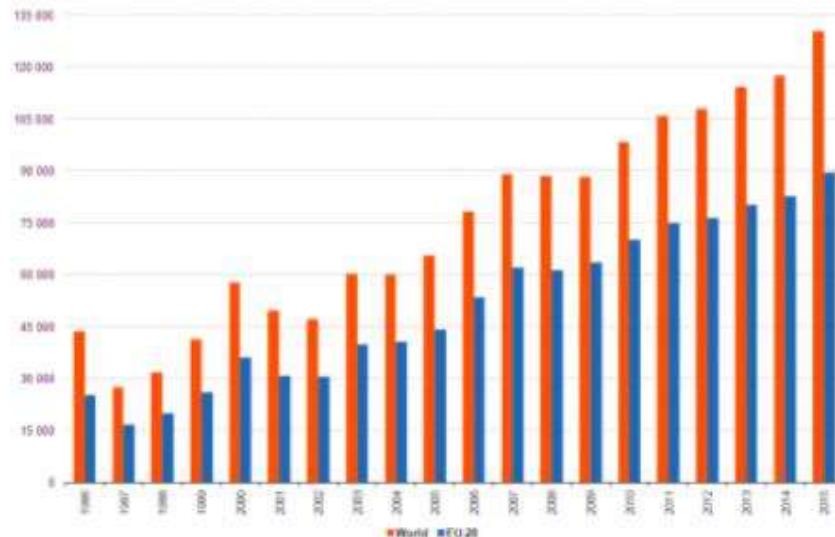
PATENT

Protects inventions, products or processes, preventing others from manufacturing or selling the invention in the country in which the patent is held.

EXAMPLE:



A new method for roasting coffee beans



Total number of European Union trademark (EUTM) applications,
 1996-2015

Source: Eurostat ([lpr_ta_tot](#))

<https://www.youtube.com/watch?v=EQsZf2G4Sdc>

A assinatura electrónica é um conjunto de dados electrónicos que acompanha ou está associado a um documento electrónico e cujas funções básicas são :

- ❑ **Identificar** inequivocamente o signatário
- ❑ **Garantir a** integridade do documento assinado. Garante que o documento assinado é exactamente o mesmo que o original e que não foi modificado ou alterado.
- ❑ **Assegurar a** não repudição do documento assinado. Os dados utilizados pelo signatário para realizar a assinatura são únicos e exclusivos e, portanto, ele não poderá dizer mais tarde que não assinou o documento.



O processo básico seguido para a assinatura electrónica é o seguinte:

1. O utilizador tem um documento electrónico (uma folha de cálculo, um pdf, uma imagem, até um formulário numa página web) e um certificado que lhe pertence e o identifica.
2. A aplicação ou dispositivo digital utilizado para a assinatura faz um resumo do documento. O resumo de um documento grande pode consistir apenas em algumas linhas. Este resumo é único e qualquer modificação do documento implica também uma modificação do resumo.
3. A aplicação utiliza a chave privada para encriptar o resumo.
4. O pedido cria outro documento electrónico contendo este resumo encriptado. Este novo documento é a assinatura electrónica.

O resultado de todo este processo é um documento electrónico obtido a partir do documento original e das palavras-passe do signatário. A assinatura electrónica é, portanto, o mesmo documento electrónico que resulta.

Fornece três características na comunicação via Internet: identificação do signatário, integridade dos dados e não repudição.

Aqui estão alguns exemplos de transacções que podem actualmente ser realizadas utilizando a assinatura digital:

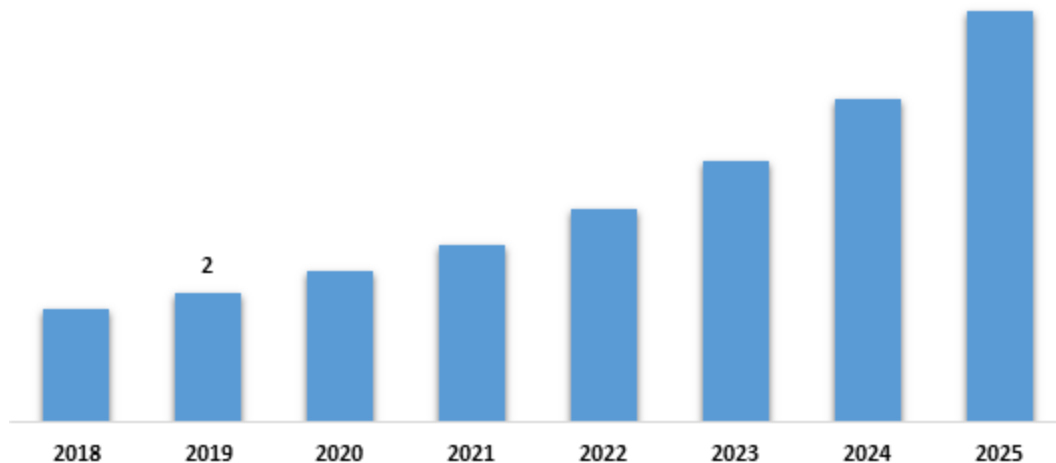
- ✓ Preenchimento da declaração de impostos através da Internet.
- ✓ Aplicações em registos administrativos electrónicos
- ✓ A procura da vida profissional.
- ✓ Recepção de notificações electrónicas.
- ✓ Assinatura do e-mail.
- ✓ Assinatura de facturas electrónicas.



A ASSINATURA ELECTRÓNICA



Global Digital Signature Market, 2018-2025 (USD Billion)



Source: Adroit Market Research ©2020

A ASSINATURA ELECTRÓNICA



AGROSMARTglobal
 INTERREG SOUTHOE
 SOE3/P2/E0897
 MOOC Agrosmart Global



3 Key e-Signature Statistics You Should Know

 **FinancesOnline**
 REVIEWS FOR BUSINESS

1 Top e-signature benefits for financial institutions

Source: Onclap/BMD Insights



cut scanning errors



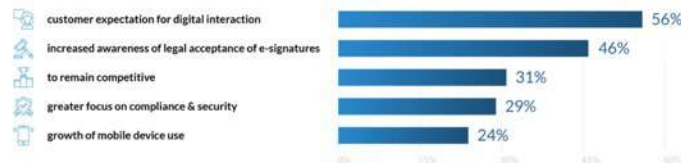
achieve audit efficiency



reduce missing files

2 Leading drivers for the adoption of e-signature

Source: Aberdeen



3 Average implementation time of e-signature by organization size

Source: eSignilla



large enterprises



medium-sized businesses



small businesses

O mercado alimentar americano é um dos mais importantes do mundo, tanto quantitativa como qualitativamente: com mais de 310 milhões de potenciais clientes - dos quais 50 milhões são de língua espanhola - é também um ponto de referência para a introdução de novos produtos e estabelece tendências do ponto de vista dos consumidores, distribuição e comercialização.



- Existem regulamentos sobre 168.000 produtos.
- O desenvolvimento técnico é muito exaustivo e existem protocolos específicos para mariscos, sumos e polpas, embalagens pouco ácidas, alimentos acidificados... Não basta dizer "Quero exportar queijo": é preciso saber se é branco ou azul, de que animal vem o leite, porque todos estes factores condicionarão os seus procedimentos de importação/exportação.



É IMPORTANTE CONHECER OS CANAIS...

A distribuição é "muito profissional, micro-segmentada e com um forte compromisso de marketing".

A maioria das vendas é feita em lojas de retalho, o chamado "canal fora do local", enquanto o resto é produzido no canal de restauração ou "on-site", que inclui todos os pontos onde o produto é consumido directamente, tais como bares, restaurantes, etc.



DEPOIS DE TER O PRODUTO E CONHECER OS CANAIS, O FDA ENTRA EM JOGO.

A Food and Drug Administration (**FDA**). Esta agência regula a entrada de produtos farmacêuticos, vacinas, dispositivos médicos, cosméticos, produtos biológicos, medicamentos e ração animal.

A FDA tem escritórios fora dos EUA (na Europa está em Bruxelas), embora quase todos os procedimentos estejam centralizados nos EUA. Todos os alimentos oferecidos para importação nos EUA devem satisfazer os mesmos requisitos que os produtos nacionais e quaisquer outros requisitos específicos relacionados com o produto, rotulagem, registo...

Dependendo do nosso produto, podemos também ter de considerar outra agência, a **USDA**, que regula uma parte do fornecimento de alimentos, especificamente qualquer coisa relacionada com aves de capoeira, carne, ou alimentos que contenham mais de 2% de carne.

PRODUTOS

Que requisitos básicos irá a FDA exigir para os nossos produtos?

- Se forem inofensivos (seguros) ;
- Se estiverem livres de qualquer contaminação (microbiana, química, sujidade,...);
- Se tiverem sido produzidos de acordo com as boas práticas;
- Se estiverem correctamente rotulados
- e se cumprem as regras e procedimentos administrativos exigidos (registo, aviso prévio, etc.).



REGISTO DE ESTABELECIMENTOS

A empresa deve também registar-se na **Food and Drug Administration**.

Quem se deve registar?

Cada uma das instalações. Se tiver duas fábricas, ou se uma fabrica e a outra embrulha, deve registar ambas. Se vender o seu produto sob outra marca, deve também registar a marca. No entanto, se tiver mais do que uma marca, basta um registo porque todos pertencem ao mesmo fabricante.

O registo é gratuito se for feito pela mesma empresa.

- Eles precisam de um "agente residente nos EUA". Esta é uma pessoa que actua como ponto de contacto entre a FDA e a empresa exportadora. A Câmara de Comércio Espanha-EUA oferece este serviço.
- Renovar o registo de 2 em 2 anos. Há um período de registo em anos pares.

NOTIFICAÇÃO PRELIMINAR

- ☐ **Notificação prévia**" ou notificação prévia é a comunicação à alfândega dos EUA de que um produto chegará.
- ☐ Todas as entradas envolvendo alimentos ou suplementos alimentares, incluindo amostras e entradas na zona franca ou a caminho de outro país, devem ser notificadas com antecedência.
- ☐ No caso de bilhetes de correio internacional, é dado aviso prévio antes do envio e um recibo de confirmação deve acompanhar o bilhete.
- ☐ A notificação prévia pode ser enviada por via electrónica.

NOTIFICAÇÃO PRELIMINAR

No caso das autoridades considerarem que o produto não pode entrar nos Estados Unidos, será realizada uma AD (Detenção Administrativa).

- Se isto aconteceu porque o produto contém um ingrediente proibido, deve tentar devolver o produto ou destruí-lo.
- Se tiver sido causado por um erro de rotulagem, deve ser corrigido. Novos rótulos podem ser impressos e anexados ao produto.
- Também pode ser realizada uma análise AD se a empresa considerar que o produto é seguro.

LABELLING

Os produtos devem ser correctamente etiquetados. A informação contida nos rótulos pode ser dividida em quatro secções:

- PDP (Painel de Exposição Principal). A face do produto. Deve indicar claramente o que está a ser vendido.
- Painel informativo. Deve informar sobre os ingredientes, local de origem, etc.
- Painel de Informação Nutricional.
- Informação sobre alergénios.

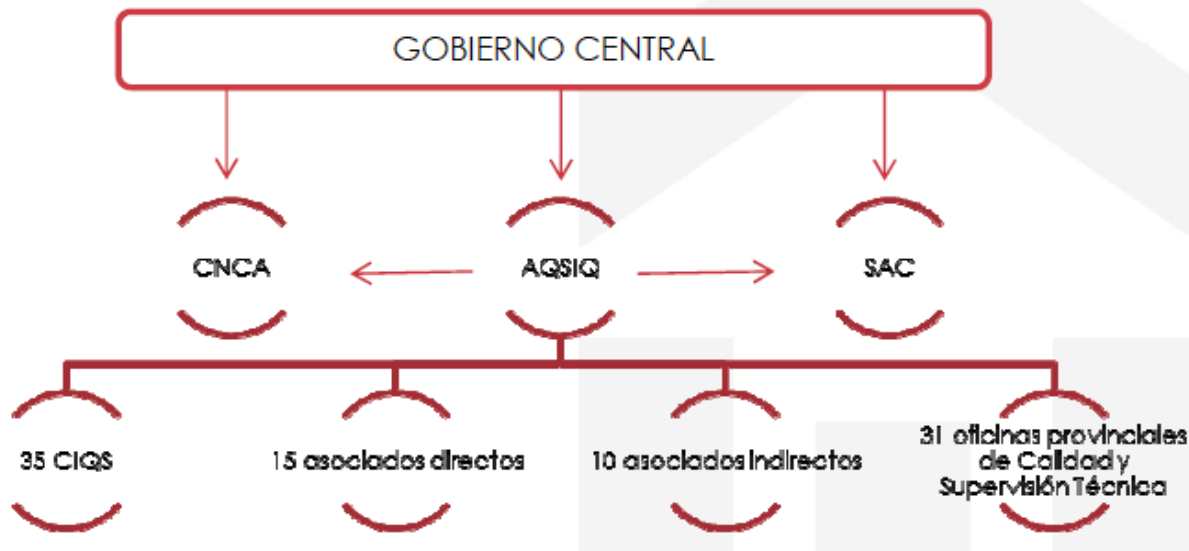
PROTECÇÃO DA MARCA NA UE E NA EUROPA

Se a empresa decidir registar a sua marca, recomenda-se que seja chamado um advogado para dar alguma orientação sobre o que pode ou não ser registado. A apresentação é muito clara.

Tabla 1: Organismos implicados en la normativa agroalimentaria en China

ACRÓNIMO	NOMBRE COMPLETO	COMPETENCIAS PRINCIPALES
MOA	Ministerio de Agricultura	Supervisión y regulación de la calidad y seguridad de los productos agroalimentarios, aditivos y otros productos agrícolas (pesticidas, fertilizantes, etc.)
AQSIQ	Administración General para la Supervisión de la Calidad, Inspección y Cuarentena	Supervisión de la producción, elaboración, importación y exportación de alimentos y otros productos relacionados (<i>packaging</i> , herramientas de procesado, envases y embalajes, etc.)
NHFPC	Comisión Nacional de Salud y Planificación Familiar (antiguo Ministerio de Salud, disuelto en 2013)	Supervisión de alimentos y aditivos en el punto de consumo, planificación familiar y concienciación, control de los servicios de salud
CFDA	Administración Nacional de Alimentos y Medicamentos de China	Análisis de la situación general de inocuidad Participación en la elaboración de normativas de inocuidad de alimentos Supervisión de la implementación de las regulaciones
CNCA	Administración de Certificación y Acreditación	Gestión, supervisión y coordinación de las actividades de certificación y acreditación

Esquema sobre la coordinación entre organismos implicados en normativa agroalimentaria en China



- Os produtos que requerem um protocolo bilateral que não tenha sido concluído ou aqueles cujos ingredientes devem passar uma análise de risco não podem ser exportados.
- Para todos os produtos cujos ingredientes requerem rastreabilidade controlada pelas autoridades chinesas, sejam eles lácteos ou de carne, o exportador deve ser autorizado pelas autoridades chinesas a trazer os seus produtos para a China. O processo leva pouco mais de um ano desde o início até à publicação das empresas autorizadas.

QUE PRODUTOS PODEM SER EXPORTADOS PARA A CHINA?

- Em termos gerais, produtos com um risco sanitário reduzido ou produtos que já tenham sido exportados.
- Para produtos alimentares de maior risco, tais como carne, produtos frescos, animais vivos e plantas, etc.; A abertura do mercado chinês implica a necessidade de estabelecer negociações bilaterais entre as autoridades sanitárias chinesas e as do país exportador.
- A AQSIQ, como agência competente, não negocia mais do que um produto por país de cada vez.

MEDIDAS SANITÁRIAS E FITOSSANITÁRIAS

- Lei de Segurança Alimentar ou Lei de Segurança Alimentar 2015
- Lei de Quarentena de Entrada e Saída de Animais e Plantas
- Lei sobre a Supervisão e Gestão da Inspeção e Quarentena dos Alimentos Importados e Exportados
- Regulamento específico sobre a supervisão e gestão da segurança alimentar e outros produtos do Conselho de Estado