



# **O Combate à Fraude e à Evasão Fiscal Decorrente da Tributação do Comércio Eletrónico- Uma Análise Integrada**

## **Mestrado em Contabilidade e Fiscalidade**

Uilsa Margarida Lopes Vaz

Leiria, 30 de março de 2025



# **O Combate à Fraude e à Evasão Fiscal Decorrente da Tributação do Comércio Eletrónico- Uma Análise Integrada**

## **Mestrado em Contabilidade e Fiscalidade**

Uilsa Margarida Lopes Vaz

Dissertação de Mestrado sob a orientação da Professora Dra. Ana Margarida Gabriel Gonçalves Pereira

Leiria, 30 de março de 2025

## **Originalidade e direitos de Autor**

A presente dissertação é original, elaborada unicamente para este fim, tendo sido devidamente citados todos os autores cujos estudos e publicações contribuíram para a elaborar.

Reproduções parciais deste documento serão autorizadas na condição de que seja mencionada a Autora e feita referência ao ciclo de estudos no âmbito do qual a mesma foi realizado, a saber, Curso de Mestrado em Contabilidade e Fiscalidade, no ano letivo 2024/2025, da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Leiria, Portugal, e, bem assim, à data das provas públicas que visaram a avaliação destes trabalhos.

## **Agradecimentos**

Este trabalho não seria possível sem o auxílio de pessoas que, direta ou indiretamente, contribuíram para a sua concretização. Por esta razão, não poderia deixar de agradecer a todos os que me ajudaram durante o meu percurso escolar e ao longo da realização deste estudo.

Em primeiro lugar, quero agradecer à minha mãe, por ser a minha inspiração, o meu motivo de vida e o meu pilar. Um muito obrigada por fazeres parte desta, e de todas as jornadas da minha vida.

Ao meu namorado, pela motivação nos momentos em que a vontade era simplesmente desistir de tudo, pelo companheirismo, pela paciência, por acreditares em mim quando eu mesma duvidava, e por te manteres firme ao meu lado durante uma das fases mais difíceis e desafiadoras da minha vida. Obrigada por me mostrares a luz no fim do túnel quando a minha visão escurecia. Espero que estejas tão orgulhoso quanto eu, pois, apesar de todos os desafios e obstáculos, nós conseguimos.

Um especial agradecimento à minha orientadora, Professora Ana Margarida Gabriel Gonçalves Pereira, pelo esforço incansável e pelo profissionalismo com que me orientou na realização deste trabalho. Sem a sua ajuda, nada disto seria possível.

E por fim, mas não menos importante, à minha irmã/ amiga Anísia Santos, pelo acolhimento, pelas palavras de motivação e incentivo nos dias menos bons, pelo altruísmo, pela atenção, carinho, amizade e força. Obrigada por acreditares sempre em mim e por seres o meu exemplo.

Gostaria ainda de expressar a minha gratidão aos professores e a todos os colaboradores do Instituto Politécnico de Leiria, pela atenção e colaboração durante a minha estadia no IPL. A todos aqueles que contribuíram direta ou indiretamente para a conclusão deste mestrado, o meu mais sincero e profundo agradecimento.

## Resumo

O desenvolvimento tecnológico e a globalização trouxeram um crescimento acelerado para o comércio eletrónico, promovendo mudanças significativas na vida das empresas e dos consumidores. Este fenómeno abriu caminho para novos cenários económicos, mas também gerou dificuldades e desafios para as autoridades tributárias no que diz respeito ao controlo, fiscalização e arrecadação de impostos, especialmente no âmbito do IVA.

Diante deste cenário, esta dissertação analisa de forma integrada os principais desafios e estratégias utilizadas pela União Europeia e por Portugal no combate à fraude e à evasão fiscal no comércio eletrónico, tendo em conta o contexto atual.

O trabalho destaca que o crescimento acelerado do *e-commerce* e a transformação digital trouxeram desafios significativos para as administrações fiscais, sendo os principais a existência de lacunas legislativas, a complexidade das transações digitais e o aumento das operações transfronteiriças.

O estudo aborda temas como o impacto da pandemia da COVID 19 no crescimento do comércio eletrónico, o uso das cripto moedas, marketplaces e interfaces eletrónicas, bem como a implementação de mecanismos para mitigar riscos fiscais, como o Balcão Único (OSS) e a DAC 7 (sétima diretiva para a cooperação administrativa em matéria fiscal). O trabalho inclui ainda uma análise de relatórios que ilustram a aplicação prática da temática em estudo, com foco na realidade europeia e portuguesa.

Conclui-se que, para garantir uma tributação justa e eficaz no ambiente digital, é essencial modernizar as normas fiscais, promover a cooperação internacional e investir em soluções tecnológicas para combater eficazmente a fraude e a evasão fiscal no comércio eletrónico.

**Palavras-chave:** Comércio eletrónico, Tributação, Fraude fiscal, Evasão fiscal

## **Abstract**

Technological development and globalization have led to the growth of e-commerce, bringing significant changes to the lives of businesses and consumers. This phenomenon has opened the door to new economic scenarios but also created difficulties and challenges for tax authorities regarding control, oversight, and the collection of taxes, particularly in the field of VAT.

In this context, this dissertation provides an integrated analysis of the main challenges and strategies adopted by the European Union and Portugal in combating tax fraud and evasion in electronic commerce, considering the current digital landscape.

The study highlights how the accelerated growth of e-commerce and digital transformation have posed significant challenges to tax administrations, with key issues including legislative gaps, the complexity of digital transactions, and the increase in cross-border operations.

The dissertation explores topics such as the impact of the COVID-19 pandemic on the expansion of e-commerce, the use of cryptocurrencies, marketplaces, and electronic interfaces, as well as the implementation of mechanisms to mitigate tax risks, such as the One Stop Shop (OSS) and DAC 7 (the seventh directive on administrative cooperation in taxation). It also includes an analysis of reports reflecting the practical application of the topic, with a focus on both the european and portuguese contexts.

The study concludes that to ensure fair and effective taxation in the digital environment, it is essential to modernize tax regulations, foster international cooperation, and invest in technological solutions to effectively combat fraud and tax evasion in electronic commerce.

**Keywords:** E-commerce, Taxation, Tax fraud, Tax evasion

# Índice

Originalidade e direitos de Autor.....	i
Agradecimentos .....	ii
Resumo .....	iii
Abstract.....	iv
Lista de tabelas .....	vii
Lista de Figuras .....	viii
Lista de siglas e acrónimos.....	ix
1. Introdução.....	11
1.1. Questão de Investigação.....	12
1.2. Objetivos de investigação.....	13
1.3. Estrutura do trabalho .....	13
CAPÍTULO I- ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	15
1. Revisão da literatura.....	15
2. A fraude e evasão fiscal.....	18
3. O comércio eletrónico .....	20
3.1. Modalidades de Comércio eletrónico.....	21
3.1.1. Business-to-Business (B2B).....	22
3.1.2. Business-to- Consumer (B2C) .....	24
3.2. O comércio eletrónico em Portugal.....	25
3.2.1. Principais desafios do comércio eletrónico em Portugal .....	27
3.3. Regras para a tributação do comércio eletrónico .....	29
3.4. Impacto na Economia e no Sistema Fiscal.....	30
3.5. Formas de comércio eletrónico .....	31
3.5.1. Cripto moedas .....	31
3.5.1.1. Vantagens do uso de cripto moedas no comércio eletrónico.....	32
3.5.1.2. Desvantagens e riscos.....	34
3.5.1.3. Efeito das cripto moedas na tributação do IRS, IRC e IVA .....	35
3.5.2. Marketplaces .....	36
3.5.3. Interfaces eletrónicas.....	38
4. Preocupações no controlo de transações de comércio eletrónico .....	40
4.1. Controlo pelo Banco de Portugal .....	40
4.2. Alterações nos direitos alfandegários.....	47
4.2.1. Regime de Balcão Único- OSS (One Stop Shop) .....	49

5.	Medidas de Combate à fraude e à evasão fiscal no comércio eletrónico .....	52
5.1.	A fraude ao IVA no comércio eletrónico .....	54
5.2.	A OCDE e a UE no combate à fraude e à evasão fiscal no comércio eletrónico .....	57
6.	O impacto da pandemia do COVID-19 no comércio eletrónico .....	61
CAPÍTULO II- ANÁLISE DE RELATÓRIOS.....		63
1.	Utilização do comércio eletrónico na UE e em Portugal .....	65
2.	Comércio eletrónico na pandemia do COVID-19 .....	70
3.	Os desafios do IVA no comércio eletrónico .....	72
4.	Fraude e evasão fiscal no comércio eletrónico.....	75
5.	Evoluções Recentes/ Perspetivas futuras .....	81
Considerações finais .....		83
Limitações e recomendações .....		85
Referências .....		86
Anexos .....		93

## **Lista de tabelas**

<b>Tabela 1:</b> Fraude no primeiro semestre de 2021, por instrumento de pagamento .....	44
<b>Tabela 2:</b> Fraude no segundo semestre de 2022, por instrumento de pagamento .....	45
<b>Tabela 3:</b> Fraude no primeiro semestre de 2021, por instrumento de pagamento .....	45
<b>Tabela 4:</b> Fraude no segundo semestre de 2022, por instrumento de pagamento .....	46
<b>Tabela 5:</b> Fraude no segundo semestre de 2023, por instrumento de pagamento .....	46
<b>Tabela 7:</b> Principais Infrações relativas a processos de contraordenação (CO) .....	76
<b>Tabela 6:</b> Principais Infrações relativas a processos-crime (CR) .....	76

## **Lista de Figuras**

<b>Figura 1:</b> Tipos de Comércio eletrónico .....	22
<b>Figura 2:</b> Comércio eletrónico nas empresas portuguesas .....	25
<b>Figura 3:</b> Perspetiva do consumidor .....	26
<b>Figura 4:</b> Vendas eletrónicas e volume de negócios das empresas, da UE, 2013 a 2023 .	65
<b>Figura 5:</b> O comércio eletrónico nas empresas portuguesas, 2015 a 2024.....	67

## **Lista de siglas e acrónimos**

ANACOM- Autoridade Nacional de Comunicações

ASAE- Autoridade de Segurança Alimentar e Económica

AT- Administração Tributária

B2B- Business to Business

B2C- Business to Consumer

BCE- Banco Central Europeu

BEPS- *Base Erosion and Profit Shifting* (Erosão de Base e Transferência de Lucros)

BP- Banco de Portugal

CbCR- *Country-by-Country Report* (Relatório País-por-País)

CIVA- Código do Imposto Sobre o Valor Acrescentado

CO- Processos de Contraordenação

COPE- Comunicação de Operações com o Exterior

CR- Processos Crime

CTT- Correios de Portugal

DAC 7- Sétima Diretiva sobre a Cooperação Administrativa

DCA- Cooperação Administrativa no Domínio da Fiscalidade

DG TAXUD- *Directorate-General for Taxation and Customs Union* (Direção-Geral da Fiscalidade e da União Aduaneira)

EBA- Autoridade Bancaria Europeia

ECOFIN- Conselho dos Assuntos Económicos e Financeiros

EEE- Espaço Economico Europeu

EM- Estados- Membros

EUROFISC- Rede Europeia de Cooperação entre as Administrações Fiscais dos Estados-Membros da União Europeia

EUROSTAT- Gabinete de Estatísticas da União Europeia

IOSS- *Import One Stop Shop* (Regime de importação)

IRC- Imposto Sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas

IRS- Imposto Sobre o Rendimento de Pessoas Singulares

IVA- Imposto Sobre o Valor Acrescentado

MOSS- Mini- Balcão Único

OCDE- Organização para a Cooperação do Desenvolvimento Económico

OSS- *One Stop Shop* (Regime de balcão único)

POS- Ponto de venda

SEBC- Sistema Europeu de Bancos Centrais

TCE- Tribunal de Contas Europeu

TIC- Tecnologias de Informação e Comunicação

UE- União Europeia

ViDA- IVA na Era Digital

## 1. Introdução

A rápida expansão da internet e das tecnologias de informação e comunicação (TIC) transformou profundamente a forma como a sociedade opera. Hoje, o uso destas tecnologias é indispensável e tornou-se parte integral da vida cotidiana, incluindo no comércio. No cenário atual, o comércio por via de plataformas eletrônicas, também designado por comércio eletrônico ou *e-commerce*, consolidou-se como uma das principais formas de transação comercial gerando um crescimento exponencial, permitindo que consumidores e empresas superem barreiras geográficas e realizem operações com facilidade e rapidez. No entanto, esta nova modalidade trouxe consigo a necessidade de criar mecanismos para fazer face as novas tendências, bem como evitar as complicações e desvios que possam surgir através das novas formas de comércio. É neste contexto que surge a ideia de aprofundar sobre o tema “O combate à fraude e à evasão fiscal decorrente da tributação do comércio eletrônico- Uma análise integrada”.

O crescimento acelerado do comércio eletrônico tem gerado preocupações por parte das autoridades fiscais, onde as transações eletrônicas frequentemente escapam do controle, proporcionando um ambiente fértil para quem explora lacunas na legislação para práticas de fraude e evasão fiscal.

A evasão fiscal através do comércio eletrônico é uma questão complexa e preocupante, que afeta tanto a arrecadação de impostos quanto a competitividade do mercado. Neste contexto, as administrações fiscais enfrentam o desafio de adaptar as suas práticas e legislações para acompanhar as peculiaridades do ambiente digital, na medida em que a exigência de regulamentações eficazes leva a que sejam mais complexas e amplas.

Devido ao processo de desmaterialização em curso, verifica-se alguma dificuldade no controlo do comércio eletrônico, e é neste sentido que favorece a fraude e evasão fiscal. Para tal os Estados têm vindo a criar e desenvolver um conjunto de mecanismos para evitar e ou minimizar esses riscos.

O processo de desmaterialização do sistema fiscal teve grandes impactos a nível da União Europeia (UE), permitindo com que houvesse uma grande expansão macroeconómica, e cada vez mais, é necessário implementar medidas para que possa haver melhor controle desse processo. A UE, reconhecendo o impacto destas mudanças, introduziu uma série de reformas para alinhar suas políticas fiscais ao ambiente digital, onde produtos e serviços são comercializados sem a presença física dos vendedores nos países de consumo. Um exemplo

dessas medidas foi a introdução do Balcão Único (OSS) em 2021, que simplifica o cumprimento das obrigações fiscais para empresas que operam internacionalmente, permitindo que o IVA seja liquidado no país de destino, diminuindo a burocracia e incentivando o cumprimento fiscal.

Neste contexto, esta dissertação propõe uma análise aprofundada dos principais desafios e oportunidades que as autoridades enfrentam para implementar uma tributação justa e eficaz no comércio eletrônico, e também propõe-se a analisar estratégias eficazes de combate à fraude fiscal no *e-commerce*, com enfoque nas diretrizes da União Europeia. Ao longo deste estudo, serão discutidos os esforços legislativos e tecnológicos empregados para combater a fraude e evasão fiscal, bem como as limitações enfrentadas pelas administrações fiscais.

### **1.1. Questão de Investigação**

As tecnologias digitais alcançaram um nível de avanço que transformou completamente a forma como as empresas e consumidores interagem, substituindo os encontros físicos por conexões virtuais. Essa evolução deu origem ao fenômeno do comércio eletrônico, onde as transações são realizadas em plataformas digitais que servem como intermediário entre o vendedor e o comprador.

De acordo com Roriz (2021), “as plataformas digitais funcionam como facilitadores de relacionamento, sendo sobretudo usadas como prestadores de serviços que ligam, através de uma plataforma eletrônica, o cliente ao fornecedor.”

Estas plataformas permitem que compras, vendas e prestação de serviços sejam realizadas com apenas um “clique”. No entanto, o volume de transações que ocorre nesse meio digital levanta uma questão crucial: onde e como esses valores devem ser tributados de forma justa e eficaz?

Diante deste contexto, surge a seguinte questão de investigação:

- Quais os principais desafios e estratégias adotadas pelas autoridades fiscais da União Europeia para garantir uma tributação eficaz e justa no comércio eletrônico, considerando a digitalização dos mercados e o combate à fraude e à evasão fiscal?

## **1.2. Objetivos de investigação**

O objetivo principal deste estudo passa por aprofundar a análise sobre as práticas e regulamentações fiscais voltadas ao comércio eletrónico, investigando as estratégias adotadas para combater a fraude e evasão fiscal e quais novas abordagens que podem ser implementadas para melhorar a eficiência e a eficácia tributária. Como objetivo secundário pretende-se analisar como as políticas fiscais de combate à fraude no *e-commerce* em Portugal se comparam com as de outros países da União Europeia.

A pesquisa visa identificar as lacunas e os avanços na tributação do comércio eletrónico, com o intuito de contribuir para um sistema tributário mais eficiente e justo, capaz de acompanhar a evolução do mercado digital e garantir a arrecadação adequada dos impostos devidos.

Em face ao exposto, surgem os seguintes objetivos específicos:

- Analisar o crescimento do comércio eletrónico na União Europeia e em Portugal, identificando os fatores que impulsionaram essa expansão;
- Examinar o impacto da pandemia da COVID-19 na intensificação do comércio eletrónico, avaliando as mudanças nos padrões de consumo e as adaptações necessárias nos sistemas fiscais;
- Investigar os desafios estruturais enfrentados na tributação do comércio eletrónico, especialmente no âmbito do IVA, analisando as dificuldades de arrecadação e fiscalização pelas autoridades tributárias;
- Avaliar a persistência da fraude e da evasão fiscal no comércio eletrónico, identificando as principais lacunas na regulamentação e nos mecanismos de controlo fiscal;
- Analisar as medidas e políticas implementadas pelas autoridades fiscais da União Europeia e dos Estados-Membros, verificando a sua eficácia na mitigação dos riscos de fraude e evasão fiscal;

## **1.3. Estrutura do trabalho**

Para uma melhor compreensão dos conteúdos abordados neste trabalho, optou-se por um enquadramento por partes.

Onde a primeira parte para além das partes pré textuais e pós textuais, encontramos uma nota introdutória que abrange a problemática que originou esta investigação, os objetivos que pretendemos alcançar, e a estrutura do trabalho.

Na segunda parte, encontra-se estruturada pelos seguintes capítulos:

CAPÍTULO I: Revisão bibliográfica que sustenta o tema pelo que, podemos encontrar tópicos, marcos históricos, definições, e a visão segundo alguns autores.

CAPÍTULO II: Onde desencadeia um estudo baseado em análise de dados e relatórios disponibilizados pela União Europeia e em Portugal, relativamente às várias questões relacionadas com o comércio eletrónico, e os vários desafios tanto económicos como fiscais, enfrentados ao longo dos anos, nomeadamente no período da pandemia de COVID- 19. Este capítulo é formulado basicamente para dar resposta à nossa questão de investigação e aos objetivos específicos.

Por fim apresentamos as considerações finais do que observamos ao longo do trabalho, onde propomos uma visão crítica, bem como as recomendações que podem ser seguidas em investigações futuras.

## **CAPÍTULO I- ENQUADRAMENTO TEÓRICO**

### **1. Revisão da literatura**

O contexto atual, nacional e internacional, revela cada vez mais a necessidade de uma especial atenção no que diz respeito as novas formas de transações comerciais, pelo que de acordo com Garcia (2013), “a internacionalização das transações e as dificuldades relativas ao seguimento do percurso das mesmas, são apenas alguns dos problemas que é preciso ter em conta e que aliás não são novos, mas cujas implicações aumentam ao mesmo tempo que aumenta o seu grau de dificuldade”.

A globalização e a desmaterialização da economia, produziu fortes impactos a nível da União Europeia, desde a livre circulação de pessoas, como também nas transmissões de bens e prestação de serviços intracomunitárias. Neste sentido, foi necessário tomar medidas a ponto de identificar o facto e a exigibilidade tributaria, a fim de fazer com que a obrigação tributaria seja cumprida assim como a arrecadação da receita para cada estado.

O preambulo da diretiva 2000/31/CE de 8 de junho de 2000, que aborda os aspetos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrónico, no mercado interno, descreve que “o objetivo de garantir o progresso económico e social da informação faculta oportunidades importantes de emprego na Comunidade, particularmente nas pequenas e médias empresas, e irá estimular o crescimento económico e o investimento na inovação por parte das empresas europeias e pode igualmente reforçar a competitividade da indústria europeia, contanto que a internet seja acessível a todos.”

De acordo com Laudon e Traver (2022), a internet é uma rede mundial de computadores, criada no final da década de 60, que foi construída sobre padrões comuns. Segundo os mesmos a internet tornou-se desde então na maior rede do mundo.

Por outras palavras Almeida (2010) aponta que, “a internet consiste num sistema de comunicação que liga milhões de utilizadores em todo mundo, possibilitando aos mesmos uma relação interpessoal (informação, transações, comunicação), em tempo real (on-line) à escala mundial (independentemente de fronteiras geográficas, políticas, culturais, etc.)”

Com o processo de globalização vemos a internet como uma grande rede comercial, oferecendo vantagens competitivas para o mundo dos negócios, na medida em que os desafios não se centram mais no espaço físico e geográfico, mas sim, em permanecer no mundo virtual.

Pertencer a este meio significa uma grande vantagem tanto para as empresas, como para os consumidores finais, pois estes podem adquirir produtos e ou serviços de qualquer parte do mundo sem necessidade de deslocação.

A acessibilidade da internet para todos, trouxe às empresas novos desafios, pelo que começaram a ver novas oportunidades de crescimento, aproveitando as novas tecnologias para comercializar os seus produtos e serviços, ultrapassando as barreiras que dificultavam o relacionamento entre vendedores e compradores. Surgiu assim uma nova forma de vender e comprar- O comércio eletrônico- que segundo Dâmaso (2004, as cited in Tavares 2007) “se tem convertido num fator fundamental de competitividade e num fortíssimo indutor de produtividade para a generalidade das empresas”.

Entende-se por comércio eletrônico todas as operações de compra e venda efetuados por via da internet, independentemente do sistema de pagamento escolhido e do produto ou serviço solicitado. Neste sentido Tavares (2007) afirma que “o comércio eletrônico possibilita que qualquer empresa possa operar diretamente em qualquer país do mundo, sem necessidade da presença de qualquer estrutura física ou humana e sem necessidade de intermediários ou agentes”.

Como o comercio eletrônico tem a possibilidade de ser feito em qualquer parte do mundo através de canais eletrónicos, existe mais facilidade no risco de fraude e evasão fiscal, na medida em que ainda existe a necessidade de melhorar muitos aspetos fiscais no que tange ao controlo desta atividade, a fim de minimizar estes riscos (Garcia, 2013).

A evasão fiscal é considerada por Lourenço (2000), como sendo um “fenómeno que se traduz num conflito de interesses entre o contribuinte e a administração fiscal, uma vez que o contribuinte pretende minimizar a sua carga fiscal contrariando o próprio sistema e o fisco”.

Neste sentido, podemos referir que verifica-se uma prática de evasão fiscal quando através de uma operação, ou um conjunto de operações se tenta evitar ou reduzir o imposto devido em resultado da ocorrência do facto gerador.

Dado que as transações de comércio eletrônico são atividades comerciais dando origem a um facto gerador tal como qualquer outra atividade comercial, podem estar sujeitas à prática da evasão fiscal.

Um outro meio de evitar o pagamento de impostos é através de atos de fraude, ou seja, infringindo a lei de forma proposital em benefício próprio. De acordo com Reis (2018) a fraude

fiscal “implica a participação ou criação de um esquema ilícito ou de má-fé, que tem por objetivo proporcionar ganhos pessoais aos seus participantes”.

Do ponto de vista de Laudon e Traver (2022), a maioria das pessoas ficam felizes quando descobrem que não é necessário pagar impostos sobre produtos ou serviços que vendem ou compram pela internet, mas poucos são os que consideram as consequências que o não cumprimento das obrigações fiscais pode causar. Ou seja, muitas das vezes o ato de fraude ou evasão fiscal é cometido de forma subentendida que nem o infrator sabe que o está a cometer. Estes autores afirmam que “nos últimos anos os governos têm sofrido uma crise orçamental persistente. (...) À medida que o comércio eletrônico se estabelece com uma percentagem cada vez maior, os governos de todo mundo estão a colocar os pés no chão para exigir receitas fiscais sobre todas as transações online”.

Com os avanços da tecnologia e com a facilidade de obter qualquer produto ou serviço independentemente da situação geográfica, as pessoas começaram a aproveitar as lacunas existentes na lei. A dificuldade dos Estados em monitorizar rendimentos que são obtidos noutro país que não o de residência, é um exemplo evidente dessa problemática. Essa situação permite que indivíduos ou empresas explorem lacunas da capacidade estatal de verificar a sua verdadeira situação contributiva, recorrendo a práticas ilícitas ou de evasão fiscal para evitar a tributação dos seus rendimentos.

Neste contexto torna-se necessário a implementação de medidas, de modo a controlar e pôr um ponto final nas práticas de fraude e evasão fiscal que surgem através de operações de comércio eletrônico, com o objetivo de garantir uma tributação justa e eficiente dos rendimentos de acordo com as disposições legais.

## **2. À fraude e à evasão fiscal**

O desenvolvimento das tecnologias digitais faz parte da nova realidade a nível mundial, o que constitui um facilitador no que tange à melhoria dos serviços fiscais. No entanto a proliferação de cadeias de valor obscuras no ambiente digital representa um desafio crescente para os governos, na medida em que plataformas e ferramentas eletrónicas facilitam a criação de relações que escapam ao escrutínio das autoridades fiscais, prejudicando a arrecadação de impostos e a garantia de uma tributação justa dos mesmos (Raikov, 2021).

De acordo com Raikov (2021), “uma dificuldade particular para a tributação é o aumento das transações não controladas e dos ativos intangíveis. A sociedade de consumo conjunto está a aprender a reduzir a base tributária. As empresas estão a livrar-se dos intermediários, a excluir o regulador estatal, a evitar a dupla tributação e a cometer evasão fiscal”.

Nestas condições as autoridades fiscais necessitam aumentar as suas políticas de fiscalização e controlo a fim de prevenir e evitar que as empresas, bem como as pessoas singulares, não cometam fraudes nem evasão fiscal, o que não tem sido uma tarefa fácil para a UE nem para os Estados Membros, que não têm medido esforços para minimizar tais acontecimentos.

Lourenço (2000), define evasão fiscal como um “fenómeno que se traduz num conflito de interesses entre o contribuinte e a administração fiscal, uma vez que o contribuinte pretende minimizar a sua carga fiscal contrariando o próprio sistema e o fisco”

Já na opinião de Pereira (2009), “as modalidades de evasão fiscal são constituídas pelos atos e contratos atípicos ou anormais que têm por objetivo (...), a diminuição dos impostos a pagar. As práticas evasivas aproveitam-se com frequência de lacunas da lei.”

Verifica-se que a evasão fiscal é um fenómeno pela qual o contribuinte entre em situação de conflito com a administração fiscal, pelo fato de tentar diminuir a sua carga fiscal transgredindo leis fiscais, ou seja, são situações que não estando claras na lei, ou que não se percebe se a operação é abrangida ou não pela lei, o contribuinte escolhe o entendimento que lhe é mais favorável.

Por outro lado, considera-se fraude fiscal em IVA (Imposto sobre o valor Acrescentado) todos as operações que “exploram as oportunidades oferecidas pelo comércio eletrónico, a fim de obterem vantagens indevidas no mercado, contornando as suas obrigações do IVA”.<sup>1</sup>

Lourenço (2000) mostra-nos que a fraude fiscal pode ter lugar na “ocultação de fatos ou valores não declarados e que devem ser revelados à administração fiscal.”

Por outro lado, conforme descrito por Rafael (2011), a fraude fiscal pode ser realizada das seguintes formas:

“Ocultação ou alteração dos registos contabilísticos e das declarações fiscais, com o objetivo de obter benefícios fiscais mediante a diminuição do valor a pagar do imposto; Ocultação de factos ou valores à administração tributária. Uma empresa que não fatura parte das suas transmissões de bens ou prestação de serviços, está a ocultar transações económicas e, por sua vez, a defraudar o Estado ao não liquidar o imposto que lhe é devido. Celebração de negócio simulado, quer quanto ao valor, quer quanto à natureza, quer por interposição, omissão ou substituição de pessoas. Enquadra-se aqui o caso das faturas falsas, que são utilizadas para encobrir uma infração fiscal, servindo como um suporte documental para a dedução de IVA ou para diminuir o Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Coletivas (IRC) a pagar”.

Parafraseando Abreu (2020), a fraude e evasão fiscal estão num nível tão avançado que não estão apenas a crescer, como também representam um valor significativo na perda da receita fiscal em todo o mundo e isto acontece, principalmente, com a internacionalização e as novas formas de fazer negócios.

De todos os impostos existentes o IVA é o único imposto que é passível de ser arrecadado pelo Estado através de operações de comércio eletrónico que traz mais preocupações à UE no que respeita à sua vulnerabilidade a fraudes e evasão. Muitas são as perdas apuradas nos últimos anos devido à fraudes e evasão fiscal.

Num estudo apresentado por Hangáčová e Strémy (2018), estes demonstram que “as maiores evasões fiscais na União Europeia são representadas por fraudes ao imposto sobre o valor acrescentado”. Por exemplo “a Bulgária estima perdas por fraude ao IVA em 400 milhões de euros anuais e a melhor política relativa ao combate à fraude ao IVA na UE pode ser encontrada no Luxemburgo, com uma perda de 1% na obrigação fiscal teórica”

O imposto devido em operações de comércio eletrónico deve ser similar ao imposto devido em uma operação de comércio comum, pois todo o tipo de comércio deve ser tributado de acordo

---

<sup>1</sup> Dossiê interinstitucional: 2018/0413 (CNS)- União Europeia ([eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST\\_14128\\_2019\\_INIT](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST_14128_2019_INIT))

com as regras vigentes no Estado onde é efetuado. Mas atualmente, observa-se que, quanto mais os contribuintes conseguem ocultar ou sonegar os rendimentos provenientes deste tipo de comércio, mais estratégias são desenvolvidas para contornar as leis fiscais e evitar a sua devida aplicação.

### **3. O comércio eletrônico**

O comércio eletrônico, mais conhecido nos dias de hoje como “*e-commerce*”, não é algo recente. O seu aparecimento surgiu há vários anos, como fruto da globalização das tecnologias de informação e comunicação, bem como com a expansão da internet a nível mundial.

Tal como alega Tian (2007), o comércio eletrônico foi possível graças ao *Development of Eletronic data Interchange (EDI)*, (programa desenvolvido nos meados de 1960 pelas empresas como forma de se livrar dos documentos em formato papel) “quando acontecia trocas de documentos comerciais de um computador para outro em formato padrão”.

Com o desenvolvimento acelerado das tecnologias de informação e a crescente acessibilidade da internet, pode-se afirmar que o comércio eletrônico está a dominar uma parcela significativa da economia global. Isso resultou em grandes transformações nas formas tradicionais de prestação de serviços e vendas à distância, que, embora existam há bastante tempo, anteriormente demoravam mais para alcançar o consumidor final. Hoje, graças aos canais eletrônicos, essas operações são realizadas de forma mais rápida, eficiente e segura.

A literatura existente define o *e-commerce* de diversas formas diferentes, pelo que de acordo com Balarine (2002 as cited in Tavares 2018) o comércio eletrônico são apenas “transações que ocorrem via internet através da ligação entre compradores e vendedores”.

Já Laudon e Traver (2022, p. 45), vão mais afundo no seu conceito afirmando que “o comércio eletrônico envolve o uso da internet, de aplicativos e navegadores móveis executados em dispositivos móveis para realizar transações comerciais”. Por outras palavras os mesmos autores apontam que “o comércio eletrônico pode ser definido como transações comerciais habilitadas digitalmente entre organizações e indivíduos”

Por outro lado, O’Brien e Marakas (2007 as cited in Tavares 2018) “defendem que o comercio eletrônico é mais do que comprar e vender produtos online”, apontando que tais operações envolvem todo o processo desde o seu desenvolvimento, marketing, venda, entrega e pagamento do produto ou serviço transacionado através de sistemas digitais.

Face ao referido acima, podemos concluir que o comércio eletrônico compreende muito para além de uma simples transação por meio de canais eletrônicos, pois na sua essência estão valores agregados tais como a forma como é feita, com quem ela é feita e quando é feita.

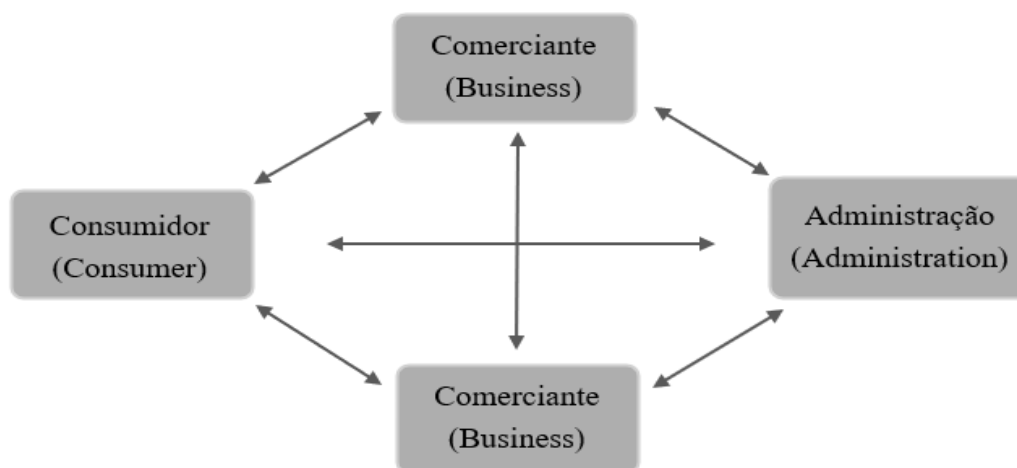
De acordo com Roriz (2021) o comércio eletrônico pode ser dividido em duas modalidades “o comércio eletrônico “on-line” através do qual se fazem encomendas de produtos e serviços, que podem ser vendidos e entregues utilizando exclusivamente a rede, e o comércio eletrônico “off-line” através do qual se procede à encomenda de produtos publicitados e vendidos através de catálogos eletrônicos, mas que têm de ser fisicamente remetidos aos adquirentes ou destinatários pelos canais tradicionais de distribuição, designadamente serviços postais e empresas de transporte”.

O comércio eletrônico engloba todo o processo ligado à compra e venda de um produto ou serviço, desde o seu preparo, divulgação e marketing até à chegada ao consumidor final, oferecendo vantagens como o alcance de novos mercados e novos clientes, não se limitando a apenas uma região geográfica, pelo que oferece oportunidades de fazer operações de comércio para qualquer parte do mundo.

### **3.1. Modalidades de Comércio eletrônico**

Vários autores têm destacado diversas modalidades para caracterizar o comércio eletrônico baseando-se para tal no setor de atividade de atuação, nas formas de transação utilizadas, nos meios utilizados para as transações, ou nos intervenientes envolvidos no processo. Todavia, o que vem sendo mais referido pela literatura, é baseado nos tipos de intervenientes envolvidos no processo.

As formas mais comuns de classificação de acordo com a literatura existente englobam:



*Figura 1: Tipos de Comércio eletrônico*

**Fonte:** ANACOM (2004, p. 20) -Adaptado

Podemos dizer que das modalidades acima mencionadas, a mais significativa para a nossa análise se centra em dois tipos de comércio eletrônico baseado nos intervenientes nas transações, o Business-to-Business (B2B) ou seja operações entre sujeitos passivos e o Business-to-Consumer (B2C), operações com particulares.

### **3.1.1. Business-to-Business (B2B)**

Este tipo de comércio refere-se a um modelo de negócios em que transações comerciais são realizadas entre empresas, em vez de envolverem consumidores finais. Esse tipo de comércio pode abranger a venda de produtos, serviços, ou soluções empresariais e é comum em indústrias onde as empresas compram bens ou serviços para uso interno, revenda ou produção.

De acordo com a ANACOM (2004), o comércio B2B, representou em 2004, cerca de 90% do comércio eletrônico realizado em Portugal, ultrapassando assim as outras formas de comércio eletrônico.<sup>2</sup>

Estes dados comprovam que nesta época os consumidores particulares ainda não realizavam muitas transações de comércio eletrônico pois, a maioria do comércio por via eletrónica era realizada pelas empresas. Dados estes, que têm vindo a mudar com o passar dos anos. De acordo com estudos feitos pela ANACOM, durante o ano de 2022, 7,1% das empresas em Portugal realizaram comércios B2B. Ou seja, verificamos que a modalidade B2B já não é dominante do comércio eletrônico português. Já a nível mundial Laudon e Traver (2022) apontam que só em

---

<sup>2</sup> Dados publicados pela ANACOM, em 2004 “O Comércio eletrônico em Portugal - O quadro legal e o negócio”. Disponível em [www.anacom.pt](http://www.anacom.pt) 16-04-2024

2020 o B2B totalizou cerca de 27 bilhões de dólares, sendo esta apenas uma pequena parcela do comércio B2B total, que permanece na sua maior parte não automatizado.

Vários autores incluindo a ANACOM, destacam que o comércio B2B encontra-se subdividida em 3 áreas: *e-Marketplaces*, *e-Procurement* e *e-Distribution*.

Os *e-Marketplaces* consistem em meios eletrônicos através dos quais as empresas se servem para interagirem entre si, tanto como adquirentes ou como vendedores, com o objetivo único de estabelecer laços comerciais entre si.<sup>3</sup>

Os *e-Procurements* resumem-se a plataformas digitais desenvolvidas para facilitar o provisionamento das empresas, dando lugar a otimização da cadeia de fornecimento através de redução de custos e de tempo, por interações com suas redes de fornecedores.<sup>4</sup>

Os *e-Distributions* traduzem-se em plataformas digitais que têm por objetivo de integrar as empresas com os respectivos distribuidores e filiais, no sentido de tornar mais amplas as suas tarefas, tais como a emissão de faturas até à receção da mercadoria.<sup>5</sup>

O comércio B2B, está estritamente relacionado com a localização das transmissões de bens, na medida em que estas, devem ser por regra geral, na opinião de Seixas (2022), no local onde se encontrem os bens aquando do início da expedição ou transporte, ou também no momento em que são postos à disposição do adquirente, caso não haja transporte. Isto resulta também da regra aplicada a localização das operações presente no art. 6º nº 1 do código do IVA.

De acordo com Seixas (2022), a localização das operações entre sujeitos passivos- B2B podem ser distribuídas pelas seguintes classificações:

- Aquisições por via eletrónica efetuadas por sujeitos passivos nacionais a fornecedores comunitários
- Aquisições por via eletrónica efetuadas por sujeitos passivos nacionais a fornecedores não comunitários
- Transmissões por via eletrónica efetuadas por sujeitos passivos nacionais a sujeitos passivos comunitários
- Transmissões por via eletrónica efetuadas por sujeitos passivos a clientes não comunitários.

---

<sup>3</sup> (ANACOM, 2004)

<sup>4</sup> *ibidem*

<sup>5</sup> *ibidem*

O Business-to-business, apesar de ser uma modalidade de comércio que tem vindo a ser realizado desde vários anos, tem se expandido cada vez mais e com os avanços dos recursos tecnológicos tem proporcionado às empresas inúmeras formas de expansão, criando motivações para a inovação, de modo a torná-los mais competitivos a fim de os preparar para enfrentar os desafios decorrentes do processo de globalização.

### **3.1.2. Business-to- Consumer (B2C)**

O B2C caracteriza-se pelas relações comerciais entre empresas e o consumidor final. É nesta modalidade de comércio eletrônico que se enquadram as vendas realizadas pela internet recorrendo a lojas virtuais, sites webs, redes sociais, ou até mesmo centros comerciais.

O B2C por vezes pode ser considerado mais dinâmico e mais fácil como também mais aleatório ou descontinuado. (ANACOM, 2004),

Segundo Laudon e Traver (2022), este é o tipo de comércio eletrônico geralmente mais conhecido, pelo que neste caso as empresas online tentam alcançar consumidores individuais. “O comércio B2C inclui compras de bens a retalho, viagens, finanças, imóveis e outros tipos de serviços e conteúdo online.”

Este tipo de comércio quando comparado com o comércio tradicional, pode oferecer melhores vantagens no que diz respeito à escolha do produto, o tempo de decisão ou à facilidade de pagamento, etc. Ou seja, pode traduzir-se numa experiência de compra mais agradável e confortável para o consumidor, garantindo uma maior rapidez na satisfação em relação ao produto. Todavia, é um ambiente mais vulnerável a fraudes e inseguranças, que cada vez mais tem sido uma preocupação constante no que respeita a soluções para minimizar tais adversidades.

O comércio eletrônico B2C tem-se tornado cada dia mais evoluído devido aos avanços tecnológicos, criando assim mecanismos de aproximação cada vez maior do consumidor final ao produto ou serviço desejado, esteja ele localizado em qualquer parte do mundo.

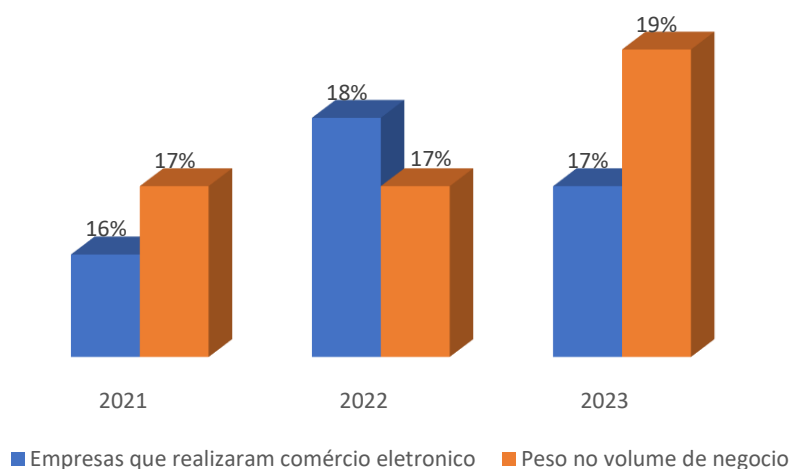
### 3.2. O comércio eletrônico em Portugal

Em Portugal, tal como nos outros países da União Europeia, o comércio eletrônico tem vindo a ganhar terreno levando cada vez mais utilizadores a aderirem ao comércio por via eletrónica.

Estudos feitos pela ANACOM demonstram que o comércio eletrônico em Portugal tem ganho uma importância significativa nos últimos anos, tanto pelo lado do consumidor como pelo lado das empresas, contribuindo assim para o aumento do volume de negócios anual.

De acordo com os dados disponibilizados por esta fonte, em 2023, cerca de 17% das empresas portuguesas venderam ou receberam bens e/ou serviços através de transações por via eletrónica, dados estes que representam -1,4 pontos percentuais (p.p.) em relação ao ano anterior (2022), que por sinal tinha aumentado 2 p.p. com relação a 2021, levando em consideração que estes dados segundo a ANACOM representam apenas as empresas cuja encomenda equivale a pelo menos 1% do total do volume de negócios.

A figura que se segue demonstra a evolução do comércio eletrônico nas empresas portuguesas evidenciando assim o peso no volume de negócio anual.



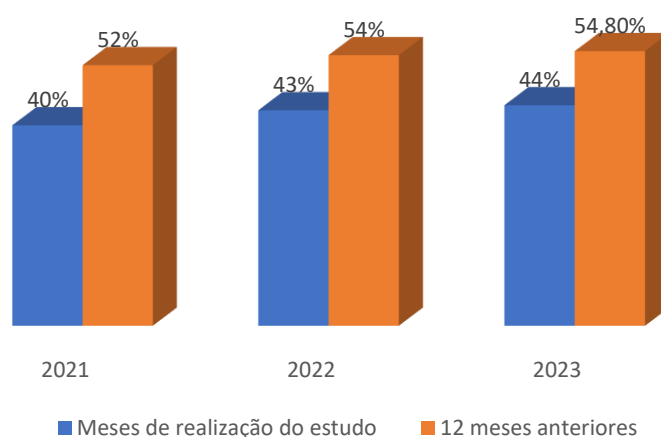
*Figura 2: Comércio eletrônico nas empresas portuguesas*

**Fonte:** Elaboração própria, (baseado em dados da ANACOM)

Relativamente aos indivíduos portugueses, os estudos da ANACOM constataam que em 2023 cerca de 44% da população residente em Portugal entre os 16 a 74 anos efetuaram compras ou receberam encomendas por via de canais eletrónicos, o que representa mais 1,3 p.p. em relação ao ano anterior, isto considerando os últimos três meses anteriores a realização do inquérito (inquéritos realizados entre maio e setembro). Tendo em conta os últimos doze meses verifica-

se que em 2023 não houve um grande aumento em relação ao ano 2022, tendo totalizado 54,8% os residentes que efetuaram operações de comércio eletrónico, tendo este aumentado apenas 0,8 p.p. com relação ao ano anterior.

Pode-se assim dizer que não houve grandes oscilações relativamente a evolução do comércio eletrónico na perspetiva do consumidor, do ano de 2022 para 2023 tendo em conta que em 2022 tinha aumentado 2 p.p. com face ao ano de 2021. (Ver figura).



*Figura 3: Perspetiva do consumidor*

**Fonte:** Elaboração própria, (baseado em dados da ANACOM)

A figura compara a taxa de evolução do comércio eletrónico na perspetiva do consumidor em dois períodos distintos, onde as barras azuis englobam os meses de realização do estudo compreendidos entre maio e setembro, e pelas barras laranjas que englobam os 12 meses anteriores à realização do estudo. O que se verifica no gráfico é que o comércio eletrónico tem crescido ao longo dos anos, tanto na média anual quanto nos meses de aplicação do estudo. No entanto, em todos os anos analisados (2021-2023), a taxa de adesão ao comércio eletrónico foi maior no período dos 12 meses anteriores do que nos meses de maio a setembro.

Apesar disso, a diferença entre os dois períodos vem diminuindo com o tempo, indicando que o uso do comércio eletrónico entre maio e setembro está a aproximar-se da tendência anual.

O comércio eletrónico em Portugal tem crescido a um ritmo acelerado nos últimos anos, sendo possível que tal possa ser resultado da pandemia da COVID-19 e pela crescente adesão dos consumidores às compras online<sup>6</sup>. Um estudo realizado por Sismeiro (2023) evidencia que em

<sup>6</sup> [https://www.bancobpi.pt/contentservice/getContent?documentName=PR\\_WCS01\\_UCM01192483](https://www.bancobpi.pt/contentservice/getContent?documentName=PR_WCS01_UCM01192483) 03-03-2025

2023, “o mercado português de e-commerce atingiu um valor de 7,13 mil milhões de euros, com previsões de crescimento para 9,3 mil milhões de euros em 2025”. Isto prova que cada vez mais o comércio eletrônico está a transformar-se numa ferramenta poderosa que pode ajudar as empresas portuguesas a expandirem o seus negócios, alcançando novos e potenciais clientes e consequentemente ampliando as suas vendas.

### **3.2.1. Principais desafios do comércio eletrônico em Portugal**

A rápida evolução do cenário digital está a redefinir o comércio eletrônico em Portugal, oferecendo um leque de possibilidades e oportunidades para os negócios abrangendo todos os setores. No entanto, o sucesso depende da capacidade de as empresas se adaptarem às novas tecnologias e às novas exigências dos consumidores que estão cada vez maiores. Cabe a cada interveniente que, quer evoluir no mercado eletrônico, acompanhar e adaptar-se às novas exigências do mercado, fazendo face aos desafios que com ele vêm.

O primeiro desafio que se pode elencar no que respeita ao comércio eletrônico é desde logo as novas tecnologias, sobretudo pelo avanço que estas têm tido nestes últimos anos. Acompanhar o ritmo da evolução tecnológica não constitui uma tarefa fácil, embora já existam vários recursos que o possam facilitar, ainda há uma certa resistência no que diz respeito ao acompanhamento dos avanços tecnológicos tanto por parte dos vendedores como pelos consumidores. Deste modo, na opinião de Francisco (2021) a existência de constrangimentos tecnológicos como Bugs, instabilidades de rede e outros desafios técnicos podem interromper o fluxo de compra, frustrar os consumidores e gerar uma perceção negativa da marca. A repetição de processos, a impossibilidade de acesso à plataforma e a perda de dados podem levar ao abandono da compra no meio do processo e à perda de clientes, impactando diretamente os resultados financeiros da empresa.

Para o autor acima mencionado, para solucionar este problema “as empresas têm de ter bons servidores de forma que estes problemas não sejam tão suscetíveis de acontecer. No entanto, para uma empresa não ter problemas técnicos relacionados com as tecnologias necessita de fazer investimentos a nível tecnológico (...), de forma que o comércio eletrônico funcione da melhor forma e com qualidade para conseguir satisfazer as necessidades dos consumidores.”

Outro desafio que se identifica é a segurança digital, pois ainda existe o receio de que os dados do cliente possam ser comprometidos ou de que o site não seja confiável. Neste sentido o

objetivo principal do vendedor é assegurar de que os meios utilizados para venda são confiáveis a fim de passar confiança e segurança para o seu cliente, bem como assegurar de que os dados do cliente estejam protegidos sobre quaisquer riscos. Um exemplo disto é o fato de “algumas empresas funcionarem somente online o que não garante ao consumidor a existência real da empresa podendo causar alguma desconfiança no consumidor.” (Francisco, 2021).

Uma das formas de evitar que este seja um problema para as empresas é utilizar os meios de certificação disponibilizados pelo governo português ou seja utilizar programas certificados e reconhecidos pela lei.

Por outro lado, existem os desafios ligados à tributação do comércio eletrônico. De acordo com Tavares (2007) “este ambiente eletrônico obriga a repensar diversos aspetos relacionados com a fiscalidade nomeadamente quanto à tributação do rendimento e do consumo, eficácia da atuação das administrações fiscais, novas necessidades no desenvolvimento de auditorias digitais, complexidade na análise dos preços de transferência e aumento do risco de práticas de concorrência fiscal prejudicial.”

A tributação do comércio eletrônico traz novos desafios à administração fiscal, visto que as transações são exclusivamente online sem ter nenhuma existência física, ou seja, a intangibilidade das transações digitais dificulta a determinação da base tributável, a localização do sujeito passivo e a aplicação das normas de tributação corretamente, tanto no âmbito da tributação direta quanto da indireta. Além disso, a natureza transfronteiriça de muitas transações digitais exige a cooperação entre as autoridades fiscais de diferentes países, tornando a fiscalização um desafio ainda maior (Almeida, 2010).

Neste caso, cabe à administração tributaria criar soluções tanto através de legislação como através de programas de certificação e controlo, a fim de identificar da melhor forma possível as transações feitas por meio do comércio eletrônico, com o intuito de arrecadar de forma correta e justa o imposto que é devido e também de forma a evitar que haja fraudes e ou evasão fiscal.

Em suma, identifica-se que o mercado português tem um grande potencial para o crescimento a nível de comércio eletrônico, desde que o foco seja impulsionado em acompanhar as novas tendências tecnológicas, acompanhar as exigências do mercado e por último, não menos importante, contribuir para que as receitas do Estado sejam preservadas, contribuindo para o cumprimento fiscal.

### 3.3. Regras para a tributação do comércio eletrónico

A tributação do comércio eletrónico tem vindo a adaptar-se ao longo dos tempos no que diz respeito às regras de tributação em sede do IVA, pelo que de acordo com Pereira E. (2021), no que diz respeito aos últimos desenvolvimentos, estes visam “modernizar as regras do IVA aplicáveis ao comércio eletrónico transfronteiriço, assegurando maior neutralidade no tratamento das empresas estabelecidas na UE e introduzir mecanismos de simplificação do cumprimento das obrigações em sede do IVA”

As regras aplicáveis ao comércio eletrónico dependem dos tipos de operações, da sua localização, da identificação do vendedor e do adquirente para caracterizar o tipo de transação.

Neste sentido, em 1 de julho de 2021, entrou em vigor, em resultado da transposição da diretiva 2006/112/CE, normas que impõem novas regras em sede do IVA aplicáveis às operações de comércio eletrónico.

Estas alterações incluem a eliminação da isenção do IVA na importação de pequenas encomendas de valores até €22 passando estas a serem sujeitas ao IVA independentemente do seu valor. Estas alterações também incluem a simplificação no cumprimento das obrigações declarativas e de pagamento do imposto. Por outro lado, constata-se que não houve alterações relativamente a isenção para as remessas de particular a particular cujo valor não exceda os €45 prevista no Decreto-Lei n.º 398/86, de 26 de dezembro.<sup>7</sup>

O preâmbulo do ofício circulado nº 30238 de 25 de junho de 2021 ressalva que “as principais alterações introduzidas respeitam ao regime aplicável às vendas à distância de bens na comunidade, ao tratamento da importação, à definição do papel das interfaces eletrónicas, e a criação de um regime de balcão único para as vendas à distância de bens importados”.

Anteriormente, as vendas à distância de bens eram tributadas no Estado Membro do vendedor. Com a nova regulamentação, a regra geral é que a tributação ocorra no Estado Membro de destino, onde os bens são recebidos pelo comprador. Essa mudança visa garantir que o IVA seja cobrado no país onde o consumo final acontece, de forma mais justa e transparente.

Neste sentido é introduzido o conceito de vendas a distância de bens importados que se refere a vendas de bens importados de países fora da UE para consumidores finais dentro da UE.

---

<sup>7</sup> AT- Novas regras aplicáveis no comércio eletrónico (E-Commerce) [Orientações \(portaldasfinancas.gov.pt\)](https://portaldasfinancas.gov.pt) 20/06/2023

Nesses casos, a tributação também ocorrerá no Estado Membro de destino, simplificando o processo para empresas que vendem produtos importados online.

De acordo com o manual de notas explicativas da União Europeia as novas regras colocam fim à vantagem competitiva injusta que as empresas de países terceiros desfrutavam antes de 2021, quando não eram obrigadas a cobrar IVA, pelo que se tornará mais fácil e menos dispendioso para as empresas venderem em toda a UE, o que impulsionará o crescimento do comércio eletrônico, simplificando as obrigações em matéria do IVA, promovendo a justiça fiscal e uma concorrência leal.

### **3.4. Impacto na Economia e no Sistema Fiscal**

O crescimento do comércio eletrônico na União Europeia (UE) tem gerado um impacto significativo tanto na economia quanto nas receitas fiscais dos Estados-Membros. A rápida expansão das transações digitais representa uma oportunidade de crescimento econômico, permitindo que as empresas alcancem consumidores em diferentes países de maneira eficiente e acessível. No entanto, essa evolução também apresenta desafios para os sistemas fiscais, uma vez que as características do *e-commerce*, como a natureza transfronteiriça e a facilidade de transações online, dificultam o rastreamento e a tributação dessas operações. Não se pode negar também que o impacto provocado pela pandemia de COVID-19 também ajudou a contribuir para aumentar os desafios ao sistema tributário, na medida em que as transações eletrônicas tenderam a aumentar a partir deste período.

Do ponto de vista de Pereira R. C. (2021), “pela necessidade perpétua de arrecadação de receita, reforçada pela despesa pública excepcional provocada pela COVID-19, os Estados manifestam, mais do que nunca, a preocupação em atualizar os seus sistemas tributários de modo a satisfazer os cofres públicos e alcançar uma mais equitativa justiça e neutralidade fiscal.”

Para a Comissão Europeia<sup>8</sup>, o impacto do *e-commerce* nas receitas fiscais revela a necessidade urgente de sistemas tributários adaptados às transações digitais. A ausência de políticas eficazes de fiscalização e tributação para o comércio eletrônico tem gerado uma perda significativa de receitas, enfraquecendo a sustentabilidade fiscal dos países da UE e comprometendo a sua capacidade de financiar serviços públicos essenciais. Neste contexto, a Comissão destaca que

---

<sup>8</sup> [https://www.eca.europa.eu/lists/ecadocuments/sr19\\_12/sr\\_e-commerce\\_vulnerability\\_to\\_tax\\_fraud\\_pt.pdf](https://www.eca.europa.eu/lists/ecadocuments/sr19_12/sr_e-commerce_vulnerability_to_tax_fraud_pt.pdf)  
20/06/2023

a evasão fiscal no *e-commerce* cria lacunas fiscais que prejudicam a equidade do sistema, beneficiando empresas que operam fora dos padrões de conformidade fiscal.

Smith e Keen (2007) nos estudos que fizeram, exploram o impacto da fraude e evasão fiscal no comércio eletrônico e como este contribui para a complexidade deste fenómeno. Estes autores discutem sobre a importância de um sistema de fiscalização eficaz para minimizar as perdas fiscais no *e-commerce*, especialmente de impostos como o IVA. Neste sentido afirmam que “a distribuição do risco de execução dos impostos pode, assim, reduzir a exposição global do sistema fiscal as perdas de receitas resultantes de evasão”.

Deste modo, o impacto do *e-commerce* na economia e nos sistemas fiscais reforça a importância de políticas fiscais adaptadas ao ambiente digital para assegurar uma arrecadação da receita justa e eficaz. Neste sentido, verifica-se que a tributação adequada do comércio eletrônico é essencial para manter a competitividade das empresas de forma justa, eliminando quaisquer lacunas que possam facilitar operações fraudulentas, e ao mesmo tempo que protege a integridade dos sistemas fiscais garantindo que todos os intervenientes no mercado contribuam de maneira justa e correta para a arrecadação da receita pública.

### **3.5. Formas de comércio eletrônico**

#### **3.5.1. Cripto moedas**

As cripto moedas ou mais conhecidas por dinheiro virtual, são formas de dinheiro que existem apenas no mundo virtual que utiliza criptografia para garantir a segurança nas transações. Conforme aponta Silva e Braga (2022) “uma cripto moeda consiste em ativo virtual destinado a cumprir as funções de moeda- unidade de conta, meio de troca e reserva de valor armazenados no sistema criado, que tem como características principais a descentralização e a criptografia”.

Diferentemente das moedas tradicionais as cripto moedas não são emitidas por bancos centrais e nem são passíveis de serem facilmente tocadas como uma outra moeda qualquer. A respeito disto a OCDE acrescenta que “ao contrário dos produtos financeiros tradicionais, as cripto moedas podem ser transferidos e mantidos sem a intervenção de intermediários financeiros tradicionais, como os bancos e sem que nenhum administrador central tenha total visibilidade

das transações realizadas”<sup>9</sup>. Por outro lado, estas têm uma probabilidade estatística maior de fraudes quando são movimentadas em relação à moeda tradicional.

O fenómeno das cripto moedas tem ganho um espaço significativo no mercado digital, tornando-se numa das formas mais populares de comércio eletrônico, o que levou a desencadear um enorme interesse tanto a nível nacional como a nível mundial, abrindo caminhos para novos desafios, bem como novas formas de obter rendimentos, consequentemente torna-se mais vulnerável às fraudes e à evasão fiscal.

Do ponto de vista de Costa (2018)

“A novidade da cripto moeda não reside no fato de ser virtual ou eletrónica, uma vez que grande parte do dinheiro é virtual, quer no sentido de não estar traduzido em moedas e notas, quer no de não corresponder a riqueza real. Há já alguns anos que o dinheiro se traduz em códigos, mas a cripto moeda é muito mais que códigos, é um desvio ao sistema bancário, uma disrupção ao monopólio de criação e distribuição de dinheiro dos bancos centrais e da banca comercial.”

O comércio eletrônico através de cripto moedas segundo Silva e Braga (2022) irá “permitir transações com menores custos, maior rapidez e privacidade entre as partes, eliminando intermediários e facilitando, inclusive, transações internacionais”. No entanto, com a rápida repercussão no mundo virtual este tem desencadeado grandes desafios para os utilizadores, na medida em que a fraude neste setor tem aumentado cada vez mais, e consequentemente torna um desafio para as autoridades fiscais no que respeita ao incremento de medidas para evitar fraudes e evasão fiscal.

### **3.5.1.1. Vantagens do uso de cripto moedas no comércio eletrônico**

A digitalização da moeda tradicional para as cripto moedas oferece diversas vantagens tanto para as empresas que pretendem comercializar seus produtos pela internet, bem como para quem quer adquirir estes produtos. Algumas destas vantagens traduzem em:

- **Transações rápidas e seguras**

As cripto moedas não são reguladas por nenhum banco central, o que impede qualquer instituição de controlar seu valor no mercado. Como resultado, seu preço flutua livremente,

---

<sup>9</sup> <https://einvestidor.estadao.com.br/criptomoedas/ocde-estrutura-criptoativos-g20/> 06-08-2024

sendo determinado exclusivamente pela interação entre compradores e vendedores, sem interferências externas.<sup>10</sup>

Neste sentido, a descentralização constitui um ponto forte, na medida em que as cripto moedas operam em uma rede descentralizada, o que significa que as transações não são controladas por uma única entidade, aumentando assim o nível de segurança e reduzindo as probabilidades de fraude.

A respeito disto Silva e Braga (2022), afirmam que “a ideia da moeda virtual é existir um modelo computacional para realizar as trocas diretamente, com um sistema de validação da própria rede descentralizada. Dessa forma, não se concentra o poder do validador das transações em uma única pessoa ou na autoridade central, mas sim, em diversos computadores integrados à rede, que realizam a validação por meio de soluções matemáticas, gerando consenso e tornando o sistema confiável.”

Neste sentido, a descentralização das cripto moedas reforça a segurança do sistema, pois elimina a dependência de uma entidade central, reduzindo o risco de ataques cibernéticos direcionados, fraudes e manipulação.

A rapidez nas transações também é uma vantagem significativa, uma vez que podem ser processadas de forma quase imediata. Ao contrário dos pagamentos com cartão de crédito ou transferências bancárias, que podem demorar vários dias para serem concluídos, as transações com cripto moedas ocorrem instantaneamente, tornando o processo de compra e venda online mais ágil e eficiente.<sup>11</sup>

- **Baixos custos de transação**

Os custos associados às transações com cripto moedas tendem a ser menores do que os custos cobrados por bancos e processadores de pagamento tradicionais, principalmente quando se refere a transações internacionais. Neste sentido, de acordo com Movsesyan (2024) “as transações de pagamento das cripto moedas custam muito menos do que fazer pagamentos em moeda convencional através do sistema bancário. Eles também são liquidados em prazos muito mais curtos do que as transações de pagamento através do sistema bancário.”

---

<sup>10</sup> [Guia-de-criptomonedas-Portugal.pdf](#) 21/08/2024

<sup>11</sup> [As Vantagens Do Uso De Criptomoedas No Comércio Eletrônico - Fc Noticias](#) 06-03-2025

- **Privacidade**

As transações com cripto moedas podem oferecer um nível maior de privacidade em comparação com métodos tradicionais, já que não exigem a divulgação de informações pessoais<sup>12</sup>. Embora possa existir algumas nuances que permitem que não haja um anonimato absoluto, as cripto moedas por serem descentralizadas oferecem um alto nível de segurança e privacidade, uma vez que dificulta a manipulação dos dados depois que são registrados, devido a não associação a uma pessoa em específico, mas sim a uma carteira, e também pelo fato de serem criptografadas, o que dificulta a decodificação dos dados.

Como descrito pela revista Rankia (2017) “estas vantagens causam uma redução de custos e de tempo extraordinário, uma vez que não existem intermediários e as operações são realizadas entre a parte que compra e a que vende diretamente. Além disso, as transações confirmadas não podem ser modificadas ou eliminadas da rede, o que aumenta sua credibilidade.” Assim, a eliminação de intermediários e a execução direta das transações entre as partes envolvidas, proporcionam uma redução incomparável de custos e tempo, bem como garantir a estabilidade das operações registradas na rede, o que as torna bastante confiáveis.

### **3.5.1.2. Desvantagens e riscos**

Tais como qualquer outro ativo, também as cripto moedas não são livres de riscos e desvantagens, uma vez que são ativos geridos por meio da internet, e o fato de não terem qualquer mediador de controle, estão sujeitos a diversos tipos de riscos.

A Rankia (2017), expõe alguns das desvantagens eminentes ao uso de cripto moedas. São eles:

- O fato de não existir nenhum regulador, ou nenhuma entidade reconhecida que regule a moeda, o que pode causar uma grande desconfiança;
- Não é massificado, portanto pouca população sabe operar com cripto moedas;
- A alta volatilidade no mercado de cripto moedas, a assimetria de informações e os rumores afetam o preço dos ativos, uma vez que é um mercado global no qual, como não há intermediários, os riscos são transferidos diretamente entre as duas partes da venda;

---

<sup>12</sup> ibidem

- Grande número de oferta inicial de moedas (*Initial Coin Offering- ICO 's*), em que uma grande quantidade de dinheiro é coletada, embora existam dúvidas sobre a viabilidade da nova moeda no futuro.

Estas desvantagens permitem verificar que, as cripto moedas, embora ofereçam as vantagens identificadas no ponto anterior, também estão sujeitos a riscos, na medida em que o seu valor não é estável, podendo variar a qualquer momento tanto para positivo como para negativo, o que pode resultar em ganhos ou perdas significativas para os investidores. O fato também de não serem controlados por nenhum regulador ou governo, significa que não existem regulamentos nem leis relativamente à forma de uso, bem como a sua forma de tributação, o que leva a crer que existe uma forte probabilidade de cometer fraudes e evasão fiscal no que tange à tributação dos ganhos e rendimentos obtidos, apesar da existência de desenvolvimentos recentes na legislação com vista a sua tributação.

### **3.5.1.3. Efeito das cripto moedas na tributação do IRS, IRC e IVA**

A tributação de cripto ativos em Portugal é um assunto que tem sido discutido ao longo dos anos, especialmente devido à ausência de um enquadramento fiscal claro até recentemente.

Segundo o Portal da Queixa (2024), antigamente a administração tributária (AT) “entendia que as moedas virtuais não eram tecnicamente consideradas moedas por não disporem de um curso legal ou de poder liberatório em Portugal.” No entanto, com a crescente adoção das cripto moedas e a necessidade de alinhar o país às práticas internacionais, o governo implementou, a partir de 2023, um regime específico que prevê a tributação dos ganhos com cripto ativos. Deste modo, caso o ganho se trate de uma mais valia torna-se um ganho de capital abrangido pela categoria G do código do IRS, ou abrangidos pela categoria B, caso se trate de rendimentos de trabalho independente dedicado à atividade de compra e venda de cripto ativos (MoneyLab, 2024).

Nestes termos, de acordo com a n.º 1 e n.º 13 do art. 72.º do CIRS (Código do imposto sobre o rendimento de pessoas singulares) a taxa de tributação sobre a mais valia é de 28%, sem prejuízo da opção por englobamento. No caso de rendimento de categoria B, nos termos do código de IRS se a atividade estiver enquadrada no regime simplificado do IRS, os rendimentos são tributados em 15% das operações com cripto ativos e em 95% dos rendimentos provenientes de mineração de cripto ativos.

Em matéria de IRC, está previsto no art 17º do CIRC (Código do imposto sobre o rendimento de pessoas coletivas) que toda e qualquer operação realizada pelo sujeito passivo deverá estar refletida na sua contabilidade de forma a permitir o apuramento do lucro tributável. “Assim, todos os rendimentos e gastos obtidos/suportados pelo sujeito passivo, incluindo os relativos a cripto-ativos, são suscetíveis de ser incluídos na determinação do lucro tributável e, consequentemente, objeto de tributação em sede de IRC”.<sup>13</sup>

A respeito desta temática Costa (2018), aponta que não restam dúvidas em relação a “tributação dos rendimentos das pessoas coletivas e entidades equiparadas sujeitos a IRC, relacionadas com cripto moedas, quer esta tenha servido como meio de pagamento, quer em virtude de mais-valias fiscais ou contabilísticas resultantes da respetiva transmissão ou valorização.”

Em sede do IVA está previsto no art. 9º nº 27 alínea d) do código do IVA conjugado com o art. 135º da Diretiva 2006/112/CE do Conselho, de 28 de novembro, que estão isentas deste imposto as “operações compreendendo a negociação, que tenham por objeto divisas, notas bancárias e moedas, que sejam meios legais de pagamento, com exceção das moedas e notas que não sejam meios legais de pagamento, com exceção das moedas e notas que não sejam normalmente utilizadas como tal, ou que tenham interesse numismático.” Isto significa que as operações com cripto-ativos estão isentas de tributação do IVA ao abrigo do código do IVA.

### **3.5.2. Marketplaces**

Um Marketplace é uma plataforma digital online que consegue reunir diversos vendedores em único espaço virtual, funcionando como um verdadeiro *shopping center* só que em vez de ser físico é online, ou seja, basicamente “são mercados que unem diversos vendedores, seja no âmbito físico ou online” (Silva et al, 2019). Outro aspeto referido por Silva (2020) é que marketplaces “funcionam como plataformas que oferecem diferentes serviços para os intervenientes, e acesso a maior variedade de produtos, para os consumidores com vários vendedores em um mesmo ambiente.”

Segundo Silva et al. (2019) “com o crescimento do uso da tecnologia, especialmente da internet, um fenómeno observado é o desenvolvimento de Marketplaces on-line, chamados de e-

---

<sup>13</sup> [https://info.portaldasfinancas.gov.pt/pt/apoio\\_contribuinte/Folhetos\\_informativos/Documents/Criptoativos](https://info.portaldasfinancas.gov.pt/pt/apoio_contribuinte/Folhetos_informativos/Documents/Criptoativos)  
21-08-2024

marketplaces”. Estes por sua vez “são canais de vendas on-line por meio dos quais é possível que os vendedores comercializam seus produtos.”

Laudon e Traver (2022), afirmam que no comércio tradicional um Marketplace é onde as pessoas se juntam para efetuar transações de compra e venda. Por outro lado, o comércio eletrônico, sendo também um local onde compradores e vendedores se juntam, apresenta características distintas, desde logo a onipresença, pois está presente em todos os lugares e a todo o momento, pelo que libera o mercado de ficar restrito a um espaço físico possibilitando fazer compras independente do espaço geográfico através dos meios digitais. Para estes autores a este fenómeno dá-se o nome de “marketplaces, um mercado estendido além das fronteiras tradicionais e afastado de uma localização temporal e geográfica.”

Os marketplaces têm como objetivo facilitar o relacionamento entre o cliente e o fornecedor, através de novas oportunidades e benefícios entre as partes relacionadas. Muitas empresas em Portugal têm aderido a estas plataformas com o intuito de expandir o seu mercado e alcançar novas carteiras de clientes. Assim os vendedores têm oportunidades de operar em mercados distintos onde é possível alcançar o maior número de clientes independentemente da sua localização geográfica ou temporal.

Normalmente as plataformas de Marketplace possuem três tipos de acessos: <sup>14</sup>

- O acesso do administrador da plataforma- que gerência e controla os utilizadores da plataforma;
- O acesso dos fornecedores- que utilizam a plataforma para cadastrar os seus produtos e serviços; e
- O acesso dos clientes- usam a plataforma para efetuar as suas compras, onde têm opções de comparar os preços e as qualidades dos produtos dos diversos fornecedores.

Em suma, os marketplaces representam uma evolução natural do comércio tradicional para o ambiente digital, proporcionando um espaço virtual onde compradores e vendedores podem interagir de forma eficiente e acessível. Ao eliminar as barreiras geográficas e temporais, estas plataformas ampliam as oportunidades de negócio, permitindo que empresas alcancem novos mercados e clientes sem as limitações de um espaço físico. Além disso, a estrutura organizada dos marketplaces, com diferentes tipos de acessos para administradores, fornecedores e clientes, garante uma experiência de compra e venda mais prática, segura e transparente.

---

<sup>14</sup> <https://www.ideianoar.com.br/marketplace/> 26-08-2024

### 3.5.3. Interfaces eletrônicas

Uma interface eletrônica é um meio de comunicação entre dois ou mais sistemas ou dispositivos eletrônicos, permitindo a troca de informações, sinais ou comandos. Essas interfaces desempenham um papel essencial na integração de novas tecnologias, possibilitando a conectividade e a automação de processos. Ao facilitar a interação entre diferentes dispositivos, tornam o uso da tecnologia mais acessível, eficiente e funcional no dia a dia.

Neste sentido quando nos referimos em interfaces eletrônicas, no contexto em que estamos, ou seja, comercial e fiscal, na ótica de vendas a distância<sup>15</sup>, estamos a referir-nos a todas as ferramentas e tecnologias que permitem ao consumidor e ao vendedor interagirem num ambiente digital, facilitando nas transações dispensando a necessidade de encontro físico entre os dois.

Nesse contexto, em 2020 pela Lei n.º 47/2020, de 24 de agosto, que transpõe os artigos 2.º e 3.º da Diretiva (UE) 2017/2455 do Conselho, de 5 de dezembro de 2017, e a Diretiva (UE) 2019/1995 do Conselho, de 21 de novembro de 2019, e introduziu alterações ao Código do IVA, ao Regime do IVA nas Transações Intracomunitárias e à legislação complementar relativa a este imposto, no âmbito do tratamento do comércio eletrônico, foram estabelecidas regras específicas para os sujeitos passivos que utilizam interfaces eletrônicas para intermediar a venda de bens, especialmente em operações transfronteiriças.

Assim nos termos do art. 3º nº 9, 10 e 11, refere-se o seguinte:

“9 - Quando um sujeito passivo facilitar, mediante a utilização de uma interface eletrónica, a realização de vendas à distância de bens importados em remessas de valor intrínseco não superior a 150 €, considera-se que adquiriu e transmitiu pessoalmente esses bens.

10 - Quando um sujeito passivo facilitar, mediante a utilização de uma interface eletrónica, a realização de transmissões de bens dentro da União Europeia por um sujeito passivo não estabelecido na União Europeia a uma pessoa que não seja sujeito passivo, considera-se que o sujeito passivo que facilita a transmissão adquiriu e transmitiu pessoalmente esses bens.

11 - Quando um sujeito passivo adquiriu e transmitiu bens nos termos dos nºs 9 e 10, a expedição ou transporte dos bens é atribuída à transmissão de bens efetuada por este sujeito passivo.”

---

<sup>15</sup> De acordo com o ofício circulado nº 30238 de 25 de junho de 2021, define-se como vendas a distancia “transmissões de bens expedidos ou transportados pelo fornecedor ou por sua conta, a partir de um Estado-Membro diferente daquele em que termina a expedição ou o transporte, com destino a um adquirente que não se encontre abrangido pelo regime de tributação das aquisições intracomunitárias no Estado-Membro de chegada da expedição, desde que os bens não sejam meios de transporte novos ou bens a instalar ou a montar.”

Com estas alterações, a legislação visa adaptar o regime do IVA às novas dinâmicas do comércio eletrónico, garantindo maior equidade fiscal e reforçando a responsabilidade das plataformas digitais na intermediação de transações comerciais.

## **4. Preocupações no controlo de transações de comércio eletrónico**

### **4.1. Controlo pelo Banco de Portugal**

O Banco de Portugal (BP) é o banco central de Portugal e desempenha um papel essencial na estabilidade financeira, na supervisão do sistema bancário e na implementação da política monetária do país. Como parte do Sistema Europeu de Bancos Centrais (SEBC) e do Eurosistema, o Banco de Portugal atua em alinhamento com o Banco Central Europeu (BCE) para garantir o funcionamento adequado do setor financeiro e da economia.

O BP por sua vez, é o responsável pela fiscalização do cumprimento das normas nacionais nas transações monetárias efetuadas através de comércio eletrónico, de modo que seja controlado de forma correta todos os valores monetários que entra e sai tanto a nível nacional como a nível internacional.

Nos últimos anos Portugal tem entrado num patamar de utilização dos pagamentos eletrónicos, principalmente após o fenómeno que foi a pandemia do COVID 19, onde o paradigma do pagamento eletrónico tornou-se um momento crucial na hora da compra de um bem ou serviço. “A pandemia obrigou a uma adaptação excecional dos diferentes intervenientes no mercado de pagamentos (prestadores de serviços de pagamentos, processadores, sistemas de pagamentos e o próprio Banco de Portugal), por um lado, e determinou uma rápida alteração de comportamento de consumidores e comerciantes, por outro” (BP, 2020).

A expansão dos pagamentos digitais tem sido um dos fenómenos mais marcantes dos últimos tempos, impulsionada por diversos fatores interligados, tais como a crescente evolução tecnológica, o crescimento exponencial do comércio eletrónico que exige soluções de pagamento eficientes e seguras, e também pelo fato das novas gerações que cresceram imersas numa era digital, sendo que estes demonstram uma inclinação preferencial pelos pagamentos digitais, tanto pela praticidade quanto pela segurança.

No entanto, o relatório dos sistemas de pagamento publicado pelo BP em 2021 (BP, 2021)<sup>16</sup>, defende que “à medida que os utilizadores estão mais à vontade com estas tipologias de pagamentos, crescem também as preocupações com os riscos de ciber-segurança e de fraudes.”

O BP nos últimos anos tem identificado várias preocupações no que diz respeito ao controlo das transações por via do comércio eletrónico, tendo estabelecido através de relatórios do

---

<sup>16</sup> [www.bportugal.pt](http://www.bportugal.pt) 30-08-2024

sistema de pagamentos publicados anualmente algumas medidas para fazer face a essas preocupações. Algumas destas medidas incluem:

**a) Reforço da segurança nas operações de pagamento**

Esta tem sido uma das preocupações permanentes manifestados pelo BP, nomeadamente no que diz respeito à adoção de um sistema de autenticação forte do cliente<sup>17</sup>, que irá promover um aumento significativo na segurança das transações online. Esta medida visa fortalecer a proteção dos dados pessoais e financeiros dos consumidores, tornando as operações bancárias e de pagamento ainda mais seguras. Todavia conforme descrito pelo relatório do sistema de pagamentos BP (2019),

“Os prestadores de serviços de pagamento, dependendo do nível de risco envolvido, do montante, da frequência e do canal através do qual é executada a operação de pagamento, podem optar por não aplicar a autenticação forte (por exemplo, quando é efetuada uma transferência para uma lista de beneficiários pré-definida ou pagamentos em portagens utilizando serviços como a Via Verde). Nestas situações, os prestadores de serviços de pagamento assumem a responsabilidade caso a operação seja indevidamente executada (a menos que o utilizador aja fraudulentamente).”

De acordo com o relatório do BP (2021), solucionar este problema significa abrir caminhos para implementar melhores sistemas de segurança, com o objetivo de reduzir significativamente o risco de fraudes e acessos não autorizados às contas bancárias, e também contribui para o aumento da confiança dos consumidores nas transações online, incentivando o uso de serviços digitais.

**b) Regulamentação e supervisão**

O BP tem vindo a criar nos últimos anos formas de regulamentação e de supervisão que controlem os movimentos de capitais que passam nas instituições financeiras portuguesas, nomeadamente para evitar sistemas de branqueamento de capitais bem como outras formas de fraude.

De acordo com a lei nº 83/2017 de 18 de agosto, publicado pelo BP, que estabelece medidas de combate ao branqueamento de capitais e financiamento de terrorismo, no artigo 2º alínea j) branqueamento de capitais compete “a aquisição, a detenção ou a utilização de bens, com

---

<sup>17</sup> Autenticação forte do cliente consiste em um método adotado pelos prestadores de serviços de pagamento desde setembro de 2019, nomeadamente bancos, onde “validam a entidade do cliente num contexto de pagamento online, confirmando as suas transações, ou noutras ações que possam envolver risco de fraude financeira entre outros abusos.” [www.cgd.pt](http://www.cgd.pt) 02-09-2024

conhecimento, no momento da sua receção de que provêm de uma atividade criminosa ou de participação numa atividade dessa natureza.”

Conforme descrito pelo Aviso nº 2/2018 publicado em 26 de setembro de 2018 pelo BP que visa referenciar o novo regime sobre prevenção de branqueamento de capitais, foi implementado um modelo de registo informatizado e centralizado de todas as transações para facilitar a deteção de operações suspeitas e prevenir o branqueamento de capitais.

### **c) Comunicação de operações com o exterior (COPE)**

A comunicação de operações com o exterior (COPE), é um mecanismo de reporte obrigatório ao Banco de Portugal, que visa monitorizar e controlar as transações financeiras entre residentes e não residentes, garantindo a transparência nas operações transfronteiriças. “São também consideradas, no âmbito deste reporte as posições relativas a empréstimos, créditos comerciais ou depósitos do/no exterior, registadas em final de um período.”<sup>18</sup> No contexto do comércio eletrônico, onde há uma crescente circulação de capitais além de fronteiras, este sistema assume um papel crucial na fiscalização das transações digitais e na prevenção da evasão fiscal e do branqueamento de capitais.

De acordo com o BP estão obrigados a fazer este reporte “todas as pessoas coletivas residentes em Portugal ou que exerçam a sua atividade em Portugal, que efetuem operações económicas ou financeiras com o exterior ou que realizem operações cambiais num total anual igual ou superior a €250 000, para que o BP possa compilar as estatísticas da balança de pagamentos, da posição de investimento internacional e da dívida externa”<sup>19</sup>.

A respeito desta temática o BP (2024, p. 14) aponta que “no âmbito das COPE, devem ser comunicadas todas as operações com o exterior efetuadas pela própria entidade, à exceção de operações relacionadas com deslocações, estadias e transportes, que são despesas auxiliares à atividade das entidades residentes.”

Neste sentido podemos verificar que a COPE permite que o BP acompanhe e analise os fluxos financeiros resultantes de transações online realizadas entre residentes e empresas ou consumidores estrangeiros, atuando como uma ferramenta essencial para auxiliar no combate a fraude e evasão fiscal, reforçando o papel do BP na monitorização de fluxos financeiros digitais internacionais.

---

<sup>18</sup> [Comunicação de Operações e Posições com o Exterior | Banco de Portugal](#) 07-03-2025

<sup>19</sup> [https://www.bportugal.pt/sites/default/files/documents/2024-03/Desdobravel\\_COPE\\_2024.pdf](https://www.bportugal.pt/sites/default/files/documents/2024-03/Desdobravel_COPE_2024.pdf) 07-03-2025

#### **d) Prevenção de fraudes**

A prevenção de fraudes é um pilar fundamental nas ações do BP. A instituição tem implementado uma série de medidas para garantir a segurança das transações eletrônicas e proteger os consumidores.

De acordo com o relatório BP (2022),

“Os consumidores e os comerciantes estão cada vez mais presentes no ecossistema digital, valorizando a rapidez e a conveniência dos pagamentos, sem descuidar a segurança. Os prestadores de serviços de pagamentos, dos incumbentes aos mais inovadores, procuram oferecer soluções de pagamento que vão de encontro destas preferências, com proteção acrescida em matéria de prevenção da fraude e de incidentes e sempre com a preocupação de cumprir o enquadramento regulamentar aplicável.”

Nota-se que o mercado de pagamentos digitais está em constante evolução, impulsionado por fatores como a inovação tecnológica, as mudanças de comportamento do consumidor e a crescente regulamentação. Neste sentido, as empresas que conseguirem oferecer soluções seguras, convenientes e personalizadas estarão bem posicionadas para aproveitar as oportunidades desse mercado em expansão. A respeito disto, cabe ao BP impor às instituições nomeadamente as financeiras que adotem sistemas robustos de controlo interno e mecanismos para prevenir atividades fraudulentas e proporcionar ao consumidor uma experiência com segurança e praticidade.

Através dos relatórios do sistema de pagamentos português dos anos de 2021, 2022, e 2023, pode-se verificar como tem sido a evolução das taxas de fraude na utilização de instrumentos de pagamentos eletrónicos em Portugal, bem como a evolução dos instrumentos de prevenção de fraude propostos pelo Banco de Portugal.

Conforme descrito no relatório BP (2021), os níveis de fraude através da utilização de meios de pagamento eletrónico em Portugal durante o primeiro trimestre de 2021 manteve-se em níveis muito reduzidos, no entanto quando feita análise entre os diferentes instrumentos de pagamento utilizadas no estudo (transferências a crédito, débitos diretos, operações com cartões- ótica do emitente, operações com cartões- ótica do adquirente; incluindo operações realizadas dentro e fora de Portugal), verifica-se que o peso das operações fraudulentas através da utilização de transferências a crédito, débitos diretos e cartões de pagamentos domésticos, ainda que sejam a maioria tanto em quantidade como em valor, variou entre 0,0001% e 0,0035%, enquanto que as operações com cartões realizadas fora do Espaço Economico Europeu (EEE), na ótica de entidade emitente apresentaram níveis de fraude mais elevadas, embora não representem nem

1% daqueles pagamentos em quantidade e em valor. De acordo com a Autoridade Bancaria Europeia (EBA), “tal fato justifica-se pela aplicação de mecanismos de autenticação forte do cliente nas transações dentro do EEE” (Tabela 1).

Instrumento de pagamento	% de fraude no total (em quantidade) em euros	% de fraude no total (em valor)	Valor médio da fraude por transação (em euros)
Transferências a crédito	0,0003	0,0003	2647
Débitos diretos	0,0002	0,0021	1511
Operações com cartões (ótica do emitente)	0,0261	0,0333	54
Operações com cartões (ótica do adquirente)	0,0003	0,0014	230

*Tabela 1: Fraude no primeiro semestre de 2021, por instrumento de pagamento*

**Fonte:** Banco de Portugal (Relatório de sistemas de pagamentos de 2021)

Tal como o ano de 2021, em 2022 também os níveis de fraudes mantiveram reduzidos, pelo que de acordo com o relatório do BP (2022), “as fraudes mais comuns resultaram de mecanismos de engenharia social, como é o caso do *pishing*, em que os infratores conseguem apropriar-se das credenciais de segurança do utilizador (...), atuando em seu nome para iniciar e validar operações de pagamento.”

No primeiro semestre de 2022 foi feita o mesmo estudo baseado nos diferentes instrumentos de pagamento, e verificou-se que embora o valor médio em operações com cartões na ótica do emitente, o valor medio de fraude por transação tenha sido o mais baixo (45 euros), foram estas as operações que apresentaram as taxas de fraudes em níveis mais elevados, quando comparados com os dados obtidos no segundo semestre de 2021. Segundo descrito pelo BP (2022) isto deve-se ao fato de a emissão de uma ordem de pagamento por parte do infrator ser o tipo de fraude mais comum em operações com cartões, pelo que “ocorre quando o infrator emite uma ordem de pagamento após ter obtido, habitualmente através de engenharia social, no caso o *pishing*, as credenciais de segurança do utilizador.”

No entanto se analisarmos os dados dos restantes instrumentos de pagamento houve um pequeno acréscimo nas transferências a crédito e um leve decréscimo nos restantes instrumentos de pagamento em relação ao primeiro semestre de 2021, fato que já não é observado no primeiro semestre de 2022 pelo que o maior acréscimo verificado foi nas operações com cartões na ótica do emitente. (Tabela 2 e 3)

Instrumento de pagamento	% de fraude no total (em quantidade) em euros	% de fraude no total (em valor)	Valor médio da fraude por transação (em euros)
Transferências a crédito	0,0006	0,0005	3646
Débitos diretos	0,0001	0,0002	589
Operações com cartões (ótica do emitente)	0,0151	0,0179	49
Operações com cartões (ótica do adquirente)	0,0016	0,002	52

*Tabela 3: Fraude no primeiro semestre de 2021, por instrumento de pagamento*

Instrumento de pagamento	% de fraude no total (em quantidade) em euros	% de fraude no total (em valor)	Valor médio da fraude por transação (em euros)
Transferências a crédito	0,0005	0,0004	4059
Débitos diretos	0,0001	0,0003	499
Operações com cartões (ótica do emitente)	0,242	0,0228	45
Operações com cartões (ótica do adquirente)	0,0002	0,0016	308

*Tabela 2: Fraude no segundo semestre de 2022, por instrumento de pagamento*

**Fonte:** Banco de Portugal (Relatório de sistemas de pagamentos de 2022)

Relativamente ao ano de 2023, verificou-se através do relatório BP (2023), que a tendência de crescimento dos pagamentos eletrónicos se consolidou, com destaque para as transferências imediatas, que demonstraram como a opção preferencial dos consumidores em busca de agilidade e praticidade.

A este respeito, o Banco de Portugal tem trabalhado no sentido de continuar a proporcionar ao consumidor uma experiência segura e confortável, neste contexto conforme descrito pelo BP (2023), neste ano “foram dados passos importantes rumo à disponibilização de dois novos serviços: um serviço que permitirá aos utilizadores confirmar previamente o beneficiário dos pagamentos, reduzindo, assim, os riscos de fraude, e um serviço que possibilitará aos utilizadores iniciar transferências usando o número de telemóvel do destinatário”. Estes serviços entraram ambos em vigor em 2024.

Analisando os níveis de fraudes pelos diferentes instrumentos de pagamentos o relatório BP (2023), aponta que as fraudes por utilização de *pishing* continuaram em 2023, no entanto os níveis de fraudes mantiveram em níveis bastante baixas, sendo que o instrumento financeiro que continua a dominar as fraudes são os pagamentos com cartão na ótica do emitente, entretanto verifica-se um decréscimo no segundo semestre de 2022 com relação ao primeiro semestre de 2022, fato que prevalece no primeiro semestre de 2023.

Instrumento de pagamento	% de fraude no total (em quantidade) em euros	% de fraude no total (em valor)	Valor médio da fraude por transação (em euros)
Transferências a crédito	0,0007	0,0008	6211
Débitos diretos	0,0001	0,0003	632
Operações com cartões (ótica do emitente)	0,0137	0,0142	53
Operações com cartões (ótica do adquirente)	0,0003	0,0017	152

*Tabela 4: Fraude no segundo semestre de 2022, por instrumento de pagamento*

Instrumento de pagamento	% de fraude no total (em quantidade) em euros	% de fraude no total (em valor)	Valor médio da fraude por transação (em euros)
Transferências a crédito	0,0006	0,0004	3086
Débitos diretos	0,0002	0,0008	648
Operações com cartões (ótica do emitente)	0,0155	0,0137	47
Operações com cartões (ótica do adquirente)	0,0003	0,0022	180

*Tabela 5: Fraude no segundo semestre de 2023, por instrumento de pagamento*

**Fonte:** Banco de Portugal (Relatório de sistemas de pagamentos de 2023)

Assim podemos concluir que a implementação da autenticação forte do cliente está a dar bons resultados na redução dos níveis de fraude, porém o Banco de Portugal tem de continuar o seu trabalho árduo, para evitar com que certas operações fraudulentas se instalem no sistema financeiro português, a fim de transmitir mais confiança ao consumidor, visto que os pagamentos por meios eletrónicos já dominam face aos pagamentos tradicionais.

## 4.2. Alterações nos direitos alfandegários

No âmbito do tratamento do comércio eletrónico, foram criadas ao longo dos anos várias diretivas com a finalidade de obrigar as empresas que vendessem produtos ou serviços utilizando um serviço digital para clientes dentro da UE, caso o fornecedor se encontre fora deste território, a registarem num Estado-membro da UE, a fim de ser efetuado o pagamento do IVA originado nesta operação.

Por muito tempo este regime prevaleceu, no entanto, houve a necessidade de fazer reformas adotando diretivas para se adaptarem aos novos acontecimentos. É o caso da publicação da diretiva (UE) 2017/2455 de 5 de dezembro de 2017 e a diretiva 2019/1995 de 21 de novembro de 2019 que alteram a diretiva 2006/112CE e a diretiva 2009/132/CE no que diz respeito as obrigações relativas ao pagamento do IVA proveniente de operações de serviços e vendas a distância de Bens.

Estas diretivas integram o pacote IVA do comércio eletrónico, e visa estabelecer um regime de IVA mais equitativo para o comércio eletrónico transfronteiriço, alinhando-o às novas realidades do mercado garantindo maior neutralidade entre operadores.

Neste sentido foram criadas regras que estabelecem que os serviços de telecomunicações, radiodifusão, televisão e eletrónicos devem ser tributados no país de residência do consumidor final, permitindo que os prestadores desses serviços utilizem um sistema simplificado de declaração do IVA, denominado de Mini Balcão Único -MOSS (Cunha, 2021).

De acordo com Cunha (2021) o MOSS “traduz-se no registo do IVA, na entrega da respetiva declaração e no pagamento do imposto no próprio Estado-Membro de origem, englobando, desta forma, os serviços nele prestados e adicionalmente os serviços prestados noutros países membros da UE.”

Neste contexto foi introduzida a Lei nº 47/2020, de 24 de agosto, que transpõe as diretivas antes mencionadas, alterando o código do IVA, o regime do IVA nas transações intracomunitárias e legislação complementar relativa a este imposto, no âmbito do tratamento de comercio eletrónico, e que veio a criar o Regime do Balcão Único- OSS (One Stop Shop).

Esta lei propõe como regra geral que a tributação das vendas a distância seja no “Estado Membro de chegada da expedição ou transporte dos bens com destino ao adquirente, e é introduzido o conceito de vendas à distância de bens importados. Por forma a simplificar o cumprimento das obrigações decorrentes do imposto, passa a permitir-se que o IVA devido por

estas operações transfronteiras seja declarado e pago num único ponto de contacto na União, através dos regimes de balcão único”<sup>20</sup>.

As novas regras adotadas neste novo diploma entraram em vigor a 1 de julho de 2021, pelo que tal implica que a partir deste dia sempre que houver uma operação transfronteiriça de comércio eletrônico entre empresas e consumidores (B2C) com origem num país da UE, qualquer que seja o valor, irá pagar o valor do IVA ao fazer o desalfandegamento da mercadoria na chegada em Portugal.<sup>21</sup>

Segundo a comissão europeia as mudanças que passam a vigorar a partir de 1 de junho de 2021, são nomeadamente:

- Os vendedores online podem registar-se num Estado-Membro da UE, o que é válido para a declaração e o pagamento do IVA sobre todas as vendas a distância de bens e prestações de serviços transfronteiriços a clientes na UE, e estes por sua vez beneficiarão de uma redução na burocracia até 95% ao se registarem no novo One Stop Shop (OSS);
- Os limiares anteriores para as vendas à distância de bens na UE foram abolidos e substituídos por um novo limiar de 10 000 euros a nível da EU;
- Os mercados/plataformas em linha que facilitam o fornecimento de bens são, em determinadas circunstâncias, considerados para efeitos de IVA como tendo recebido e fornecido os próprios bens ("fornecedor presumido");
- Novos requisitos de manutenção de registos para mercados/plataformas online que facilitam o fornecimento de bens e serviços, inclusive quando esses mercados/plataformas online não são considerados fornecedores;
- E além disso, é suprimida a isenção de IVA na importação de pequenas remessas de valor inferior a 22 euros. Isso significa que todas as mercadorias importadas na UE estão sujeitas ao IVA.<sup>22</sup>

O que se verifica é que a partir de 1 de julho de 2021, houve uma alteração significativa nos direitos alfandegários relativamente ao comércio eletrônico fora da UE. Essas alterações têm como objetivo promover a transparência e a equidade no comércio eletrônico, de forma a combater fraudes fiscais, assegurando a aplicação de um regime fiscal uniforme a todos os vendedores e garantir uma concorrência justa, independentemente de sua localização dentro ou fora da UE.

---

<sup>20</sup> Ofício Circulado N.º: 30238 (<https://info.portaldasfinancas.gov.pt/>)

<sup>21</sup> <https://www.anacom-consumidor.pt/> - publicado a 29-06-2021

<sup>22</sup> [https://vat-one-stop-shop.ec.europa.eu/index\\_en](https://vat-one-stop-shop.ec.europa.eu/index_en) 03-09-2024

#### 4.2.1. Regime de Balcão Único- OSS (One Stop Shop)

A comissão europeia refere que, “as empresas da UE que realizam vendas à distância de bens dentro da UE acima de um determinado limiar a compradores localizados noutra Estado-Membro da UE têm de efetuar o registo e pagar o IVA correspondente no Estado-Membro do comprador”.<sup>23</sup>

O novo regime de balcão único foi estabelecido pela Lei nº 47/2020, de 24 de agosto, e entrou em vigor em 1 de julho de 2021. Seu objetivo é criar um sistema que permita aos fornecedores de bens com destino à UE e aos prestadores de serviços a consumidores finais, cuja localização seja determinada pelas regras do IVA, registrarem-se para fins de tributação em um único Estado-Membro. Desta forma, busca-se evitar a dupla tributação e reduzir a evasão fiscal.<sup>24</sup>

Neste contexto o OSS passa a abranger todas as prestações de serviços B2C localizados no Estado-Membro do adquirente, as vendas à distância de bens importados, bem como as vendas a distância intracomunitárias de bens e certas transmissões internas de bens.

De acordo com o portal das finanças<sup>25</sup>,

“O balcão único é um sistema eletrónico que simplifica até 95 % das obrigações em matéria de IVA para os vendedores de bens (incluindo interfaces eletrónicas que facilitem a venda) a compradores em toda a UE, uma vez que lhes permite: efetuar o registo para efeitos de IVA eletronicamente, num único Estado-Membro, para todas as vendas à distância de bens na UE; declarar e pagar o IVA devido relativamente a todas estas vendas de bens, numa única declaração eletrónica trimestral; trabalhar com a administração fiscal do seu próprio Estado-Membro e no seu próprio idioma, mesmo se as suas vendas forem transfronteiriças.”

Na perspetiva de Seixas (2022) o balcão único trouxe três regimes distintos:

- Regime da união previsto nos artigos 10º a 13º do regime OSS
- Regime extra-união prevista nos artigos 14º a 18 do regime OSS
- Regime de importação (IOSS), nos termos dos artigos 19º a 27º do regime OSS

---

<sup>23</sup> <https://ec.europa.eu/vat-ecommerce> 23-06-2023

<sup>24</sup> [www.sage.com/pt-pt/blog/comercio-eletronico-balcao-unico/](http://www.sage.com/pt-pt/blog/comercio-eletronico-balcao-unico/) 23-06-2023

<sup>25</sup> [OSS\\_interface\\_eletronica.pdf](#) 23-06-2023

### **a) Regime da união**

Nos termos do artigo 11º do regime do OSS, podem registar-se no regime de união:

- Os sujeitos passivos estabelecidos em território nacional para declarar o IVA relativamente a prestações de serviços efetuados num outro Estado-Membro, e/ ou, vendas à distância intracomunitárias de bens do tipo B2C;
- Os sujeitos passivos não estabelecidos na UE, para declarar IVA relativamente a vendas a distância intracomunitárias de bens;
- E interfaces eletrónicas (estabelecidas ou não na UE), que facilitam transmissões de bens relativamente a vendas à distância intracomunitárias de bens, e a transmissões de bens nos termos do n.º 10 do artigo 3.º do CIVA, quando a expedição ou transporte desses bens se iniciar e terminar em território nacional.

### **b) Regime extra- união**

Nos termos do artigo 15º podem optar por este regime, para efeitos do cumprimento de todas as obrigações decorrentes das prestações de serviços que efetuam na UE, os sujeitos passivos que não disponham de sede, estabelecimento estável ou, na sua falta, domicílio na UE, que prestem serviços a pessoas que não sejam sujeitos passivos estabelecidos ou domiciliadas na UE.

Este regime simplifica as regras para as empresas que prestam serviços dentro da UE, independentemente do país de consumo, ou seja, as mesmas regras aplicam-se para todos. “Neste contexto, se determinado sujeito passivo não estabelecido na UE se registar neste regime no território nacional, ficam abrangidos pelo regime todos os serviços por ele prestados na UE, incluindo os prestados no território nacional.”<sup>26</sup>

### **c) Regime de Importação- IOSS**

Está previsto no artigo 19º do OSS, que este regime é aplicável as vendas a distância de bens importados em remessas de valor intrínseco não superior a 150€ e que não estejam sujeitos a impostos especiais de consumo, permitindo a liquidação do IVA por parte dos fornecedores em relação a vendas a distância de bens importados para a UE, utilizando o mecanismo de balcão único.

---

<sup>26</sup> Ofício circulado n.º 30240 de 25 de julho de 2021

Nos termos do artigo 21º deste regime podem registrar-se no IOSS os sujeitos passivos estabelecidos em território nacional que efetuem vendas à distância de bens importados a adquirentes na UE; sujeitos passivos, estabelecidos na UE ou em país terceiro, que efetuem vendas à distância de bens importados a adquirentes na UE, que sejam representados por um intermediário com sede, estabelecimento estável ou domicílio em território nacional; Sujeitos passivos estabelecidos num país terceiro com o qual a UE tenha celebrado um acordo de assistência mútua em matéria de cooperação administrativa e de cobrança de IVA, relativamente a vendas à distância de bens provenientes desse país terceiro.

Em suma, verifica-se que o regime de balcão único é particularmente importante em ambientes empresariais e governamentais, onde a simplificação de processos pode levar a uma melhoria significativa na eficiência administrativa e na satisfação dos usuários. Além disso, ele pode também ser parte de iniciativas de modernização administrativa promovendo a digitalização de serviços e facilitando a interação entre cidadãos e o governo, bem como evitar situações de dupla tributação e também é uma peça fundamental para prevenir fraudes e evasão fiscal.

## 5. Medidas de Combate à fraude e à evasão fiscal no comércio eletrônico

Como vimos até agora, a evolução significativa das novas tecnologias e a crescente adesão da população ao comércio eletrônico transformaram profundamente os sistemas comerciais e financeiros globais. Este cenário também aumentou a exposição a fraudes neste setor, exigindo uma adaptação urgente dos sistemas fiscais para enfrentar os desafios emergentes. Neste contexto, a União Europeia, juntamente com os Estados-Membros, tem intensificado os esforços para combater a fraude fiscal no comércio eletrônico, implementando medidas destinadas a evitar a perda de receitas e promover uma harmonização fiscal entre os países, garantindo uma competitividade justa e transparente.<sup>27</sup>

De entre várias medidas adotadas para fazer face a tais desafios algumas delas chamam mais atenção pela sua eficiência e implementação. Passamos a citar algumas delas:

Uma das principais medidas adotadas neste sentido foi o pacote de comércio eletrônico de IVA da UE adotada a 1 de julho de 2021 (explorado no ponto anterior), onde foi implementado um conjunto de regras revistas para o IVA no comércio eletrônico, com vista a “assegurar maior neutralidade no tratamento das empresas estabelecidas na UE e introduzir mecanismos de simplificação do cumprimento das obrigações de IVA decorrentes destas operações” (Pereira E. , 2021).

Uma segunda medida é a implementação de novas regras em matéria de trabalho nas plataformas digitais, que segundo a comissão europeia<sup>28</sup>, o objetivo de estabelecer novas regras é “melhorar as condições das pessoas que trabalham na economia dos serviços pontuais”, pelo que através destas permite ao concelho saber quem e quantos são os trabalhadores que operem em marketplaces digitais, a fim de melhorar a fiscalização nas transações.

De acordo com esta mesma fonte durante a pandemia de COVID-19, “o trabalho em plataformas digitais ganhou ritmos e começou a generalizar-se, graças em parte a um aumento das entregas de alimentos e mercearias, e está a tornar-se um motor da inovação e do crescimento do emprego”. Portanto, cabe aos responsáveis fiscais criar mecanismos de modo a ter um controlo dos intermediários neste processo e também a assegurar que a coleta do IVA seja feita de forma correta e harmoniosa.

---

<sup>27</sup> Relatório Especial nº 12/2019: Vulnerabilidade do comércio eletrônico à fraude fiscal (<https://op.europa.eu/webpub/eca/special-reports/e-commerce-12-2019/pt/>) 08-09-2024

<sup>28</sup> [Regras da UE em matéria de trabalho nas plataformas digitais - Consilium \(europa.eu\)](#) 08-09-2024

Uma terceira medida é a adoção da diretiva 2021/514 de 22 de março de 2021 conhecida como DAC 7 (sétima diretiva sobre a cooperação administrativa no domínio fiscal), que veio para reforçar a cooperação administrativa entre as autoridades fiscais, pelo que de acordo com a UE, esta diretiva tem como principal objetivo assegurar o bom funcionamento do mercado interno, “e impõe a obrigação de comunicação de informações aos operadores de plataformas. A justificativa para isso é que os operadores de plataforma estão em melhor posição para coletar e verificar as informações necessárias de todos os vendedores que operam e fazem uso de uma plataforma digital específica”.<sup>29</sup>

Esta diretiva exige que os detentores de plataformas online recolham e comuniquem às autoridades fiscais dos Estados-Membros dados sobre os rendimentos obtidos pelos vendedores que utilizam os seus serviços, e permite um melhor controlo e combate à evasão e à fraude fiscal no comércio eletrônico.<sup>30</sup>

A aprovação desta diretiva veio para alterar a diretiva 2011/16/EU de 15 de fevereiro de 2011, sobre a cooperação administrativa no domínio da fiscalidade (DCA), que estabelece um sistema de cooperação administrativa segura entre as autoridades fiscais nacionais dos países da UE e estabelece regras e procedimentos para o intercâmbio de informações para efeitos fiscais.

A proposta legislativa da DAC 7 estabelece os principais critérios<sup>31</sup>:

- Os operadores de plataformas de países terceiros que exerçam atividades comerciais na UE, são obrigados a registar-se e a comunicar informações num único país da UE;
- Assegurar condições de concorrência equitativas e reduzir os encargos administrativos das plataformas digitais, abrangendo tanto as atividades transfronteiriças como as não transfronteiriças;
- Garantir que a obrigação de comunicação se aplica independentemente da natureza jurídica do vendedor, sendo que a utilização de plataformas digitais no exercício de atividades comerciais, é feita tanto por pessoas físicas quanto por entidades.
- A declaração dos rendimentos auferidos através destas atividades deve fornecer às administrações fiscais as informações completas necessárias para a correta determinação do imposto sobre o rendimento devido.

---

<sup>29</sup> [DCA 7 - Comissão Europeia](#) 14-03-2025

<sup>30</sup> [Diretiva Comércio Eletrónico | Shaping Europe's digital future](#) 14-03-2025

<sup>31</sup> <http://data.europa.eu/eli/dir/2021/514/oj> 14-03-2025

De acordo com o portal da UE, a DAC 7 entrou em vigor em 1 de janeiro de 2023, e a primeira troca de informações relativa ao ano civil de 2023 teve lugar no final de fevereiro de 2024.

Podemos constatar que tem existido um esforço significativo da UE em reforçar os controlos sobre o comércio eletrónico nas diversas áreas, tanto reforçando as obrigações em matéria de liquidação de impostos como o reforço nas obrigações de reporte das operações realizadas por plataformas eletrónicas.

### **5.1. A fraude ao IVA no comércio eletrónico**

A fraude fiscal no comércio eletrónico refere-se a práticas ilícitas realizadas por indivíduos ou empresas que, ao efetuarem transações online, procuram evitar ou reduzir o pagamento de impostos devidos, como o Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA) e direitos aduaneiros. Estas práticas incluem a ocultação de receitas, subfacturação, não declaração de vendas, utilização de documentos falsos e outras formas de manipulação destinadas a diminuir a carga tributária. Tais ações comprometem a arrecadação fiscal dos governos, criam concorrência desleal e afetam negativamente a economia formal (Ferreira, 2018).

Ou seja, no sentido amplo, a fraude fiscal no *e-commerce* traduz-se num esquema ilícito ou de má-fé criado com o intuito de obter ganhos além do que se deveria obter em qualquer situação que inclua uma transação de compra e venda por via de canais eletrónicos.

De acordo com a revista Autentify (2020), “a fraude de comércio eletrónico é qualquer tipo de fraude que ocorre em uma plataforma de comércio eletrónico. O uso de um cartão de crédito roubado ou falso, a identidade falsa e a publicidade de fraude afiliada são formas de fraude de comércio eletrónico.”

Deste modo as preocupações da UE e dos diversos Estados membros incluindo Portugal, passam por identificar os meios que podem ser utilizados para evitar as fraudes que têm surgido cada vez de forma mais frequente, em resultado dos avanços tecnológicos.

Segundo a EUROPOL “a fraude ao IVA é uma forma de fraude fiscal altamente complexa que se baseia no abuso das regras do IVA para as transações transfronteiriças. Os autores de fraudes

no IVA geram milhares de milhões de euros em lucros ao evitarem o pagamento do IVA ou ao reclamarem fraudulentamente reembolsos de IVA às autoridades nacionais.”<sup>32</sup>

Do ponto de vista de Smith e Keen (2007), existem varios tipos de fraude que podem surgir no âmbito do IVA, como por exemplo:

- Vendas subnotificadas- “um comerciante pode reportar apenas uma parte das vendas, falsificando registos e contas correspondente. Ao abrigo do iva, eles podem não emitir uma fatura.”
- Classificação incorreta de mercadorias- “quando os comerciantes realizam vendas sujeitos a impostos, a taxas diferentes, ou algumas das quais estão fora do ambito do imposto (itens isentos ao abrigo do IVA), podem reduzir a sua responsabilidade exagerando a proporção das vendas em categorias com impostos mais baixos”.
- Imposto cobrado mas não remetido- “isto pode ser possível por meio de contabilidade falsa, onde normalmente envolvem empresas registadas cobrando IVA de seus clientes, mas desaparecendo antes de pagar impostos as autoridades”.
- Bens importados não tributados- “Se o imposto não for cobrado na fronteira, então existe um ganho potencial na compra de bens importados isentos de impostos e na sua posterior revenda no mercado interno”.

Conforme foi publicado no Jornal Oficial da União Europeia [P8\_TA(2016)0453] <sup>(33)</sup>, (que retrata sobre a resolução do Parlamento Europeu de 24 de novembro de 2016, relativamente à passagem para um regime defetivo do IVA e da luta contra a fraude ao IVA), “a não cobrança do IVA devido à falência ou erros de calculo, que de acordo com estimativas o *‘Hiato do IVA’*<sup>(34)</sup> ascende cerca de 170 mil milhões de euros por ano.”

Por outro lado, o relatório especial do Tribunal de Contas Europeu apresentado em 2019 (TCE, 2019) salienta que “embora não estejam disponíveis estimativas sobre o montante do IVA que fica por cobrar nas prestações transfronteiriças de serviços, estima-se que as perdas respeitantes

---

<sup>32</sup> <https://www.europol.europa.eu/crime-areas/economic-crime/mtic-missing-trader-intra-community-fraud> 17-06-2024

<sup>33</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016IP0453> 17-06-2024

<sup>34</sup> “O hiato do IVA corresponde à diferença entre o IVA teórico que deveria ser arrecadado pela Administrações Públicas e o valor do IVA efetivamente cobrado. Este indicador resulta, não só de fenómenos de evasão fiscal, mas também de otimização fiscal, insolvências de empresas, recuperação de dívidas de IVA e outros fatores relacionados com as próprias dificuldades de cálculo do IVA teórico”. ([Hiato ou Gap do IVA | Glossário | CFP](#)).

a entregas de bens de baixo valor provenientes de países terceiros poderão ascender a cinco mil milhões de euros por ano”.<sup>35</sup>

A respeito disto, o Parlamento Europeu aprovou no ano de 2019 algumas medidas de modo a combater a fraude ao IVA no comércio eletrónico, onde também inclui novas obrigações atribuídas aos prestadores de serviços. Essas medidas visam fortalecer o combate a fraude fiscal, exigindo mais transparência nas transações financeiras, e exigem que os prestadores de serviços de pagamentos tenham de guardar registos mais detalhados das transações de forma a facilitar a investigação de fraudes. Além disso, determinam que as autoridades fiscais dos Estados- Membros colem e compartilhem entre si esses dados sobre os pagamentos, facilitando a deteção de irregularidades fiscais. De acordo com o disposto na resolução do Parlamento Europeu<sup>36</sup>, algumas dessas medidas incluem:

- Extensão da tecnologia de cadeia de blocos (*blockchain*), a fim de ser utilizada para proteger melhor os dados pessoais e melhorar o intercambio de informações em linha pelas autoridades fiscais;
- A determinação de um valor mínimo de pagamento que ativa a obrigação de comunicação por parte dos prestadores de serviços, a fim de ajudar os Estados- Membros a combater a fraude ao IVA no comércio eletrónico e a detetar autores de fraudes.
- A comissão europeia juntamente com os Estados- Membros devem desenvolver uma abordagem estatística comum para a quantificação e a análise da fraude, de modo a dispor de dados comparáveis sobre a fraude intracomunitária em matéria de IVA;
- Deve ser possível a comissão efetuar visitas aos Estados- Membros para avaliar o funcionamento das modalidades de cooperação administrativa;
- O relatório anual do Eurofisc deverá examinar a questão de saber se os recursos que lhe são atribuídos são adequados e suficientes para melhorar a cooperação entre os Estados- Membros e combater eficazmente a fraude ao IVA;
- Todos os Estados- Membros são convidados a tomar medidas para reduzir a percentagem de respostas tardias, e a melhorar a qualidade dos pedidos de informação, e estes deverão informar a comissão sobre essas medidas.

---

<sup>35</sup>[https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR19\\_12/SR\\_ECOMMERCE\\_VULNERABILITY\\_TO\\_TAX\\_FRAUD\\_PT.pdf](https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR19_12/SR_ECOMMERCE_VULNERABILITY_TO_TAX_FRAUD_PT.pdf) 12-10-2023

<sup>36</sup> Projeto de resolução legislativa do parlamento europeu, sobre a proposta de regulamento do conselho que altera o regulamento (UE) n.º 904/2010 no respeitante às medidas destinadas a reforçar a cooperação administrativa para combater a fraude ao iva ([com\(2018\)0813](#) – c9-0016/2019 – [2018/0413\(cns\)](#)) [PR CNS LegAct am](#) 12-10-2023

A fraude no comércio eletrônico é um desafio complexo que exige uma resposta atempada, portanto a adoção desses mecanismos busca combater a crescente complexidade desta realidade, nomeadamente quando diz respeito à arrecadação do IVA, de forma a reduzir significativamente este problema, e garantir que as empresas contribuam adequadamente e de forma justa para as economias locais.

## **5.2. A OCDE e a UE no combate à fraude e à evasão fiscal no comércio eletrônico**

A digitalização e a globalização, embora tenham trazidos avanços tanto tecnológicos como sociais e comerciais, impõem novos desafios ao sistema tributário internacional. A crescente desmaterialização da economia e a mobilidade de capitais, permite que empresas multinacionais explorem lacunas e minimizem seus encargos fiscais, o que leva a uma concorrência desleal, e torna cada vez mais um desafio para os governos para garantir uma tributação justa e eficiente.

Abreu (2020) argumenta que a discussão sobre a prevenção de atos ilícitos decorrentes da tributação do comércio eletrônico,

“teve início em 1996, quando o Comitê dos Assuntos Fiscais da OCDE se manifestou sobre o tema referente ao comércio eletrônico. Vários estudos foram desenvolvidos a partir dessas discussões e, em 2003, foram realizadas alterações aos comentários da convenção modelo da OCDE. Tais comentários foram alterados tendo como base a nova realidade trazida pelo comércio eletrônico.”

“A cooperação entre as autoridades tributárias dos Estados-Membros para combater a fraude fiscal tem sido baseada, normalmente, em registos detidos pelas empresas diretamente na operação tributável”. Contudo nem sempre essas informações podem estar disponíveis. “Deste modo, são necessárias ferramentas para que as autoridades tributárias possam combater eficazmente a fraude”.<sup>37</sup>

Neste sentido a UE em conjunto com a OCDE têm traçado planos e ações com o objetivo de evitar que a fraude e evasão fiscal no comércio eletrônico se propague ao ponto de fugir do seu controlo. Nestes termos, a UE tem a missão de fazer uma reforma nas políticas fiscais

---

<sup>37</sup> Dossiê interinstitucional: 2018/0413 (CNS)- União Europeia

prejudiciais e de criar códigos de conduta, de modo a limitar a concorrência fiscal desleal entre os Estados- Membros. De acordo com o Parlamento Europeu<sup>38</sup>,

“a feroz concorrência fiscal entre EM permite que a engenharia fiscal das empresas multinacionais evite a tributação de uma parte substancial dos seus lucros. Esses lucros, que deviam ser tributados no EM onde são realizados, acabam muitas vezes por ser tributados de forma mais favorável (ou não tributados) num EM diferente, onde as políticas fiscais foram concebidas e estruturadas para favorecer as grandes empresas e as empresas multinacionais.”

Juntamente com a reforma das políticas fiscais, a UE também tem o papel de contribuir para a promoção da transparência fiscal entre as empresas de comércio eletrônico. A comissão europeia tem apresentado ao longo dos anos pacotes de medidas para promover a transparência fiscal, combater a elisão e evasão fiscal das empresas e evitar a concorrência fiscal prejudicial na UE. A respeito disto, foi comunicado o primeiro pacote de transparência fiscal em 2015<sup>39</sup>, onde, de acordo com este documento “inclui uma proposta legislativa que introduz a troca automática de informações entre os EM sobre as suas decisões fiscais e uma comunicação que descreve uma serie de outras iniciativas para fazer avançar a agenda da transparência fiscal na EU”.

Ainda no ano de 2015 foi implementada pela comissão europeia a estratégia para o mercado único digital que “visa eliminar os obstáculos nacionais às transações em linha, baseando-se no conceito de mercado comum concebido para remover barreiras ao comércio entre os EM.”<sup>40</sup> A implementação desta estratégia permite aos utilizadores terem melhores condições ao acesso a informações, permite a redução dos custos de transação, e permite minimizar os impactos ambientais.

A OCDE por sua vez tem procurado encontrar soluções para a tributação das empresas digitais, através do estabelecimento de novos critérios claros para definir o local de tributação dessas empresas e promover a implementação de um imposto digital que seja aplicado de forma harmonizada pelos países europeus.

O propósito da OCDE neste contexto é estabelecer um regime fiscal internacional que promova equidade, eficácia e justiça, levando em consideração a natureza particular de uma economia

---

<sup>38</sup> Relatório - A9-0245/2021- [Parlamento Europeu](#)

<sup>39</sup> [Daily News 18 / 03/ 2015 \(europa.eu\)](#)

<sup>40</sup> [A ubiquidade do mercado único digital | Fichas temáticas sobre a União Europeia | Parlamento Europeu \(europa.eu\)](#)

digital globalizada. Neste sentido o Parlamento Europeu<sup>41</sup> aponta que “a pandemia de COVID-19 e o seu impacto nas bases tributáveis internas revelaram uma urgência em concluir rapidamente as negociações em curso sobre este regime fiscal internacional.” Para isso a comissão foi encarregue de trabalhar numa proposta relativa à tributação das empresas digitais. Esta proposta inclui nomeadamente:

- Que as empresas e os serviços digitais têm de pagar a sua quota-parte de impostos nos mercados de consumo, tal como as empresas e os serviços tradicionais.
- Que seja alargada a definição do âmbito de aplicação da tributação das empresa digitais, mas, simultaneamente, não prejudicar as empresas tradicionais, nomeadamente as PME. Convém que esta definição abranja não só os modelos empresariais altamente digitais, mas também, de um modo mais geral, as grandes empresas de consumo. O objetivo é o de criar um modelo de «conexão fiscal» que se baseie predominantemente nas vendas, e não na presença física.
- Que o Conselho Europeu avance com urgência com as iniciativas da Comissão destinadas a dar resposta à perda de receitas fiscais decorrente da não tributação dos modelos de negócio digitais.<sup>42</sup>

Com esta temática, podemos referir também o Relatório País-por-País (*Country-by-Country Report- CbCR*), que foi proposto pela diretiva 2016/881/UE de 25 de maio de 2016, com o objetivo de promover a troca automática de informações e reforçar a luta contra a fraude e evasão fiscal, pelo que, nos termos desta diretiva “as autoridades fiscais precisam de dispor de informações completas e relevantes sobre os grupos de empresas multinacionais no que diz respeito a sua estrutura, política de preços de transferência e transações internas dentro e fora da União.” Estas informações permitem às autoridades fiscais ter um maior controlo a fim de evitar com que sejam transferidos rendimentos para países onde a tributação é mais favorável, e permite também minimizar alguns aspetos relativos à fraude e evasão fiscal.

O CbCR constitui uma recomendação da OCDE no âmbito do plano de ação do BEPS (*Base Erosion and profit shifting*) onde basicamente consta, de acordo com a Deloitte<sup>43</sup>, que “as regras de comunicação pública por país da UE exigirão que as empresas multinacionais preparem e divulguem um novo conjunto de dados ao público em geral”.

Na perspetiva de Viegas (2024) o CbCR “tornou-se uma ferramenta fundamental na luta global contra a evasão fiscal e a transferência de lucros, tornou-se um exemplo de cooperação entre estados soberanos. O seu desenvolvimento e refinamento contínuos refletem a natureza em

---

<sup>41</sup> [RELATÓRIO sobre a tributação da economia digital: negociações na OCDE, domicílio fiscal das empresas digitais e possível imposto digital europeu | A9-0103/2021 | Parlamento Europeu](#)

<sup>42</sup> *ibidem*

<sup>43</sup> [Obrigações de comunicação pública por país da UE \(deloitte.com\)](#) 18-03-2024

evolução da tributação internacional e o compromisso dos governos em garantir um campo de jogo justo e equitativo para as empresas.”

Em suma, ao exigir que as multinacionais divulguem informações detalhadas sobre suas operações em cada país, o CbCR promove uma maior equidade fiscal, garantindo que essas empresas contribuam de forma justa para os cofres públicos dos países onde geram seus lucros, e reduzindo a possibilidade de que elas utilizem paraísos fiscais para evitar o pagamento dos impostos.

Como pode-se observar apenas a adaptação da legislação e reforma do sistema fiscal por si só não parece suficiente para evitar fraude e evasão fiscal no comércio eletrônico, entretanto ao combinar e implementar todo um conjunto de ações, contribuem significativamente para a criação de um ambiente mais justo e transparente no comércio eletrônico, reduzindo à evasão fiscal e garantindo que as empresas especialmente as grandes plataforma digitais, sejam tributadas de maneira adequada, independentemente de onde estejam localizados a operar.

## **6. O impacto da pandemia do COVID-19 no comércio eletrônico**

A COVID-19, doença que teve sua origem no final de 2019, que se disseminou pelo mundo em 2020 foi um facto histórico que levou a que o mundo inteiro enfrentasse mudanças drásticas, começando por levar as pessoas a se isolarem indo para o confinamento para evitar contágios, e conseqüentemente isto limitou as suas saídas para compras. Para os comerciantes a existência de lojas físicas, que até então era a forma predominante de comércio, com os confinamentos deu espaço para incentivar o comércio digital. Conforme aponta Gonçalves (2022) “as atividades culturais, como o teatro, o cinema e os concertos, que também ajudavam as vendas nas lojas físicas foram suspensas e trocadas, naquilo que foi possível, pela difusão online.” Neste sentido, houve uma necessidade de mudar totalmente a forma de ver e fazer as coisas.

É nesta altura que o comércio eletrônico teve um grande incremento, aumentando assim as ofertas de vendas em plataformas digitais, no mesmo ritmo que a procura neste mercado também aumentou de forma significativa.

Na perspectiva de Spatari (2020), a pandemia causou um impacto significativo no cenário global do retalho, funcionando como um verdadeiro teste de resistência para o setor comercial como um todo. Enquanto algumas empresas de comércio eletrônico prosperaram com o aumento da procura online, outras, como as que dependiam de vendas de bilhetes de avião e entretenimento, foram fortemente impactadas. No comércio tradicional, supermercados conseguiram manter suas operações e expandir as entregas online, mas retalhistas de setores como moda rápida, eletrodomésticos e livrarias, cujas lojas físicas fecharam, tiveram pouca compensação nas vendas pela Internet.

Partilhando da opinião de Laudon e Traver (2022), a pandemia alavancou o negócio de muitas empresas principalmente os marketplaces, pelo que o volume de negócios dessas empresas aumentou devido ao confinamento, pelo contrário tal não aconteceu para as empresas com lojas físicas, na medida em que muitos chegaram até a insolvência.

De acordo com Spatari (2020), “em geral, a pandemia foi uma bênção para as empresas de comércio eletrônico. O confinamento global e a relutância na interação física levaram os clientes as compras eletrônicas, impulsionando a um aumento substancial do número de ativos e pedidos, bem como do volume de vendas e de receitas”. Por outro lado, a pandemia quase que obrigou os consumidores a aprender a utilizar os serviços de compras online, o que constituiu um grande desafio principalmente para a população mais velha, que na maioria das vezes

tiveram de recorrer ao conhecimento dos mais jovens para poderem fazer compras online. E isto tudo proporcionou uma facilidade às empresas de comércio eletrónico que não tiveram muitos problemas no que diz respeito a arrecadação de novos clientes.

De acordo com o relatório do comércio eletrónico da ANACOM para o ano de 2021, em Portugal e na UE, associado aos efeitos da pandemia mais de 50% dos indivíduos fizeram transações por vias de internet, sendo que este trata-se do maior crescimento anual de todos os tempos.

De uma forma geral a pandemia acelerou de forma exponencial o crescimento do comércio eletrónico, que já vinha ganhando terreno nos últimos anos, ou seja, a pandemia acelerou uma transformação que já estava em curso, consolidando o comércio eletrónico como principal forma de consumo para muitos. As empresas que souberam adaptar-se a esta nova realidade e oferecer soluções inovadoras foram as que prosperaram mais neste período. No entanto o futuro do comércio eletrónico não se deu por garantido, na medida em que ainda apresenta muitos desafios tanto para as empresas como para os consumidores, desafios estes que precisam ser enfrentados para garantir a sustentabilidade e o crescimento deste setor.

## CAPÍTULO II- ANÁLISE DE RELATÓRIOS

A evolução do comércio eletrónico e os desafios fiscais a ele associados, discutidos no capítulo anterior, evidenciam a necessidade de uma abordagem analítica baseada em dados concretos. A globalização das transações digitais trouxe benefícios significativos para empresas e aos consumidores, mas também abriu espaço para práticas que comprometem a arrecadação dos impostos e desafiam o controle fiscal, exigindo medidas eficazes por parte das administrações tributárias.

Neste capítulo pretende-se fazer uma análise detalhada de dados<sup>44</sup> disponíveis em alguns relatórios publicados por instituições tais como a UE, OCDE, CTT (Correios de Portugal), ASAE (Autoridade de Segurança Alimentar e Económica), bem como com o auxílio de alguns dados estatísticos disponibilizados pelo site “Statista”<sup>45</sup>. Os dados contidos nestes relatórios oferecem uma visão abrangente sobre a evolução do comércio eletrónico tanto em Portugal como na UE, destacando os desafios enfrentados no âmbito da tributação do IVA, além de fornecer informações sobre o impacto da pandemia da COVID-19 no setor. Além disso, pretende-se analisar algumas das principais formas de fraude identificadas ao longo dos anos e compreender como a UE e os Estados-Membros têm respondido a essas questões.

Com base nos dados a serem analisados, colocam-se as seguintes questões:

- O comércio eletrónico tem apresentado um crescimento contínuo na União Europeia e em Portugal nos últimos anos. Questiona-se se terá sido impulsionado pela digitalização dos mercados e pelo aumento da confiança dos consumidores nas transações online.
- A pandemia da COVID-19 contribuiu significativamente para a intensificação do comércio eletrónico, alterando os padrões de consumo e exigindo adaptações no sistema fiscal?
- A tributação do comércio eletrónico, em especial no âmbito do IVA, enfrenta desafios estruturais, resultando em dificuldades de arrecadação e fiscalização por parte das autoridades tributárias?

---

<sup>44</sup> (Os dados e registos analisados neste capítulo são de autoria exclusivamente dos portais ou sites consultados, mas as análises são de autoria da estudante)

<sup>45</sup> [E-commerce em Portugal - estatísticas e factos | Estatística \(statista.com\)](https://www.statista.com/pt/estatisticas-e-factos/comercio-eletronico-em-portugal)

- Apesar das reformas fiscais implementadas, as fraudes e a evasão fiscal continuam a ser um problema relevante no comércio eletrônico, explorando lacunas na regulamentação e mecanismos de controlo fiscal?
- As autoridades fiscais da UE e dos Estados-Membros têm desenvolvido mecanismos de fiscalização mais rigorosos e implementado novas políticas para mitigar os riscos de fraude e evasão fiscal, visando uma tributação mais justa e eficiente?
- As evoluções recentes indicam que a luta contra a fraude e evasão fiscal no comércio eletrônico exigirá uma evolução contínua das políticas fiscais, acompanhando os avanços tecnológicos e a digitalização da economia?

Com esta análise, procura-se não apenas identificar as dificuldades enfrentadas pelos governos na tributação do comércio eletrônico, mas também destacar as oportunidades de melhoria e inovação que podem contribuir para um sistema fiscal mais eficiente e justo.

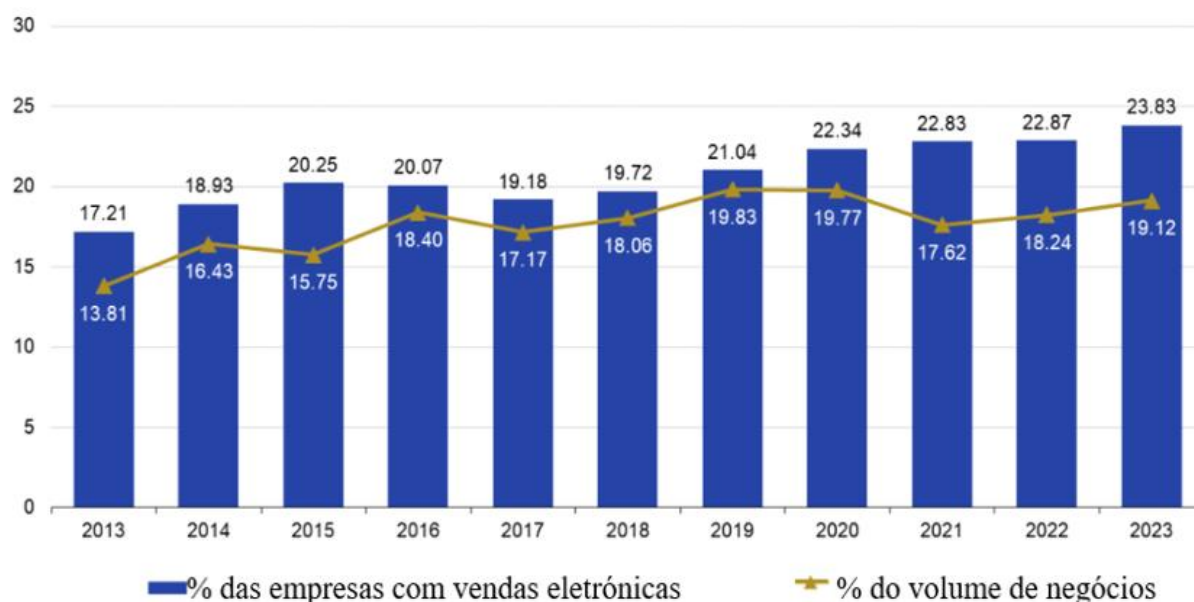
## 1. Utilização do comércio eletrónico na UE e em Portugal

### ➤ União Europeia

O comércio eletrónico, seja por meio de plataformas próprias ou por marketplaces externos, oferece inúmeras vantagens tanto para os vendedores quanto para os compradores. Estas plataformas desempenham um papel fundamental no crescimento económico das empresas. No entanto, só com uma boa gestão e utilização das mesmas se pode aproveitar as vantagens que estas proporcionam. Nos países da UE a recorrência a meios eletrónicos para efetuar vendas tem aumentado de uma forma significativa, o que está a transformar o comércio eletrónico na maior fonte de rendimentos das empresas, sobretudo naquelas que operam maioritariamente através de vendas eletrónicas.

De acordo com as estatísticas do comércio eletrónico publicados pelo Gabinete de Estatísticas da União Europeia (Eurostat)<sup>46</sup>, as vendas eletrónicas e o volume de negócios das empresas na UE, gerados através do *e-commerce*, têm registado um contínuo aumento nos últimos anos.

Na figura 4, podemos confirmar este aumento para o período de 2013-2023, anos que foram utilizados para aplicar o estudo.



**Figura 4:** Vendas eletrónicas e volume de negócios das empresas, da UE, 2013 a 2023

Fonte: Eurostat<sup>47</sup>

<sup>46</sup> [Estatísticas de comércio eletrónico - Estatísticas explicadas](#) 19-03-2025

<sup>47</sup> *ibidem*

A percentagem de empresas com vendas eletrônicas apresenta um crescimento contínuo de 17,21% em 2013 para 23,8% em 2023. Este crescimento reflete a tendência observada em vários países da UE, pelo que de acordo com a Eurostat, a transformação digital nas empresas tem sido incentivada por políticas governamentais, por uma infraestrutura tecnológica cada vez mais acessível, e pela maior aceitação do comércio eletrônico pelos consumidores.

A percentagem do volume de negócios das empresas gerado pelas vendas eletrônicas, também mostra uma tendência de aumento, passando de 13,8% em 2013 para 19,12% em 2023. Esta tendência é impulsionada pelo facto de que a partir do momento que as empresas provenientes do espaço europeu, adotaram o *e-commerce*, o acesso a mercados globais tornou-se mais fácil, pelo que conseguiram ampliar suas vendas além das fronteiras nacionais. Esse aspeto é particularmente relevante dentro da UE, onde o mercado único permite que as empresas vendam para diferentes países com menores barreiras.

No período entre 2019 e 2023, a figura mostra um crescimento notável na percentagem de empresas com vendas eletrônicas. Esse período coincidiu com a pandemia de COVID-19, que impulsionou significativamente o comércio eletrônico em toda a UE e no mundo. Durante este período, o comércio físico foi severamente restringido, forçando empresas e consumidores a adotarem rapidamente soluções digitais.

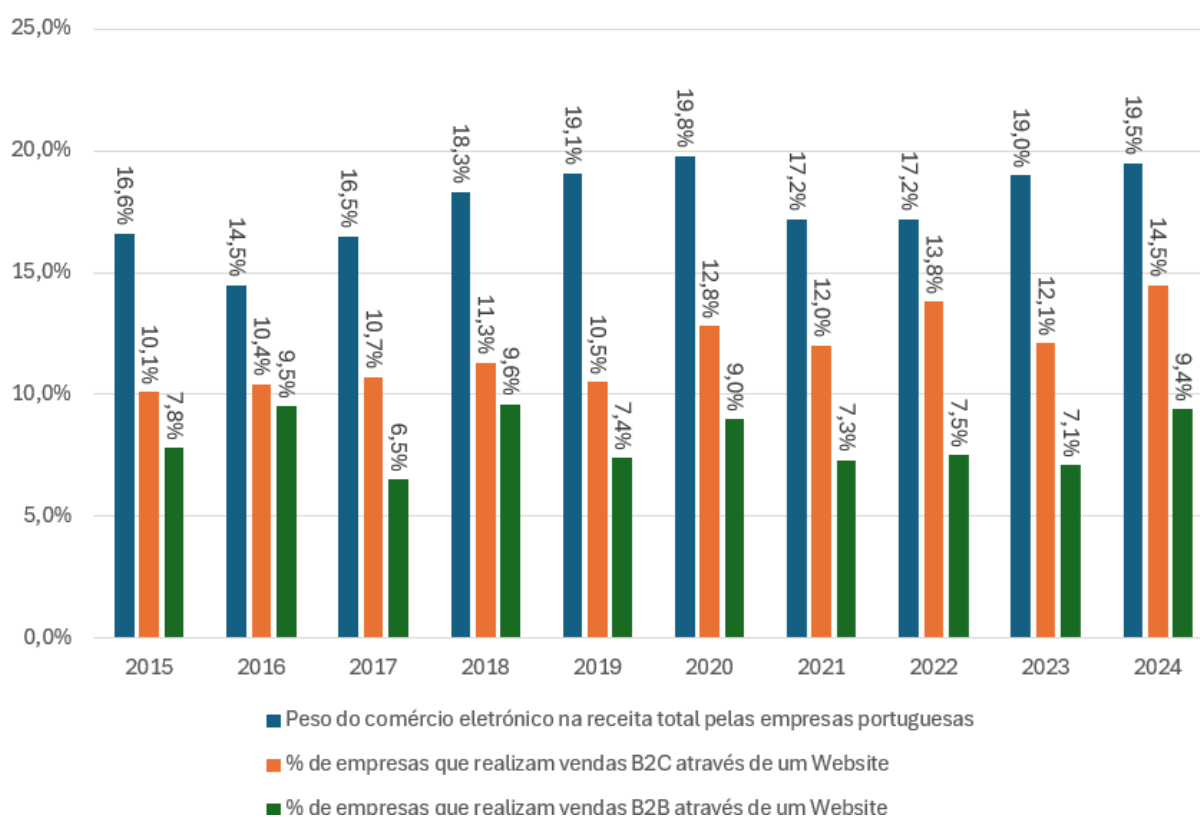
Embora a percentagem de empresas com vendas eletrônicas tenha aumentado durante a pandemia, os números neste mesmo período mostram uma irregularidade no crescimento do volume de negócios das empresas. Verifica-se que a percentagem de volume de negócios teve uma tendência de decréscimos nos anos de 2021, tendo registado um aumento a partir de 2022. Isto pode refletir uma normalização após o pico do comércio eletrônico em 2020, à medida que os consumidores voltaram a frequentar o comércio físico. Verifica-se também que, por o ano de 2021 ter correspondido ao ano da implementação das novas regras da UE em matéria de comércio eletrônico, onde as empresas tiveram de passar por alguns processos de adaptação, poderá ter criado algumas barreiras adicionais para as empresas na sua adaptação.

Podemos verificar que em geral existe um crescimento contínuo do comércio eletrônico na UE apesar de haver algumas oscilações ao longo dos anos. Observa-se ainda que, o período da pandemia do covid 19 teve um forte contributo no aumento do *e-commerce* na UE.

## ➤ Portugal

Tal como nos restantes países da UE, o crescimento do *e-commerce* em Portugal foi também significativo ao longo dos últimos anos, impulsionado por vários fatores, como a digitalização crescente da economia, o aumento da confiança dos consumidores nas compras online, a disponibilização de melhores condições nas plataformas e marketplaces, sem esquecer do impacto da pandemia de COVID-19, que acelerou ainda mais este processo. A respeito disto, Santos (2019 as cited in Pimenta 2019), reitera que, “a evolução da penetração de compras online em Portugal tem sido muito positiva, com significativa convergência com a média europeia. Este desenvolvimento decorre de uma oferta de elevada qualidade, como resposta à procura crescente.”

Neste sentido, podemos perceber este crescimento no estudo publicado por Luz (2024) no site “*Statista*”, onde compila dados com base em publicações disponibilizadas pela UE, onde demonstra o peso das vendas eletrónicas no volume de negócio anual das empresas portuguesas, bem como a percentagem de empresas que realizam vendas B2C e B2B, utilizando como base o período de 2015-2024. (Figura 5)



**Figura 5:** O comércio eletrónico nas empresas portuguesas, 2015 a 2024

**Fonte:** Adaptado de Luz (2024)

Como podemos verificar através dos dados acima, o peso do comércio eletrônico no volume de negócios anual das empresas portuguesas aumentou de 16,6% em 2015 para 19,5% em 2024. Embora tenha havido pequenas oscilações ao longo dos anos (como a queda para 14,5% em 2016), a tendência geral é de crescimento constante. Isso reflete o fortalecimento do *e-commerce* em Portugal, com as empresas a aproveitar cada vez mais o potencial do comércio online para complementar as vendas físicas e expandir seus mercados. Verificamos ainda um aumento sólido e constante na relevância do comércio eletrônico nas receitas totais, particularmente após 2018 a 2024. No entanto podemos observar que os anos de 2021 e 2022 o peso da receita total no *e-commerce* diminuiu 2,6 p.p., onde a percentagem manteve-se constante nesses dois anos. Este fator pode ser explicado pela necessidade de adaptação das empresas portuguesas, devido a período da pandemia do COVID 19. Todavia, estes valores aumentaram a partir de 2023, com uma tendência para crescimento.

Relativamente as vendas B2C, constatamos que, a percentagem de empresas que realizam vendas B2C através de um website passou de 10,1% em 2015 para um pico de 14,5% em 2024, tendo registado uma queda para 12,1% em 2023. Isso pode ser explicado pela pandemia, que levou a um aumento significativo das vendas online em 2020 e 2021, à medida que os consumidores mudaram seus hábitos para o digital. Em 2022, muitas empresas aproveitaram essa tendência, mas em 2023, com a reabertura total do comércio físico e o retorno dos hábitos pré-pandêmicos, algumas empresas reduziram seu foco no *e-commerce*, priorizando outros canais de vendas, além do aumento da concorrência neste setor. Outro fator que pode ter desencadeado esta diminuição são mudanças nas políticas fiscais e regulatórias tanto a nível nacional como internacional, como por exemplo a introdução de novas regulamentações sobre a tributação do comércio eletrônico ou sobre o comércio transfronteiriço. No entanto, o ano de 2024 demonstra um crescimento de 2,4 p.p. em relação ao ano de 2023. Este aumento poderá ter sido devido ao aumento da familiarização dos consumidores com as plataformas digitais, e pelo fato de a UE e os EM terem implementado novas regulamentações que permitem a transparência fiscal no *e-commerce*, o que pode ter incentivado as empresas a formalizarem as suas vendas digitais.

A mesma situação já não procede sobre as vendas B2B, onde observa-se que a percentagem de empresas que realizam vendas B2B através de um website apresenta flutuações ao longo dos anos, sem uma tendência clara de crescimento sustentado. Em 2015, 7,8% das empresas realizavam vendas B2B, subindo para 9,6% em 2018, mas caindo para 7,1% em 2023, onde aumenta para 9,4% em 2024. Isso pode indicar que o *e-commerce* B2B enfrenta desafios

específicos, como a complexidade das vendas entre empresas e a possível preferência por canais mais tradicionais de negociação.

Quando comparado as duas vertentes de comércio podemos concluir que, enquanto o B2C cresce de forma mais estável, as vendas B2B parecem enfrentar vários obstáculos, com um declínio notável em 2023. Outro ponto que se destaca, é que a pandemia de COVID-19 desempenhou um papel significativo tanto B2B como B2C. No entanto, o período pós pandemia (2022-2023) evidencia alguns ajustes no comportamento das empresas.

### ➤ Síntese

Os resultados desta análise, demonstram que tanto em Portugal quanto na UE, o comércio eletrónico tem apresentado um crescimento constante ao longo dos últimos anos, com uma aceleração significativa durante a pandemia de COVID-19, visto que a pandemia forçou muitas empresas a migrarem para o digital, levando a um aumento nas vendas eletrónicas.

Verifica-se que embora Portugal siga as tendências de crescimento observada na UE, o ritmo de adoção do *e-commerce* em Portugal foi, um pouco mais lento em comparação com as economias mais desenvolvidas da UE. No entanto a adoção do comércio eletrónico acelerou nos últimos anos, especialmente durante e após a pandemia, colocando Portugal numa posição sólida em termos de crescimento.

Também podemos dizer que, a adoção do pacote de comércio eletrónico da União Europeia, implementado em 1 de julho de 2021, trouxe mudanças significativas para a regulamentação das vendas online dentro do mercado único europeu, o que pode ter tido um impacto na evolução do comércio eletrónico.

Tanto Portugal quanto a UE, tiveram um crescimento no comércio eletrónico na última década, com Portugal a acompanhar as tendências gerais da União Europeia, especialmente com a aceleração da digitalização durante a pandemia. A implementação do Pacote de Comércio Eletrónico da UE em 2021 trouxe simplificações fiscais que beneficiaram as empresas de *e-commerce*, promovendo um ambiente mais justo e competitivo.

## 2. Comércio eletrônico na pandemia do COVID-19

A pandemia da COVID-19 teve um impacto global, levando à implementação de políticas de confinamento para conter a propagação do vírus. Como consequência, diversas áreas foram afetadas, sendo o comércio uma das mais impactadas.

Neste cenário, muitas empresas registaram um crescimento nos seus negócios devido ao confinamento obrigatório, expandindo a sua carteira de clientes, aumentando as vendas para novos mercados e investindo no comércio eletrônico como um novo canal de venda. No entanto, nem todas as empresas conseguiram beneficiar desse crescimento, uma vez que a transição para o comércio eletrônico exigiu novos investimentos, e uma construção de confiança junto ao consumidor.

Dessa forma, muitas empresas que não conseguiram adaptar-se às novas exigências do mercado acabaram por encerrar as suas atividades devido às dificuldades impostas pelo contexto pandémico.

Vários foram os relatórios publicados para explicar o efeito da pandemia no comércio eletrônico. Em Portugal pode-se destacar o relatório publicado pelo CTT (CTT, 2020)<sup>48</sup> que consideram o ano 2020 como “o grande salto do e-commerce”. Este relatório reflete o impacto significativo da pandemia de COVID-19 em Portugal, e também demonstra que a pandemia atuou como um catalisador, acelerando o crescimento do *e-commerce* de uma forma sem precedentes.

Nos primeiros meses da pandemia, principalmente após março de 2020, o *e-commerce* alcançou um grande patamar, que segundo os dados do relatório, representou dez anos de crescimento acumulado em apenas 90 dias, pelo que este aumento foi impulsionado pela obrigação de isolamento social, que fechou grande parte do comércio físico, forçando os consumidores a migrarem para o ambiente online.

O relatório aponta que o impacto da pandemia foi tão significativo, que originou numa mudança no comportamento do consumidor, bem como um aumento da digitalização e adaptação dos retalhistas. O fator conveniência foi destacado como o principal motivo para o aumento das compras online. No entanto, as limitações de mobilidade fizeram com que os consumidores valorizassem a possibilidade de comprar a qualquer hora e de qualquer lugar. Por outro lado, os

---

<sup>48</sup> [Relatorio\\_e-commerce\\_2020.pdf](#) 06-09-2024

retalhistas tiveram de se adaptar rapidamente a este aumento na procura online, onde muitos pequenos comerciantes iniciaram seus primeiros passos na digitalização dos seus negócios.

Neste relatório, podemos observar que a pandemia não apenas impulsionou o *e-commerce* no curto prazo, mas também transformou permanentemente o comportamento dos consumidores.

O relatório dos CTT (2020) evidencia que, a pandemia de COVID-19 redefiniu o cenário do *e-commerce* em Portugal, acelerando tendências já em curso e exigindo rápidas adaptações de todos os envolvidos no setor, desde consumidores até grandes e pequenos retalhistas.

A nível da União Europeia, podemos observar através do relatório publicado pela OCDE (2020) que tal como em Portugal a crise da pandemia acelerou significativamente a adoção do comércio eletrónico nos restantes países da UE, repercutindo-se em diferentes segmentos.

De acordo com este relatório, a procura por itens de primeira necessidade, como alimentos e produtos de higiene, aumentou de forma significativa, enquanto a procura por itens relacionados a viagens e lazer diminuiu. Esta diminuição foi impulsionada particularmente pela necessidade de distanciamento social e das restrições de mobilidade impostas neste período.

O relatório aponta que na UE as vendas online cresceram 30% em abril de 2020, em comparação com o ano anterior, enquanto as vendas físicas caíram em 17,9% neste mesmo período. Estes valores refletem como a pandemia acelerou a transição para o comércio eletrónico, ao mesmo tempo em que as vendas tradicionais foram diretamente afetadas pelas medidas de confinamento e pelo comportamento dos consumidores mais cautelosos.

Apesar da pandemia ser considerada um impulsionador do comércio eletrónico, o relatório da OCDE (2020) demonstra que este fenómeno não foi muito bem-acolhido em diversas empresas devido às mudanças digitais persistentes, que implicam na adaptação das empresas principalmente as de pequeno porte. Embora muitos destes desafios já existiam antes da pandemia, a crise acabou por evidenciar diversas lacunas, principalmente no que diz respeito a conectividade digital em zonas mais remotas, o que carece de atenção pública.

A pandemia catalisou uma transformação do comércio eletrónico na UE, levando a mudanças estruturais, que podem moldar o futuro do setor. Governos e empresas tiveram de enfrentar desafios regulatórios e de infraestruturas para garantir que todos fossem capazes de participar e de beneficiar desta nova realidade digital. O contexto da pandemia criou uma situação única, onde a procura por compras virtuais tornou-se essencial para suprir as necessidades cotidianas dos consumidores, resultando num volume e valor de vendas online sem precedentes.

### 3. Os desafios do IVA no comércio eletrônico

Mesmo após anos de implementação de novas tecnologias para acompanhar o processo de comércio eletrônico e minimizar os desafios decorrentes da tributação em sede do IVA, a União Europeia, tem demonstrado insatisfação na sua implementação, admitindo que ainda existem falhas no sistema, e desafios que ainda não foram ultrapassados.

No ano de 2019 o Tribunal de Contas Europeu, após uma auditoria aos Estados-Membros da UE, lançou um relatório intitulado de “relatório especial nº 12”, onde retrata basicamente os desafios enfrentados pela UE na cobrança do IVA e dos direitos aduaneiros sobre o comércio eletrônico, tanto de bens quanto de serviços (TCE, 2019)<sup>49</sup>.

Neste relatório encontra-se destacado, que o *e-commerce* na UE tem crescido de forma significativa, tanto em volume de transações quanto em número de empresas que utilizam plataformas online para vender bens e serviços. Os números provam que essencialmente no ano de 2017, uma em cada cinco empresas dos países membros da UE realizaram vendas online, demonstrando um aumento significativo quando comparado com os meados de 2008.

No entanto, o referido neste relatório (TCE, 2019), relata que devido a este aumento, a UE, tem vindo a enfrentar alguns riscos e desafios no que diz respeito à cobrança do IVA, sobre o *e-commerce*. Estes riscos e desafios são nomeadamente:

Fragilidade do sistema- o que significa que o sistema de cobrança de IVA e de direitos aduaneiros continua a apresentar várias fragilidades, que afetam diretamente os orçamentos dos EM. Um dos principais problemas observado, é a dependência da cooperação voluntária dos operadores, o que gera riscos de sonegação fiscal e de fraudes. Esta questão decorre do fato de que o sistema atual de cobrança de IVA e direitos aduaneiros depende essencialmente da declaração voluntária dos operadores, tanto da UE quanto de países terceiros. Os operadores devem se registrar e pagar o IVA de forma voluntária, sem que as autoridades tenham meios eficientes para fiscalizar de forma proativa ou forçar a conformidade, especialmente para empresas de fora da União Europeia. Isso cria uma vulnerabilidade no sistema, onde muitos operadores podem optar por não registrar ou subdeclarar suas transações para assim evitar o pagamento integral dos impostos.

---

<sup>49</sup> <https://op.europa.eu/webpub/eca/special-reports/e-commerce-12-2019/pt/index.html#chapter0> 30-08-2024

Este relatório menciona que, os Estados-Membros não têm poder de fiscalização sobre operadores de fora da sua jurisdição, o que torna difícil garantir a cobrança do IVA nos países de consumo. Adicionalmente, há baixa motivação para os Estados-Membros de identificação realizarem auditorias rigorosas, uma vez que o IVA cobrado beneficiará o Estado-Membro de consumo, e não o de identificação.

Outro risco detetado ao longo do relatório é subavaliação de bens, onde o relatório demonstra que as remessas de baixo valor provenientes de países terceiros frequentemente são subavaliadas para evitar o pagamento de IVA e de direitos aduaneiros, resultando assim em perdas significativas de receitas para as autoridades fiscais. Esta situação facilita fraudes fiscais, principalmente quando subavaliam os bens abaixo dos limiares estipulados pelo regime de OSS, nomeadamente na isenção do IVA em pequenas remessas de valor inferior a 22€, e ou isenção dos direitos aduaneiros em remessas de valor intrínseco não superior a 150€.

O relatório revela que essa prática de subavaliação é um método comum de evasão fiscal no comércio eletrônico, especialmente em transações transfronteiriças envolvendo operadores de países terceiros. A subavaliação afeta negativamente a arrecadação fiscal dos Estados-Membros, prejudicando tanto os orçamentos nacionais quanto o da própria UE.

O relatório aponta ainda, dificuldades no sistema do Mini Balcão Único (MOSS), existente até então, apontando que a eficácia deste sistema mostra limitações devido a troca incompleta de informações e a dependência da conformidade voluntária dos operadores, ainda que o sistema MOSS ajude a simplificar as declarações de IVA para serviços digitais. Isto é, se os fornecedores não se registarem no MOSS ou não declararem corretamente suas transações, as autoridades fiscais têm poucas ferramentas para garantir a cobrança total do IVA devido.

Um outro desafio muito debatido no relatório são as lacunas na eficiência dos mecanismos de cooperação administrativa, na medida em que os EM não estão a utilizar de forma correta a cooperação administrativa para a entrega de informações necessárias ao EUROFISC (rede europeia de cooperação entre as administrações fiscais dos Estados-Membros da União Europeia), para o intercâmbio de informações com os países terceiros, pelo que esta prática dificulta na arrecadação devida e correta dos direitos fiscais. No relatório o tribunal apela para a aplicação devida dos acordos de cooperação administrativa, a fim de aumentar a eficácia dos controlos e melhorar a garantia da cobrança de acordo com o quadro regulamentar.

Estes problemas refletem a necessidade de maior integração e uso de ferramentas tecnológicas para melhorar a eficiência e eficácia na cobrança do IVA e dos direitos aduaneiros, ou seja, estes

pontos pedem que haja uma reforma urgente no sistema. O relatório aponta que embora não haja uma estimativa concreta sobre as perdas relativamente às receitas fiscais de serviços transfronteiriços, a comissão europeia estima que as perdas relativas à entrega de bens de baixo valor provenientes de países terceiros podem alcançar cerca de 5 bilhões de euros anuais.

Expostos todos os desafios relativamente a cobrança do IVA e dos direitos aduaneiros, o tribunal recomenda que haja um reforço nos mecanismos de cooperação administrativa para fortalecer a cooperação internacional; recomenda que seja aumentado a eficácia dos controles, tanto das vendas à distancia de bens, quanto das remessas de baixo valor provenientes de fora da UE; e sugere ainda que seja explorado o uso de sistemas baseados em tecnologias emergentes, como moedas digitais, para combater fraudes no comércio eletrônico e garantir a cobrança das receitas fiscais.

O relatório conclui que, apesar das mudanças positivas, a UE, ainda não está a resolver completamente as lacunas no sistema de cobrança de IVA, especialmente no que se refere ao comércio eletrônico e às transações transfronteiriças.

Diante destes desafios, a UE tem procurado aprimorar os mecanismos de controle fiscal, e reforçar a sua estratégia de cooperação administrativa. O novo modelo que impõe novas regras em sede do IVA aplicáveis a operações de comércio eletrônico, em vigor desde julho de 2021 representa um avanço para mitigar algumas das situações detetadas neste relatório, que ainda hoje não foram totalmente resolvidas.

Uma outra medida para mitigar os desafios expostos por este relatório é a DAC 7, implementada em 2023 que começou a produzir efeitos em 2024, uma vez que o seu objetivo é eliminar as lacunas na eficiência dos mecanismos da cooperação administrativa dos EM, reforçando a transparência fiscal e garantindo a troca automática de informações sobre rendimentos gerados em plataformas digitais, visando combater a fraude e a evasão fiscal em plataformas digitais.

#### 4. Fraude e evasão fiscal no comércio eletrónico

Tal como já referido ao longo deste trabalho, nos últimos anos, o setor de comércio eletrónico tem apresentado tendências de crescimento, impulsionado pela digitalização por todo o mundo como pela pandemia de COVID-19, que levou tanto consumidores quanto empresas a transferirem ou migrarem suas operações para o meio digital. Entretanto, este crescimento representa novos obstáculos para os órgãos de fiscalização, principalmente em relação a fraudes e evasão fiscal. A essência virtual e internacional do comércio eletrónico torna a supervisão mais complexa e promove a utilização de brechas na regulamentação. Neste sentido muitos são os meios explorados para facilitar praticas evasivas ao cumprimento de obrigações de natureza fiscal.

Ciente destes factos, uma das instituições que tem promovido orientações estratégicas de controlo em Portugal, a fim de minimizar estas lacunas é a Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE), como podemos verificar no relatório sobre o reforço da fiscalização do comércio eletrónico publicado em julho de 2021<sup>50</sup>. Neste relatório é referido que a ASAE busca assegurar que as atividades de *e-commerce* estejam em conformidade com as normas de segurança e qualidade, tanto para proteger o consumidor como para garantir a competitividade justa entre as empresas.

A ASAE tem reforçado o seu controlo sobre produtos que envolvem a segurança e saúde pública, sendo esta uma área crucial devido a grande número de produtos disponíveis online cujas vendas e respetiva publicação não cumprem com as normas de segurança. No entanto, os dados publicados no relatório apontam para um número significativo de infrações detetadas durante as inspeções de *e-commerce*.

Os quadros que se seguem demonstram as principais infrações detetadas durante o período de controlo (ano de 2021), distinguindo em processos-crime (CR) e processos de contraordenação (CO), através de diversas variáveis.

---

<sup>50</sup><https://www.asae.gov.pt/newsletter2/asaenews-n-123-julho-2021/-asae-acompanha-a-evolucao-do-comercio-eletronico-com-o-reforco-de-fiscalizacoes-em-ambiente-virtual.aspx> 14-09-2024

Infração (CR)	nº	%
Venda ou ocultação de produtos	90	52%
Crime de especulação	19	11%
Contafação, imitação e uso ilegal de marca	14	8%
Distribuição e venda irregulares de títulos de ingresso para espetáculo desportivo	13	8%
Fraude sobre mercadorias	10	6%
<b>Total</b>	<b>146</b>	<b>85%</b>

*Tabela 7: Principais Infrações relativas a processos-crime (CR)*

Infração (CO)	nº	%
Desrespeito das regras do anúncio de venda com redução de preços	743	17%
Falta de fornecimento ao consumidor, em tempo útil e de forma clara e compreensível	728	17%
Falta de livro de reclamações em formato eletrónico	605	14%
Falta de divulgação, em local visível e de forma destacada, nos sítios da internet dos fornecedores de bens e prestação de serviços do acesso a plataformas digitais	574	13%
Disponibilização, divulgação ou comercialização de alojamento através de plataformas eletrónicas sem identificação do número de registo	386	9%
<b>Total</b>	<b>3036</b>	<b>69%</b>

*Tabela 6: Principais Infrações relativas a processos de contraordenação (CO)*

**Fonte:** ASAE (2021)

Na tabela 6, verificamos que a infração mais comum é a venda ou ocultação de produtos (indica praticas ilícitas como por exemplo a não declaração de mercadorias para evitar pagamento de impostos, e de acordo com o art. 321º do código de propriedade industrial esta prática é punível com pena de prisão até 18 meses ou com pena de multa até 120 dias.<sup>51</sup>) representando mais de 50% dos casos de processos-crime. Esse alto índice sugere que a prática de esconder informações sobre produtos ou vendas permanece relevante, possivelmente com a intenção de evitar restrições legais ou normativas, entretanto, a fraude sobre mercadorias aponta o menor nível de ocorrências, levando a crer que as práticas de engano em relação à natureza ou qualidade dos produtos não são tão frequentes.

Por outro lado, a tabela 7 mostra-nos que o desrespeito das regras do anúncio de venda com redução de preços (refere a praticas comerciais que violam normas legais relacionadas a publicidade e a aplicação de descontos em produtos ou serviços<sup>52</sup>) e a falta de fornecimento ao consumidor em tempo útil e de forma clara e compreensível (os consumidores têm direito a ser informados de forma completa, objetiva e adequada sobre os bens e serviços que lhes são fornecidos. Esta informação deve ser prestada em língua portuguesa e incluir características essenciais, preço, qualidade, riscos associados e condições de aquisição<sup>53</sup>), apresentam as maiores percentagens de processos de contraordenação totalizando 17% cada, dos casos. Isso significa que existe uma distorção na conformidade das operações, devido a tentativas de atrair clientes de forma desleal, e também pelo fato de muitos fornecedores não disponibilizarem informações claras e completas antes da compra, prejudicando a transparência e a tomada de

<sup>51</sup> [Acórdão do Tribunal da Relação de Coimbra](#) 20-03-2025

<sup>52</sup> DL n.º 57/2008, de 26 de março

<sup>53</sup> Artigo 8.º da Lei n.º 24/96, de 31 de julho

decisão do consumidor na hora da aquisição do produto ou serviço. Todavia pode-se dizer que, as várias categorias de processos de contraordenação analisadas ocupam percentagens um pouco reduzidas em relação aos processos de crime principalmente quando comparados com a venda ou ocultação de produtos.

A combinação destes dados enfatiza a importância da fiscalização no comércio eletrônico, com foco na proteção do consumidor tal como na sua conformidade com as regulamentações de mercado. O alto número de infrações apresentadas neste relatório, indica que ainda há lacunas significativas na forma como muitos operadores de comércio digital cumprem com suas obrigações legais. A continuidade e intensificação das ações fiscalizadoras da ASAE, com especial atenção para as infrações que ocorrem com maior frequência, pode contribuir para a correção dessas práticas e promover um ambiente de *e-commerce* mais ético e transparente. Esta situação favorece não só os consumidores, que passam a ter mais segurança, mas também os comerciantes que operam dentro das normas e que pretendem competir de maneira justa.

Relativamente ao comércio na EU, a OCDE publicou três relatórios que pretendemos analisar. Estes relatórios foram elaborados em períodos e temas distintas. O primeiro relatório foi publicado no ano de 2013 (OCDE, 2013), que aborda sobre como a “supressão de vendas eletrónicas” (ocorre quando uma empresa manipula seus sistemas de caixa registadora para ocultar ou reduzir o verdadeiro valor ou quantidade de vendas<sup>54</sup>) constitui uma ameaça as receitas fiscais, o segundo relatório foi publicado em 2017 (OCDE, 2017), onde especifica as ferramentas tecnológicas utilizadas para evitar a evasão e fraude fiscal, enquanto que o terceiro relatório publicado em 2021 (OCDE, 2021), retrata o uso indevido do comércio eletrônico enfatizando o comércio ilícito de bens falsos e as preocupações durante o período da pandemia de COVID-19.

O primeiro relatório aborda a prática de “supressão de vendas eletrónicas”, onde os sistemas de ponto de vendas (POS) (que foram implementadas nos negócios que envolvem numerário, bem como em algumas atividades específicas como restauração, que têm a obrigatoriedade de utilizar um sistema de caixas registadoras), são manipuladas para esconder transações e evitar o cumprimento de obrigações. Está implícito no relatório que ferramentas como

---

<sup>54</sup> [IVA no Reino Unido: Fraude através da supressão eletrônica de vendas – Prof. Alexandre Alcantara](#) 2-03-2025

“*phantomware*<sup>55</sup>” e “*zappers*<sup>56</sup>” foram utilizadas como meios de ocultação destas transações. Neste sentido é possível modificar ou apagar vendas, o que resulta numa subnotificação de receitas. Esta prática é especialmente prejudicial pois reduz significativamente as receitas fiscais, impactando setores como vendas e ou serviços de restauração, onde transações em dinheiro são comuns.

Para combater este tipo de fraude, o relatório sugere que os governos adotem estratégias mais abrangentes, incluindo auditorias especializadas que possam detetar manipulações nos sistemas POS. Além disso, recomenda-se a implementação de caixas fiscais certificadas, dispositivos que registam de forma segura todas as transações, garantindo a plenitude e segurança dos dados facilitando o processo de fiscalização pelas autoridades fiscais, uma vez que, o sistema de controlo de vendas e de transações se mostra insuficiente para fazer cumprir as leis fiscais e evitar práticas de fraude e de evasão fiscal.

Este relatório conclui que, a prática de supressão de vendas eletrónicas representa uma grande ameaça às receitas públicas e ao cumprimento de obrigações fiscais, e indica que é necessária uma intervenção rápida das autoridades tributárias a fim de fazer cumprir a lei e preservar o património público.

O segundo relatório foca no papel que as soluções tecnológicas desempenham no processo de combate à fraude e à evasão fiscal, onde se destaca o uso de registos eletrónicos de dados em tempo real como uma ferramenta eficaz, sendo que impede a manipulação dos registos de vendas e ajuda a manter a integridade e segurança dos dados fiscais.

Este relatório descreve que as tecnologias de gravação segura de dados permitem que as autoridades tributárias tenham acesso aos registos de forma remota e em tempo real, o que facilita e agiliza o trabalho dos que controlam os sistemas de transações e executam as inspeções, reduzindo a necessidade de inspeções presenciais. Neste sentido podemos dizer que a implementação de ferramentas tecnológicas para registos em tempo real, além de fazer cumprir as obrigações fiscais e o pagamento dos impostos de forma justa, ainda facilita o processo de controlo reduzindo custos nomeadamente de deslocações, onde conseguem ter acesso a dados legítimos através de acesso remoto. Assim, não só há preservação do património

---

<sup>55</sup> “*Phantomware* é um programa de software já instalado ou incorporado no software de aplicação de contabilidade ou sistema POS informatizado. Fica oculto ao utilizador e pode ser acedido clicando num botão invisível no ecrã ou numa sequência de comando específica ou combinação de teclas.”

<sup>56</sup> “*Zappers* são programas de software externos para realizar a supressão de vendas. São transportados em algum tipo de suporte eletrónico, como chaves USB, CDs removíveis, ou podem ser acedidos online através de um link da Internet.”

publico, como também há o desencorajamento de práticas fraudulentas, promovendo uma cultura de conformidade e de justiça fiscal.

Por fim, o terceiro relatório aborda o uso de plataformas de comércio eletrônico para a venda de produtos falsificados, tal configura uma modalidade de fraude e evasão fiscal, uma vez que implica a ausência de pagamento de impostos aduaneiros. De acordo com o relatório este tipo de fraude agravou durante o período da pandemia, com o aumento de vendas de produtos falsificados, incluído medicamentos e produtos de proteção contra a COVID-19, expondo os consumidores a riscos graves de segurança e principalmente de saúde.

Para enfrentar esta situação tanto a UE como outros países tiveram de adotar medidas para o combate destas fraudes, tais como a criação de memorandos de entendimento entre plataformas *de e-commerce*, proprietários de marcas e outras partes interessadas para promover boas práticas na luta contra a venda de bens falsos na internet. Estes acordos visam fortalecer a cooperação facilitando a identificação e bloqueio de sites que vendem produtos falsificados. Adicionalmente, este relatório destaca uma tendência crescente no uso de pequenos pacotes para facilitar o transporte dessas falsificações, tornando mais difícil a fiscalização nos canais de distribuição tradicionais. O que torna o trabalho das autoridades aduaneiras mais árduo, uma vez que o controle nos canais alfandegários se torna quase ineficaz.

Neste sentido propõe-se que a UE intensifique os canais de controle, a fim de minimizar a ocorrência dessas situações, de modo a tornar cada vez mais difícil, ou até impossível, que intenções fraudulentas encontrem brechas para se infiltrar nos canais eletrônicos, garantindo assim a segurança tanto do consumidor como da receita pública.

Concluindo, pela análise dos três relatórios compreendemos a complexidade e a proporção dos desafios enfrentados pela UE e os restantes países no combate à fraude e evasão fiscal no *e-commerce*. Ao longo dos relatórios analisados podemos verificar que estes conseguiram expor algumas das formas utilizadas para aproveitar as lacunas na lei na utilização de operações fraudulentas, e foram apresentadas soluções para fazer frente a estas lacunas. Os relatórios apontam a eficácia destas soluções em alguns países, indicando que cabe aos restantes adotarem e implementarem as mesmas medidas, fazendo com que sejam melhoradas e que sua eficácia seja ainda maior.

Verificamos ainda que os relatórios propõem um combinado de medidas de tecnologia avançada, auditoria especializada e colaboração entre as diversas instituições. Entretanto verificamos que estas medidas só se mostram eficazes quando coordenadas entre si e

implementadas de forma contínua, só assim será possível enfrentar com eficácia as práticas de fraude e evasão fiscal, promovendo um ambiente de concorrência justa, protegendo as receitas fiscais, e garantindo a segurança dos consumidores no espaço digital que se torna cada vez mais assustador.

## 5. Evoluções Recentes/ Perspetivas futuras

A Direção-Geral da Fiscalidade e da União Aduaneira (DG TAXUD, 2023) aponta que, dois anos após a implementação das novas regras para o pacote comércio eletrónico em 2021, “os valores atualizados das receitas apontam para uma aplicação bem-sucedida”. Os dados indicam que os Estados- Membros arrecadaram 2 mil milhões de euros em receitas do IVA apenas no ano de 2022, o que significa que a reforma nos sistemas de tributação do IVA imposta em 1 de julho de 2021 teve efeitos positivos. Segundo a comissão, ao longo de 2022, foram cobrados 2,5 mil milhões de euros através da cobrança do IVA sobre importações de produtos de comércio eletrónico. Este valor inclui as novas receitas do IVA gerados em resultado da eliminação da isenção do IVA aplicável anteriormente às importações de baixo valor, que eram altamente expostas a fraudes fiscais.

A DG TAXUD (2023) destaca que, após a implementação das novas regras houve um aumento de 26% das receitas de IVA cobrados por meio de sistemas eletrónicos, em relação aos números de 2021. Este crescimento significativo reflete o sucesso das novas regras fiscais no combate à evasão fiscal e na criação de um campo de atuação mais justo para as empresas dentro e fora da UE.

Em dezembro de 2022, a comissão apresentou o pacote do IVA para a era digital (ViDA), com o objetivo principal de “modernizar o sistema do IVA para o comércio digital de serviços, tornando-o mais complacente para os operadores, mas simultaneamente, mais robusto no combate a fraude e evasão fiscal. (Claro, 2023)” A Comissão propôs-se alargar o sistema OSS a um número ainda maior de operadores da UE, de modo que estes possam registar-se para efeitos de IVA apenas uma vez num Estado-Membro e cumprir as suas obrigações em matéria de IVA sobre as vendas em toda a UE através do OSS.

Esta proposta tem vindo a ser discutido pelos Estados- Membros desde a data da sua apresentação, pelo que de acordo com a KPMG (2024), a comissão publicou em 8 de maio de 2024, uma versão atualizada do pacote ViDA, que se este vier a ser adotado alteraria as regras de IVA da UE nas seguintes áreas:

“Alargar as regras da plataforma digital do IVA às plataformas que facilitam a prestação de serviços de transporte de passageiros e alojamento de curta duração; expandir o mecanismo único de registo e conformidade do IVA no âmbito do balcão único (OSS); introduzir um novo sistema de comunicação digital em tempo real baseado na faturação eletrónica para as empresas que operam a nível transfronteiriço na UE.”

Isto tudo significa que, as perspectivas propostas em 2024 é que as empresas que realizam transações transfronteiriças na UE, passam a ser obrigadas a emitir e receber faturas eletrônicas, com um sistema de relatórios digitais em tempo real submetidos às autoridades fiscais nacionais, e passa a ter um único registo de IVA para as empresas que vendem a consumidores em toda a UE. Isso visa combater a fraude fiscal e aumentar a transparência no comércio eletrônico.

Segundo a KPMG (2024), esta proposta foi discutida pelo Conselho dos Assuntos Económicos e Financeiros (ECOFIN), em maio de 2024, mas não chegou a um acordo político, pois ainda existe alguma discordância em relação às novas regras entre os EM. No entanto, caso estas propostas venham a ser adotadas, de acordo com a mesma fonte, as novas regras de registo da plataforma digital e do IVA único entrarão em vigor em 1 de julho de 2027, com algumas disposições técnicas a entrarem em vigor em 1 de janeiro de 2026. Porém, as regras em matéria de faturação eletrónica só entrarão em vigor a partir de 1 de julho de 2030.

A expansão do comércio eletrônico exige políticas fiscais cada vez mais adaptadas às especificidades do ambiente digital. Portanto, nos próximos anos, espera-se que as administrações fiscais se envolvam na criação de regulamentações mais flexíveis e específicas para capturar transações online de forma eficaz, acompanhando a rápida evolução tecnológica do setor.

A expectativa é que as plataformas de *e-commerce*, como marketplaces, assumam uma responsabilidade cada vez maior na conformidade fiscal, implementando mecanismos para verificar e reportar transações fiscais. Sendo assim, no futuro, poderá haver regulamentações mais robustas que exijam transparência nas operações destas plataformas, protegendo assim as receitas fiscais dos Estados.

A evolução do comércio eletrônico demonstra uma tendência para um futuro promissor, e apresenta um vasto campo de atuação com vista a aumentar a transparência no comércio eletrônico e suprir as brechas que dão lugar à fraude e à evasão fiscal. No entanto tudo isto ainda continua apenas em teoria, o que quer dizer que aos consumidores cumpre continuar a confiar e a apostar no sistema existente, e aos vendedores continuar a cumprir de forma justa e correta com as suas obrigações fiscais no que diz respeito ao comércio eletrônico, pois há um ambiente em constante evolução.

## Considerações finais

A presente análise permitiu-nos compreender os desafios inerentes a tributação do comércio eletrônico, um setor que tem crescido exponencialmente nos últimos anos, e que apesar dos avanços legislativos, ainda apresenta vulnerabilidades significativas no combate à fraude e à evasão fiscal neste setor. Um dos fenômenos que mais impulsionou o crescimento do comércio eletrônico foi a pandemia de COVID-19, que modificou drasticamente os hábitos de consumo e exigiu adaptações por parte dos sistemas fiscais para lidar com o aumento notável das vendas online.

A digitalização e a globalização trouxeram inúmeros benefícios para os consumidores e para as empresas, mas também revelaram lacunas fiscais que comprometem a arrecadação de receitas fiscais. Em resposta, a União Europeia implementou diversas reformas como o regime do Balcão Único (OSS), as novas regras do IVA para o comércio eletrônico que entraram em vigor desde 1 de julho de 2021, a Diretiva DAC 7 (em 2023), e mais recentemente a proposta do pacote “IVA na Era Digital” (ViDA). Estas iniciativas demonstram um esforço considerável para adaptar a legislação às novas dinâmicas do mercado digital e para combater práticas de fraude e evasão fiscal.

Contudo, ao longo deste trabalho, constatámos que a persistência de práticas fraudulentas exige uma contínua adaptação dos mecanismos de fiscalização pelas autoridades competentes. Neste contexto, a questão de investigação proposta: “Quais os principais desafios e estratégias adotadas pelas autoridades fiscais da União Europeia para garantir uma tributação eficaz e justa no comércio eletrônico?”, revelou-se pertinente, uma vez que permitiu explorar não apenas as fragilidades do sistema atual, mas também as respostas institucionais em curso. Alinhado a esta questão foram estabelecidos objetivos específicos que durante a realização deste trabalho foram plenamente alcançados, proporcionando uma visão estruturada e crítica sobre a temática em análise.

A análise de diversos relatórios revelou que o crescimento do *e-commerce* impôs desafios significativos às administrações fiscais, exigindo o desenvolvimento de novos mecanismos de controlo e regulamentação. No que diz respeito à tributação, verificámos que a arrecadação do IVA enfrenta dificuldades específicas, sobretudo devido às particularidades das transações digitais, o que torna a fiscalização mais complexa.

Apesar dos esforços já empreendidos pela UE e pelos Estados-Membros, que até agora têm mostrado eficazes em vários aspetos, à fraude e à evasão fiscal continuam a explorar lacunas nos sistemas de controlo e regulamentação. Tal realidade evidencia a necessidade de um esforço contínuo e coordenado das autoridades fiscais para mitigar estes problemas.

Neste contexto, observámos que o crescimento do comércio eletrónico continua a ser um fenómeno notável na União Europeia. Em particular, durante a pandemia, este setor registou um crescimento acelerado, considerado por muitos como “o grande salto do *e-commerce*”. No período pós-pandemia, as empresas portuguesas e europeias demonstraram uma capacidade de adaptação positiva às novas realidades do mercado digital, evidenciada pelo bom desempenho observado em 2023 e 2024.

Finalmente, verificámos que, diante do cenário de crescimento a UE viu-se na obrigação de implementar melhorias nas políticas de tributação, uma vez que a rápida evolução do comércio eletrónico trouxe vários desafios principalmente no que toca ao IVA. As fragilidades no sistema de cobrança do IVA, a subavaliação de bens e as lacunas na eficiência dos mecanismos de cooperação administrativa entre os EM da UE, foram alguns dos desafios enfrentados na tributação do *e-commerce* que pudemos observar na análise dos relatórios. Apesar de existirem medidas que estejam a ser implementadas para superar tais obstáculos, ainda persistem lacunas que continuam a ser exploradas para fins de fraude e evasão fiscal.

Assim, conclui-se que a eficácia da tributação no comércio eletrónico dependerá, não apenas da criação de novas medidas legais e tecnológicas, mas também da capacidade de adaptação contínua às transformações do ambiente digital e da consolidação de um compromisso institucional sólido e colaborativo entre os diferentes intervenientes fiscais da União Europeia. As evoluções mais recentes evidenciam que o combate a fraude e à evasão fiscal exigirá um esforço permanente de atualização das políticas fiscais, de reforço nas capacidades de fiscalização e de promoção de uma cooperação administrativa mais eficiente, com vista à construção de um sistema tributário mais justo, transparente e eficaz e evitar situações de concorrência desleal.

## **Limitações e recomendações**

Como nota crítica, importa referir, que muitas das medidas adotadas pelas autoridades fiscais continuam a ter um caráter reativo, ou seja, surgem em resposta a problemas que vão sendo identificados, em vez de serem implementadas medidas que antecipam riscos que possam vir a surgir futuramente. O que pode dificultar o processo preventivo de situações que venham a surgir decorrentes da tributação do comércio eletrônico.

Adicionalmente, a eficácia destas medidas é frequentemente comprometida pela falta de uma cooperação administrativa eficaz entre os EM. As insuficiências na partilha de informações entre as diversas administrações fiscais dificultam a criação de um sistema eficiente, diminuindo os esforços dos diversos Estados no combate à fraude e à evasão fiscal.

Estas limitações evidenciam a complexidade do tema e reforçam a importância de estudos contínuos, capazes de acompanhar as mudanças constantes no comércio eletrônico e nas práticas de fiscalização para evitar fraudes e evasão fiscal decorrentes deste setor. Neste contexto deixamos as seguintes recomendações que possam ser seguidas para futuras investigações:

- Recomenda-se a análise do impacto das medidas já implementadas, nomeadamente o balcão único (OSS), e a DAC 7. Análises em diferentes períodos poderiam fornecer dados mais concretos sobre o impacto dessas medidas no combate à fraude e à evasão fiscal.
- Com o crescente uso de Cripto moedas, futuros trabalhos podem explorar como esses ativos influenciam as práticas de evasão fiscal e desenvolver recomendações sobre regulamentações que possam minimizar práticas sem prejudicar a inovação no setor de cripto ativos;
- Por fim, estudos comparativos entre diferentes países poderiam ajudar a entender como as diversas abordagens fiscais e regulamentares impactam o comércio eletrônico. Isso seria especialmente útil para identificar as melhores práticas internacionais e adaptar essas lições ao contexto europeu ou português.

## Referências

- Abreu, E. F. (Junho de 2020). O impacto da tecnologia Blockchain no Combate a fraude e evasão Fiscal. Portugal: Nova School of Law.
- Almeida, M. T. (2010). A tributação do Comércio Eletrónico On-line. Portugal: Universidade de Aveiro.
- ANACOM. (2004). O COMÉRCIO ELECTRÓNICO EM PORTUGAL\_ O QUADRO LEGAL E O NEGÓCIO. Portugal. Obtido de [www.anacom.pt](http://www.anacom.pt)
- Andrade, M. M. (2006). *Introdução a metodologia do trabalho científico*. Atlas SP, 7ªEdição.
- Autentify. (18 de 05 de 2020). *As 5 fraudes mais comuns no comércio eletrónico*. Obtido de <https://www.autentify.com.br/antifraude/5-fraudes-mais-comuns-comercio-eletronico/>
- BP, B. d. (2019). *Relatório dos Sistemas de Pagamentos*. Lisboa: Banco de Portugal.
- BP, B. d. (2020). *Relatório dos Sistemas de Pagamentos*. Portugal: Banco de Portugal.
- BP, B. d. (2021). *Relatório dos Sistemas de Pagamento*. Lisboa: Banco de Portugal.
- BP, B. d. (2022). *Relatório dos sistemas de Pagamentos*. Lisboa: Banco de Portugal.
- BP, B. d. (2023). *Relatório dos Sistemas de Pagamento*. Lisboa: Banco de Portugal.
- BP, B. d. (2024). *Estatísticas de operações e posições com o exterior*. Portugal. Obtido de <https://www.bpportugal.pt/sites/default/files/documents/2023-12/Manual%20de%20procedimentos%20COPE.pdf>
- Claro, S. (2023). A modernização do IVA para a era digital. Portugal: PWC. Obtido de <https://www.pwc.pt/pt/sala-imprensa/artigos-opiniao/2023/modernizacao-iva-era-digital.html> 25-09-2024
- Costa, D. (24 de 01 de 2024). Declarar as criptomoedas no IRS. Portugal. Obtido de <https://www.rankia.pt/fiscalidade/fiscalidade-das-criptomoedas-portugal/>
- Costa, E. D. (2018). *As cripto-moedas, o monopólio da banca e a analogia em direito fiscal*. Porto, Portugal.
- CTT, C. d. (2020). *E-commerce Report 2020*. Portugal: CTT. Obtido de [https://www.ctt.pt/application/themes/pdfs/empresas/Relatorio\\_e-commerce\\_2020.pdf](https://www.ctt.pt/application/themes/pdfs/empresas/Relatorio_e-commerce_2020.pdf)
- Cunha, T. S. (2021). A tributação do Comércio Eletrónico em Sede do IVA. Porto, Portugal: Politécnico do Porto. Obtido de <http://hdl.handle.net/10400.22/19138> 16-10-2023
- DGTAXUD, D. G. (2023). Regras da UE em matéria de IVA para o comércio eletrónico dois anos depois: os valores atualizados das receitas apontam novamente para uma aplicação bem-sucedida. Comissão Europeia. Obtido de [https://taxation-customs.ec.europa.eu/news/eu-vat-rules-e-commerce-two-years-updated-revenue-figures-point-again-successful-implementation-2023-06-30\\_en](https://taxation-customs.ec.europa.eu/news/eu-vat-rules-e-commerce-two-years-updated-revenue-figures-point-again-successful-implementation-2023-06-30_en) 25-09-2024

- Esperança, A. F. (2022). *As novas regras IVA para o comércio online – Maior simplicidade para operadores económicos e maior transparência para consumidores?* Porto, Portugal: Universidade Católica Portuguesa.
- Ferreira, B. (09 de 2018). *O papel da Unidade de Ação Fiscal no combate às fraude e evasão fiscais no comércio eletrónico: o Imposto sobre o Valor Acrescentado na transmissão de bens*. Lisboa: Academia Militar.
- Francisco, C. A. (23 de 12 de 2021). *O impacto do Comércio Eletrónico nas empresas em Portugal em Tempos de Covid 19*. Portugal: Instituto Politecnico de Lisboa.
- Frieden, K. (2000). *Cybertaxation- The Taxation of E-Commerce*. EUA: CCH Incorporated.
- Gaiola, I. S. (2022). *Comércio Eletrónico: As novas dinâmicas de experiência do consumidor online decorrentes da pandemia da Covid-19 (em Portugal)*. Portugal: ISCTE.
- Garcia, C. P. (2013). *A Fiscalidade do Comércio Eletrónico*. Portugal: Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Aveiro.
- Gonçalves, R. M. (2022). *Os desafios do comércio online de luxo em Portugal e sua potenciação para o incremento das exportações nacionais*. Portugal: Universidades Lusíadas. doi:<http://hdl.handle.net/11067/6662>
- Graça, A. (2014). *Introdução a Investigação Científica- Guia para investigar e redigir*. Mindelo-Cabo Verde: Universidade do Mindelo.
- Hangáčová, N., & Strémy, T. (2018). Value Added Tax and Carousel Fraud Schemes in the European Union and the Slovak Republic. pp. 132-159. doi:<https://doi.org/10.1163/15718174-02602005>
- KPMG. (09 de 05 de 2024). *UE: Novo projeto de reforma do IVA da UE (IVA na Era Digital (ViDA))*. KPMG. Obtido de <https://kpmg.com/us/en/taxnewsflash/news/2024/05/tnf-eu-new-draft-of-eu-vat-reform-vat-in-digital-age-vida.html> 25-09-2024
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2022). *E-Commerce 2021-2022 Business. Technology. Society*. United Kingdom: Global Edition.
- Lourenço, J. C. (2000). *A auditoria fiscal*. Vislis Editores.
- Luz, B. (2024). *E-commerce em percentagem do total das receitas geradas pelas empresas em Portugal de 2015 a 2023*. Statista. Obtido de [www.statista.com](http://www.statista.com)
- Marcony, M. d., & Lacatos, E. M. (2006). *Atlas SP*, 6ª Edição.
- Moneylab. (25 de 03 de 2024). *Dúvidas na tributação de criptoativos? AT lança folheto explicativo*. Portugal. Obtido de <https://moneylab.pt/2024/03/25/duvidas-na-tributacao-de-criptoativos-at-lanca-folheto-explicativo>
- Moreira, A., Sá, P., & Costa, A. P. (2021). *Reflexões em torno de Metodologias de Investigação*. Portugal: Universidade do Aveiro.
- Movsesyan, M. (04 de 04 de 2024). *Criptomoedas Vantagens e Desvantagens*. IFC Markets. Obtido de <https://www.ifcmarkets.com/pt/learn-about-crypto/pros-and-cons-of-cryptocurrencies>

- Nogueira, R. (2017). *Os Desafios da Economia Digital a Tributação do Rendimento*. Lisboa, Portugal: Instituto Politécnico de Lisboa.
- OCDE. (2013). *Electronic Sales Suppression: A threat to tax revenues*. Paris: OECD Publishing. doi:<https://doi.org/10.1787/f99b756d-en>
- OCDE. (2017). *Technology Tools to Tackle Tax Evasion and Tax Fraud*. Paris: OECD Publishing. doi:<https://doi.org/10.1787/g2g77afa-en>
- OCDE. (2020). *E-commerce in the time of COVID-19. OECD Policy Response to Coronavirus (COVID-19)*. Paris: OECD Publishing. doi:<https://doi.org/10.1787/3a2b78e8-en>
- OCDE. (2021). *Technology Tools to Tackle Tax Evasion and Tax Fraud*. Paris: OECD Publishing. doi:<https://doi.org/10.1787/g2g77afa-en>
- Pereira, E. (09 de 07 de 2021). E-Commerce- Novas regras em IVA. *VidaEconómica*, 14.
- Pereira, M. H. (2009). *Fiscalidade*. Almedina.
- Pereira, R. C. (2021). *A Tributação na Economia Digital: um caminho para a reformulação do imposto sobre o rendimento das empresas*. Universidade Católica Portuguesa.
- Pimenta, A. (2019). *E- Commerce report 2019*. Portugal: CTT- Correios de Portugal. Obtido de [www.ctt.pt](http://www.ctt.pt)
- Portaldaqueixa. (27 de 03 de 2024). *Criptomoedas devem ser declaradas no IRS?* Obtido de <https://portaldaqueixa.com/news/criptomoedas-devem-ser-declaradas-no-irs>
- Rafael, M. C. (2011). *Fraude Carrossel – Métodos de Combate*. Portugal: Instituto Politécnico de Lisboa.
- Raikov, A. (2021). *Decreasing Tax Evasion by Artificial Intelligence*. pp. 172-177. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2021.10.440>
- Reis, T. (10 de 11 de 2018). *Fraude fiscal: saiba porque ela pode levar sua empresa à falência*. Obtido de <https://www.suno.com.br/artigos/fraude-fiscal/>
- Roriz, F. (2021). *Tributação do comércio eletrônico e plataformas digitais- Aspectos contabilísticos e fiscais*. Portugal: Ordem dos Contabilistas Certificados.
- Santos, A. (15 de 10 de 2021). *Regime de balcão único no âmbito do pacote de Comércio Eletrónico*. Portugal: Vida Economica.
- Seixas, O. (2022). *IVA- Atualização 2021/2022*. Portugal, Portugal: APECA.
- Silva, J. d. (2020). *Marketplaces: Análise dos factores que impactam no processo de compras*. Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Obtido de <https://repositorio.ufms.br/handle/123456789/4505>
- Silva, M. A., & Braga, M. S. (26 de 12 de 2022). *Criptomoedas e o Crime de Evasão de Divisas*. Brasil: UNAERP- Revista Paradigma.
- Silva, N. S., Senra, K. B., Jacomino, G. P., Guarnieri, F., & Britto, L. R. (2019). *E-MARKETPLACES: CANAIS POTENCIALIZADORES DO DESEMPENHO DE*

VENDAS ON-LINE PARA OS E-COMMERCEs. Universidade Estadual de Maringá.  
doi:<http://dx.doi.org/10.4025/cadadm.v26i2.43189>

- Sismeiro, J. (24 de Maio de 2023). *Deloitte*. Obtido de <https://www2.deloitte.com/pt/pt/pages/about-deloitte/articles/e-commerce-last-mile-2023-pressrelease.html>
- Smith, S., & Keen, M. (21 de 02 de 2007). VAT Fraud and Evasion: What Do We Know, and What Can Be Done? IMF Working Papr. Obtido de <https://ssrn.com/abstract=964339>
- Spatari, M. (2020). O comércio eletrônico no mundo da COVID- 19: Um desafio para trabalhadores e sindicatos. Bruxelas: UNI Europa.
- Tavares, A. J. (2007). A tributação do Comércio Eletrónico: Dificuldaes na aplicação do normativo internacional. Portugal: Universidade de Aveiro.
- Tavares, B. S. (2018). E-COMMERCE: DIFICULDADES SOBRE A FISCALIZAÇÃO E A TRIBUTAÇÃO E AS OCORRENCIAS DE EVASÃO FISCAL. Brasil: UNICEUB - Centro Universitario de Brasilia.
- TCE, T. d. (2019). Comércio eletrônico: muitos dos desafios relativos à cobrança do IVA e dos direitos aduaneiros permanecem por resolver.
- Tian, Y. (2007). History of E-Commerce. EUA: University of Missouri- St. Louis, USA.  
doi:<http://dx.doi.org/10.4018/9781599049434.ch001>
- Viegas, M. (19 de 07 de 2024). A importância do “Relatório País-por-País” no contexto do combate à fraude e evasão fiscal. SAPO/ Jornal digital.

## **Legislação complementar**

- Código do Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA)
- Código do Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Singulares (IRS)
- Código do Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas (IRC)
- Código de Propriedade Industrial (CPI)
- Diretiva 2000/31/CE de 8 de junho de 2000
- Diretiva 2000/31/CE de 8 de junho de 2000
- Diretiva 2006/112/CE de 28 de novembro
- Diretiva 2009/132/CE de 19 de outubro de 2009
- Diretiva 2011/16/EU de 15 de fevereiro de 2011
- Diretiva 2016/881/UE de 25 de maio de 2016
- Diretiva (UE) 2017/2455 de 5 de dezembro de 2017
- Diretiva 2019/2235 de 16 de setembro de 2019
- Diretiva 2021/1159 de 13 de julho de 2021
- Diretiva 2021/514 de 22 de março de 2021
- Lei n.º 47/2020, de 24 de agosto
- A lei n.º 83/2017 de 18 de agosto
- Aviso n.º 2/2018 publicado em 26 de setembro de 2018 do BP
- Ofício circulado n.º 30238 de 25 de junho de 2021
- Ofício circulado n.º 30240 de 25 de julho de 2021
- Decreto-Lei n.º 398/86, de 26 de dezembro

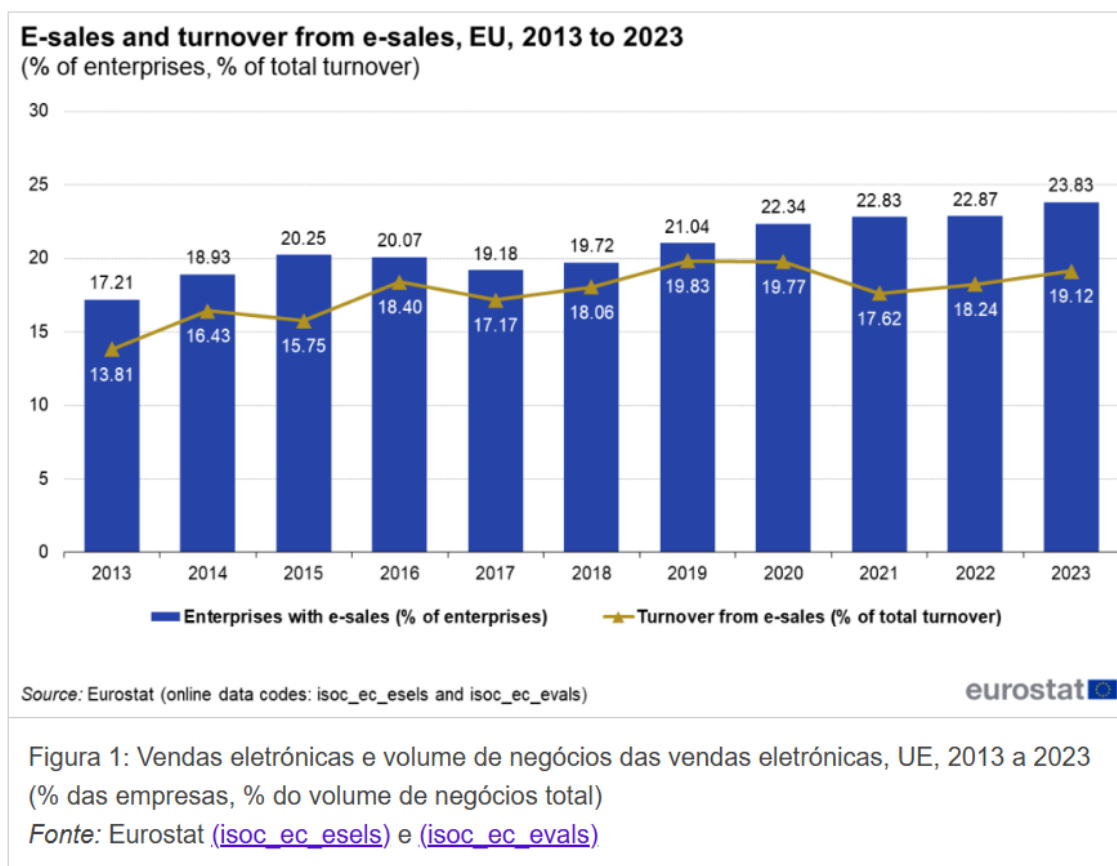
## Web grafia complementar

- [eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST\\_14128\\_2019\\_INIT](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST_14128_2019_INIT)
- [www.anacom.pt](http://www.anacom.pt)
- [https://www.bancobpi.pt/contentservice/getContent?documentName=PR\\_WCS01\\_UCM01192483](https://www.bancobpi.pt/contentservice/getContent?documentName=PR_WCS01_UCM01192483) 03-03-2025
- [Orientações \(portaldasfinancas.gov.pt\)](http://portaldasfinancas.gov.pt) 20/06/2023
- [https://www.eca.europa.eu/lists/ecadocuments/sr19\\_12/sr\\_e-commerce\\_vulnerability\\_to\\_tax\\_fraud\\_pt.pdf](https://www.eca.europa.eu/lists/ecadocuments/sr19_12/sr_e-commerce_vulnerability_to_tax_fraud_pt.pdf) 20/06/2023
- <https://einvestidor.estadao.com.br/criptomoedas/ocde-estrutura-criptoativos-g20/> 06-08-2024
- [Guia-de-criptomonedas-Portugal.pdf](http://Guia-de-criptomonedas-Portugal.pdf) 21/08/2024
- [As Vantagens Do Uso De Criptomoedas No Comércio Eletrónico - Fc Noticias](http://As Vantagens Do Uso De Criptomoedas No Comércio Eletrónico - Fc Noticias) 06-03-2025
- [https://info.portaldasfinancas.gov.pt/pt/apoio\\_contribuinte/Folhetos\\_informativos/Documents/Criptoativos](https://info.portaldasfinancas.gov.pt/pt/apoio_contribuinte/Folhetos_informativos/Documents/Criptoativos) 21-08-2024
- <https://www.ideianoar.com.br/marketplace/> 26-08-2024
- [www.bportugal.pt](http://www.bportugal.pt)
- [www.cgd.pt](http://www.cgd.pt)
- [Comunicação de Operações e Posições com o Exterior | Banco de Portugal](http://Comunicação de Operações e Posições com o Exterior | Banco de Portugal) 07-03-2025
- [https://www.bportugal.pt/sites/default/files/documents/2024-03/Desdobavel\\_COPE\\_2024.pdf](https://www.bportugal.pt/sites/default/files/documents/2024-03/Desdobavel_COPE_2024.pdf) 07-03-2025
- <https://info.portaldasfinancas.gov.pt/>
- [https://vat-one-stop-shop.ec.europa.eu/index\\_en](https://vat-one-stop-shop.ec.europa.eu/index_en)
- <https://ec.europa.eu/vat-ecommerce> 23-06-2023
- [www.sage.com/pt-pt/blog/comercio-eletronico-balcao-unico/](http://www.sage.com/pt-pt/blog/comercio-eletronico-balcao-unico/) 23-06-2023
- [OSS\\_interface\\_eletronica.pdf](http://OSS_interface_eletronica.pdf) 23-06-2023
- <https://op.europa.eu/webpub/eca/special-reports/e-commerce-12-2019/pt/>
- [Regras da UE em matéria de trabalho nas plataformas digitais - Consilium \(europa.eu\)](http://Regras da UE em matéria de trabalho nas plataformas digitais - Consilium (europa.eu))
- [DCA 7 - Comissão Europeia](http://DCA 7 - Comissão Europeia)
- [Diretiva Comércio Eletrónico | Shaping Europe's digital future](http://Diretiva Comércio Eletrónico | Shaping Europe's digital future) 14-03-2025
- <http://data.europa.eu/eli/dir/2021/514/oj> 14-03-2025
- <https://www.europol.europa.eu/crime-areas/economic-crime/mtic-missing-trader-intra-community-fraud> 17-06-2024

- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016IP0453> 17-06-2024
- [https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR19\\_12/SR\\_ECOMMERCE\\_VULNERABILITY\\_TO\\_TAX\\_FRAUD\\_PT.pdf](https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR19_12/SR_ECOMMERCE_VULNERABILITY_TO_TAX_FRAUD_PT.pdf) 12-10-2023
- [PR CNS LegAct am](#) 12-10-2023
- [RELATÓRIO sobre a proposta de regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho relativa às ameaças transfronteiriças graves para a saúde e que revoga a Decisão n.º 1082/2013/UE | A9-0247/2021 | Parlamento Europeu](#)
- [Daily News 18 / 03/ 2015 \(europa.eu\)](#)
- [A ubiquidade do mercado único digital | Fichas temáticas sobre a União Europeia | Parlamento Europeu \(europa.eu\)](#)
- [RELATÓRIO sobre a tributação da economia digital: negociações na OCDE, domicílio fiscal das empresas digitais e possível imposto digital europeu | A9-0103/2021 | Parlamento Europeu](#)
- [Obrigações de comunicação pública por país da UE \(deloitte.com\)](#) 18-03-2024
- [E-commerce em Portugal - estatísticas e factos | Estatística \(statista.com\)](#) 19-03-2025
- [Estatísticas de comércio eletrónico - Estatísticas explicadas](#) 19-03-2025
- [Relatorio\\_e-commerce\\_2020.pdf](#) 06-09-2024
- <https://doi.org/10.1787/3a2b78e8-en> 06-09-2024
- <https://op.europa.eu/webpub/eca/special-reports/e-commerce-12-2019/pt/index.html#chapter0> 30-08-2024
- <https://www.asae.gov.pt/newsletter2/asaenews-n-123-julho-2021/-asae-acompanha-a-evolucao-do-comercio-eletronico-com-o-reforco-de-fiscalizacoes-em-ambiente-virtual.aspx> 14-09-2024
- [Acórdão do Tribunal da Relação de Coimbra](#) 20-03-2025
- [IVA no Reino Unido: Fraude através da supressão eletrônica de vendas – Prof. Alexandre Alcantara](#) 2-03-2025

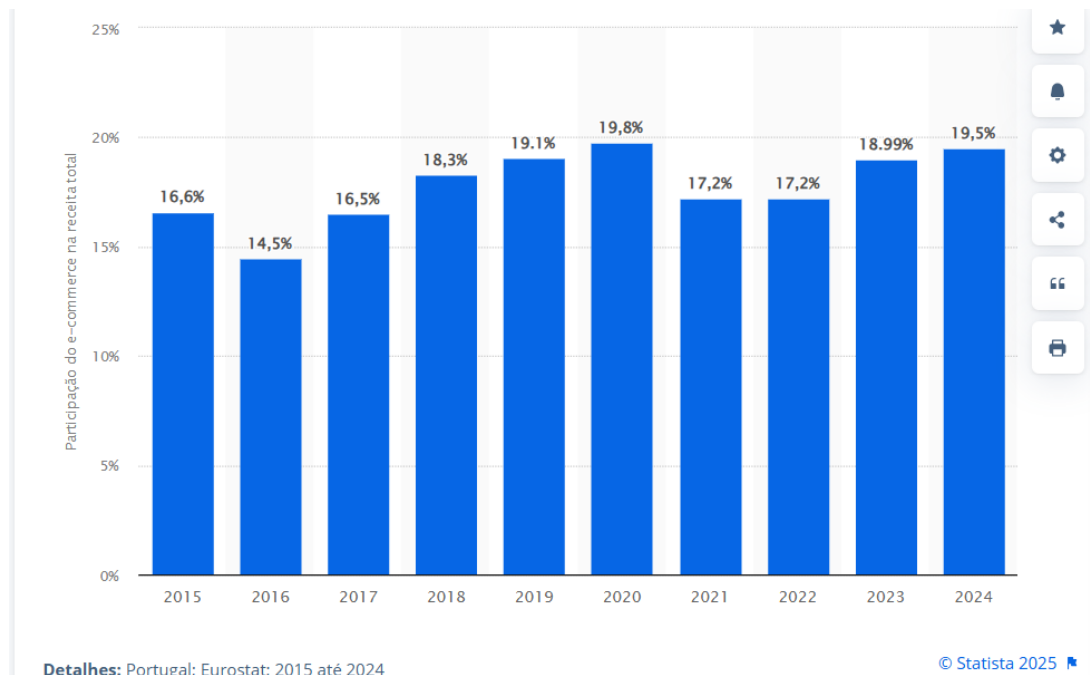
## Anexos

### O comércio eletrônico na União Europeia



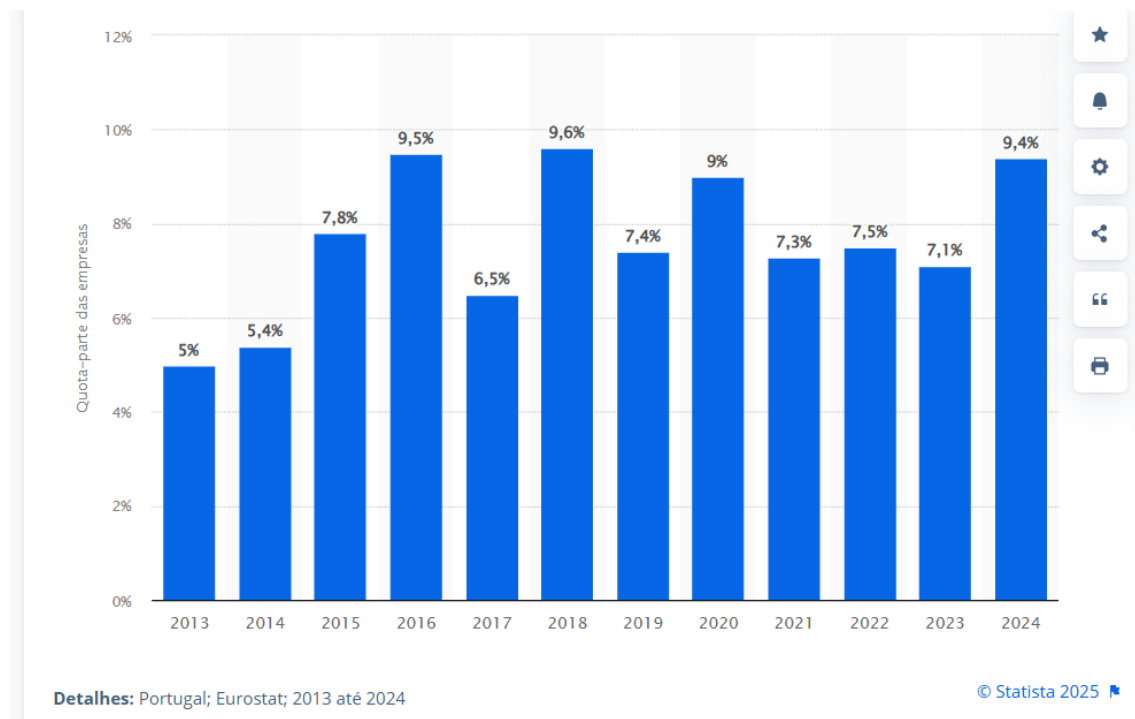
Fonte: EUROSTAT

## Comércio eletrónico em percentagem do total das receitas geradas pelas empresas em Portugal de 2015 a 2024



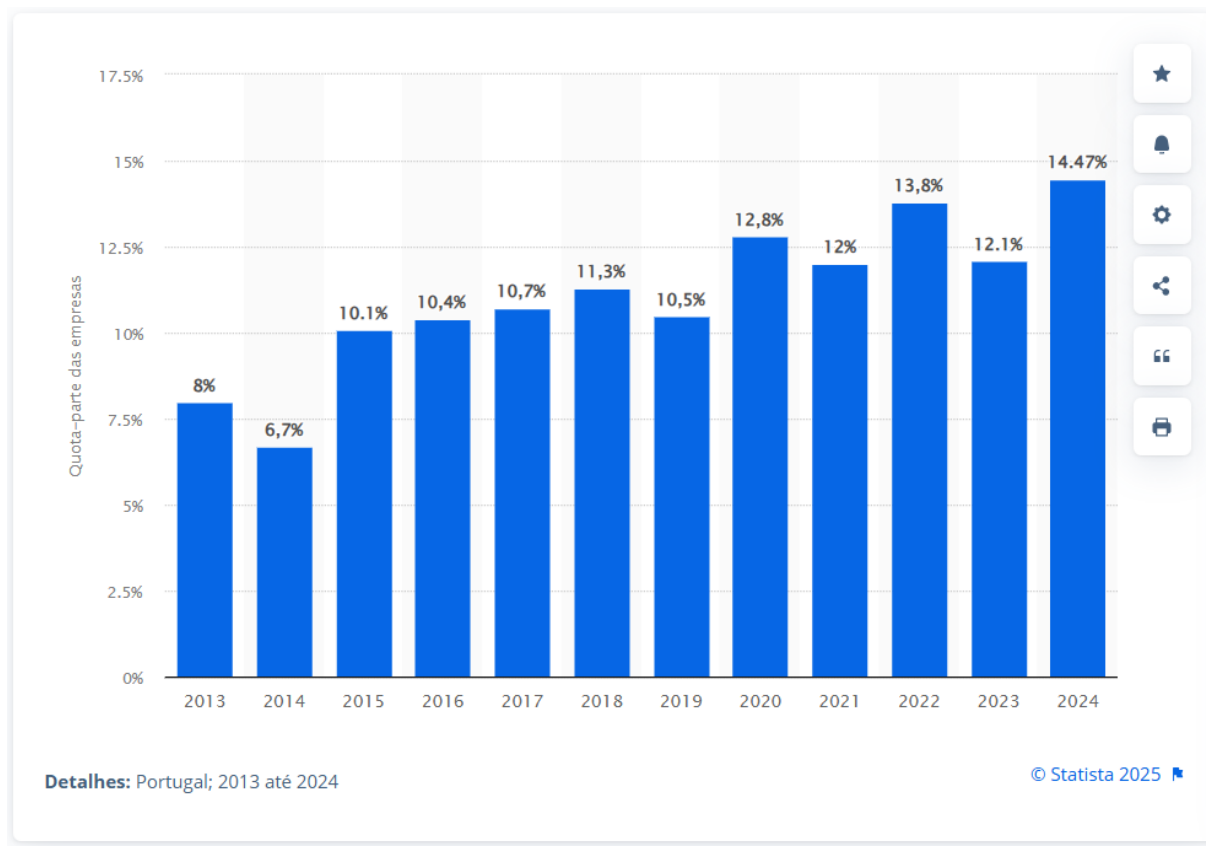
Fonte: Statista (Luz, 2024)

## Percentagem de empresas que realizam vendas de comércio eletrónico B2B através de um website em Portugal de 2013 a 2024



Fonte: Statista (Luz, 2024)

## Percentagem de empresas que realizam vendas de e-commerce B2C através de um website em Portugal de 2013 a 2024



Fonte: *Statista* (Luz, 2024)