

## Legislação

Salário Mínimo  
Nacional 2010

Decreto-Lei n.º 5/2010 de 15 de Janeiro

## Artigo 1.º

O valor da retribuição mínima mensal garantida a que se refere o n.º 1 do artigo 273 do Código do Trabalho, aprovado pela Lei n.º 7/2009, de 12 de Fevereiro, é de 475 euros.

## Artigo 2.º

É revogado o Decreto-Lei n.º 246/2008, de 18 de Dezembro.

## Artigo 3.º

O presente decreto-lei produz efeitos a 1 de Janeiro de 2010.

## Artigo 4.º

O presente decreto-lei entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação.

*Diário da República, 1.ª série - N.º 10-15 de Janeiro de 2010*

## Saldos de Inverno

## Algumas condições a cumprir nos saldos

No período compreendido entre 28 de Dezembro e 28 de Fevereiro, os estabelecimentos podem efectuar os seus saldos.

## Definição de saldos

Por saldos entende-se a venda de produtos praticada em fim de estação a um preço inferior ao anteriormente praticado, com o objectivo de promover o escoamento mais rápido dos produtos e realiza-se em determinados períodos do ano.

## Condições:

- A venda em Saldos só pode realizar-se nos períodos estipulados por lei;
- Não é permitida a venda em Saldos de produtos expressamente adquiridos para esse efeito presumindo-se, em tal situação, os produtos adquiridos e recepcionados no Estabelecimento pelo primeira vez ou no mês anterior ao período da redução;
- Os produtos à venda em saldos não podem ter sido objecto, no decurso do mês anterior, de qualquer oferta de venda com redução do preço ou de condições mais vantajosas.
- Deve ser indicada de forma visível e inequívoca a modalidade de venda a realizar, bem como o tipo de produtos e as respectivas percentagens de redução;
- No anúncio deve constar a data de início e o período de duração;
- É proibido anunciar a oferta de venda com redução

de preço, dos produtos adquiridos após a data de início da venda com redução, mesmo que o seu preço venha a ser igual ao praticado durante o período de redução;

- Tem que ser indicado o preço de referência;
- Os produtos anunciados com redução de preço devem estar separados dos restantes produtos;
- O comerciante é obrigado a aceitar todos os meios de pagamento habitualmente disponíveis, não podendo efectuar qualquer variação no preço aplicado ao produto em função do meio de pagamento utilizado.



## Você «googla»?

A palavra «google» foi considerada a palavra da década 2000/2010 pela *American Dialect Society*, o que ilustra bem a importância do acesso rápido à informação para a sociedade actual. A Internet ocupa cada vez mais uma posição privilegiada como ferramenta de trabalho, de pesquisa, de consumo ou de puro lazer na vida das pessoas, enquanto que a empresa Google e todas as aplicações gratuitas que ela oferece desempenham um papel central nesta realidade virtual. Quero descobrir uma rua em Gondomar? Procuro no *Google Maps*. Quero saber as notícias? Leio no *Google News*. Quero ver o telhado da minha casa ou conhecer um sítio qualquer no mundo? Exploro no *Google Earth*. Quero uma vista panorâmica de 360º da Praça de São Pedro, em Roma, ou da Praça de São Marcos, em Veneza? Visualizo no *Google Street View*. Preciso de uma imagem que ilustre um determinado conceito? Pesquiso no *Google Images*. Necessito de textos para um trabalho académico da universidade? Consulto o *Google Scholar*. Estou a desenvolver um projecto com uma vasta equipa de pessoas e necessito de uma ferramenta de trabalho que permita poupar tempo e troca de correio electrónico? Utilizo o *Google Docs*. Quero apostar em publicidade dos meus produtos na Internet? Recorro ao *Google Adwords*. Quero saber quem visita o sítio em linha da minha empresa? Activo o *Google Analytics*. Quero ganhar dinheiro disponibilizando espaço no meu *site* para que outras empresas possam publicitar os seus produtos e serviços? Adiro ao *Google AdSense*... Estou a cansar o leitor proposadamente para lhe mostrar a facilidade com que eu podia encher este espaço de opinião só com exemplos de como esta empresa norte-americana é incontornável da nossa realidade enquanto

utilizadores da Internet. E consegui-o de forma desarmante: surgiu inicialmente com a missão clara e simples de organizar toda a informação do Mundo! E tem sido de tal forma bem sucedida que até os EUA estão a ter uma crise diplomática com a China por causa do motor de busca *Google* e do que uns e outros consideram como «liberdade informativa» versus «ditadura informativa».

Poderá estar-se a perguntar neste momento «ok, mas o que é que eu tenho a ver com isso»? Tudo, caso seja responsável por uma empresa ou marca e queira que ela seja o mais bem sucedida possível na sua actividade. Daqui a poucos anos, a «Geração Magalhães» que nasceu com o cordão umbilical ligado à Internet e cresceu com um computador numa mão e um telemóvel na outra será a população trabalhadora activa do país e, conseqüentemente, toda uma nova Era de consumidores plenamente informados e com hábitos de consumo que passam por comprar bens e serviços *online* porque confiam no ciberespaço e apreciam as vantagens que ele proporciona! Será uma geração que conhece os meandros do mundo virtual com o mesmo à-vontade com que conhece as próprias palmas das mãos e que tem no *Google* o mais presente e fiel companheiro. E o que é que estes consumidores fazem quando querem encontrar alguma coisa? Pesquisam no *Google*! E, mediante os resultados dessa pesquisa, navegam até fóruns ou redes sociais onde outros consumidores falam da sua experiência positiva ou negativa relativamente a um assunto. Se extrapolarmos este conceito para a sua empresa, então isto é tanto mais importante para o sucesso do seu negócio: se estes consumidores gostarem da comunicação da sua empresa na Internet,



Cláudia Campos da Cunha

Copywriter  
Search Engine Marketing

[claudiacunha@ctiacaodeconteudos.com](mailto:claudiacunha@ctiacaodeconteudos.com)

então, serão os seus fãs n.º1 e registar-se-ão na sua *newsletter*, entrarão em contacto com a sua equipa de vendas ou visitarão a sua loja e recomendarão a sua marca em todos os cantos da Internet que possa imaginar. E o *Google* encontra tudo o que se diz sobre a sua marca! Acredito, por isso, que queira que a sua empresa se destaque nos lugares cimeiros de uma pesquisa neste motor de busca e, para isso, a sua marca tem de desenvolver uma amizade sólida com o *Google* oferecendo-lhe conteúdos relevantes que saibam «atrair» o seu algoritmo que é a aplicação que dita a posição da sua empresa na lista de resultados orgânicos de uma pesquisa. Assim, quanto mais intrincada for a rede de informação da sua marca – através de um *site* próprio, um blogue, presença nos fóruns, nas redes sociais e nos principais directórios nacionais, etc. – mais probabilidades existem do *Google* seleccionar a sua empresa para apresentá-la ao utilizador que está a efectuar uma pesquisa com algo relacionado com a sua área de actividade. Quem fica a ganhar? Você!

É caso para dizer «eu googlo», «tu googlas», «ele googla»...