Estudo sobre Política de Defesa do Consumidor em Portugal

Infografia dos Principais Resultados

Realizado pela Associação para o Desenvolvimento da NOVA *Information Management School* (AD NOVA IMS), com o apoio do Fundo do Consumidor

DIREÇÃO-GERAL CONSUMIDOR
REPÚBLICA PORTUGUESA
ECONOMIA

A Política de Defesa do Consumidor em Portugal
Familiarização com as Leis de Defesa do Consumidor

Familiarização com as Leis de Defesa do Consumidor

69,5%
CONSUMIDORES...
...declaram estar familiarizados com as Leis de Defesa do Consumidor

39,9% Sim, mas pouco
28,4% Sim, razoavelmente
1,2% Sim, muito

89,0%
EMPRESAS ...
...declaram estar familiarizadas com as Leis de Defesa do Consumidor

43,8% Sim, razoavelmente
40,7% Sim, mas pouco
4,5% Sim, muito

Contributo da União Europeia para as Leis de Defesa do Consumidor

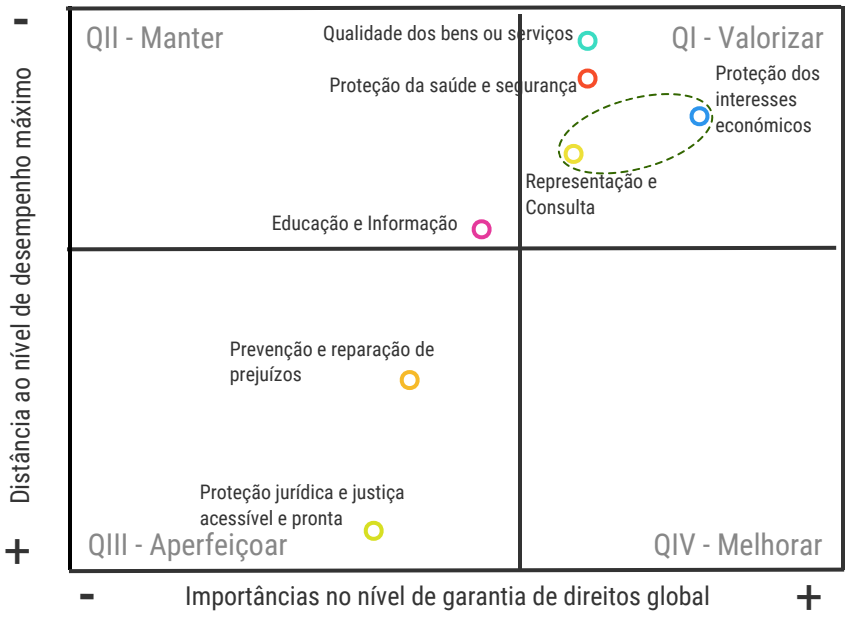
79,4% CONSUMIDORES
declaram que as Leis Nacionais de Defesa do Consumidor decorrem da **legislação europeia** (total ou parcialmente)

57,2% Algumas decorrem da legislação europeia
22,2% Totalmente da legislação europeia

18,9% Apenas da vontade do legislador nacional

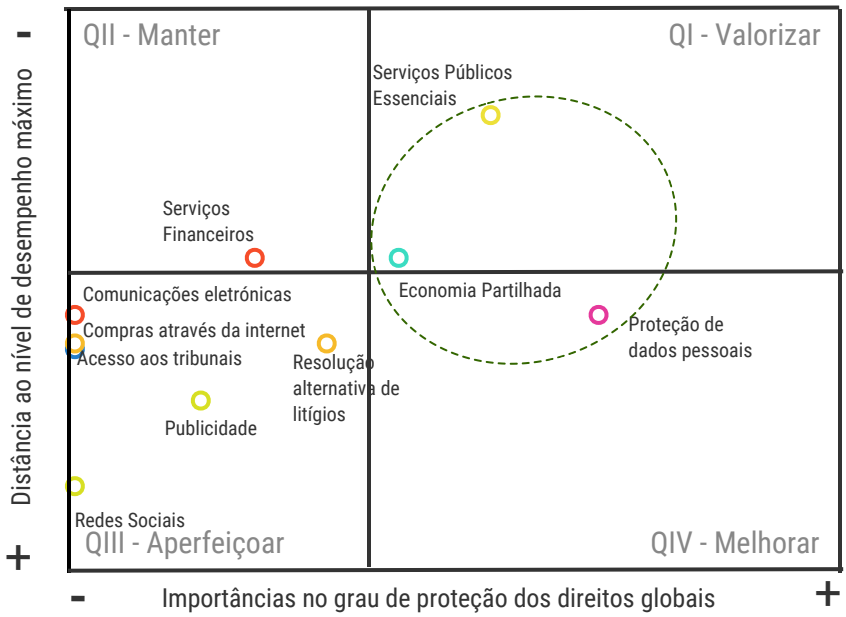
A Política de Defesa do Consumidor em Portugal
Familiarização com as Leis de Defesa do Consumidor

Nível de desempenho na garantia de direitos do Consumidor



Direito à proteção dos interesses económicos e Direito à representação e consulta
são os direitos que se apresentam com maior preferência de atuação

Grau de proteção de direitos em situações concretas



A Proteção de dados pessoais, os Serviços públicos essenciais e a Economia partilhada
são os temas que se apresentam com maior preferência de atuação

Resolução alternativa de litígios
Informação ao consumidor
Compras através da internet
Acesso à justiça
Serviços públicos essenciais
Proteção de dados pessoais

...são os assuntos mais importantes no exercício de defesa do Consumidor para as **Entidades Reguladoras**

A Política de Defesa do Consumidor em Portugal
Os Conflitos de Consumo

Equilíbrio das leis de defesa Consumidor

45,3%
Consumidores*...
...consideram que as leis que os defendem dão mais vantagem às Empresas

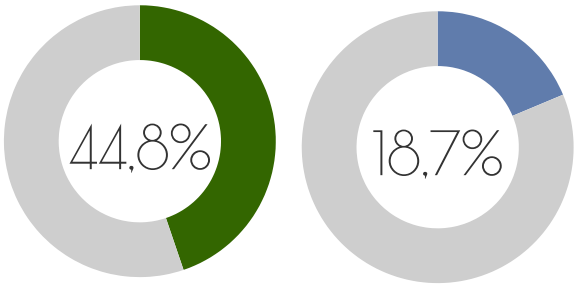
33,6%
Empresas...
...consideram que as leis de Defesa do Consumidor as colocam em desvantagem

36,7%
Consumidores*...

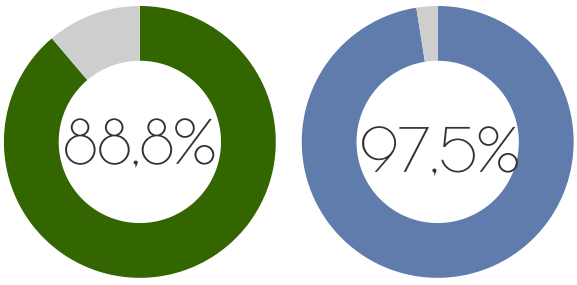
52,3%
Empresas...

...consideram estar em equilíbrio pelas leis de Defesa do Consumidor

Conflitos de Consumo



Consumidores... **Empresas...**
... já tiveram algum **conflito de consumo**



Consumidores... **Empresas...**
... declaram que o conflito foi **resolvido**

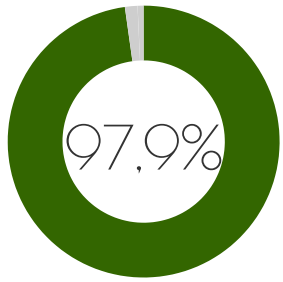
Procedimentos utilizados para resolver o conflito:

52,9%	Solicitar livro de reclamações
51,4%	Tentar resolver o problema com o operador
7,0%	Reclamação junto de uma associação de Consumidores
4,6%	Reclamação junto de uma autoridade pública
2,8%	Centro de arbitragem de conflitos de consumo
1,4%	CIAC - Centro de Informação Autárquico ao Consumidor

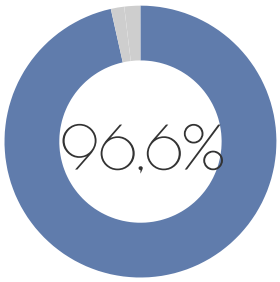
Avaliação da forma de resolução por...
...Consumidores **...Empresas**

*que declaram estar familiarizados com as Leis de Defesa do Consumidor

Livro de Reclamações



Consumidores...

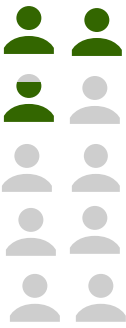


Empresas...

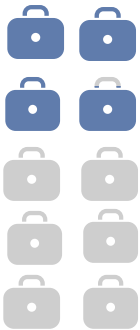
...sabem que o livro de reclamações é **obrigatório**

Livro de reclamações *online*

Quase 3 em 10 **Consumidores**

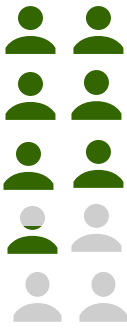


Quase 4 em 10 **Empresas**

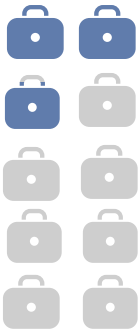


Sabem que o livro de reclamações está disponível ***online***

Quase 7 em 10 **Consumidores**



Quase 3 em 10 **Empresas**



Não sabem que o livro de reclamações está disponível ***online***

Resolução de Conflitos para as Entidades Reguladoras

Melhor meio de resolução de conflitos na perspetiva das Entidades Reguladoras

77,8% Arbitragem

55,6% Mediação

55,6% Conciliação

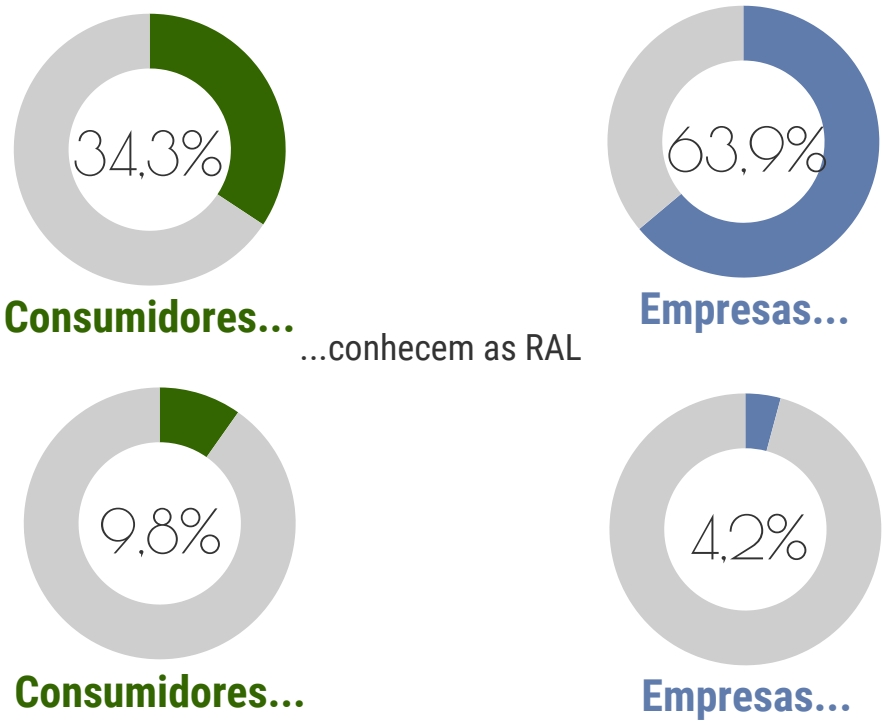
As ENTIDADES REGULADORAS atribuem uma concordância (1-10) de...

9,0 ...à afirmação: **"Um centro de arbitragem desempenha um papel fundamental no direito do Consumidor a uma justiça célere"**

8,7 ...à afirmação: **"Os centros de arbitragem são um meio fácil, rápido e barato do Consumidor ser ressarcido/ver o litígio resolvido"**

Entidades de Resolução Alternativa de Litígios (RAL)

Entidades de Resolução Alternativa de Litígios



Razões de não adesão das Empresas às RAL:

54,4%	Ainda não tiveram necessidade de recorrer
29,1%	Não conhecem
4,3%	Têm internamente meios para resolver possíveis situações
3,4%	Falta de interesse
2,6%	Existem autoridades reguladoras

Economia Digital

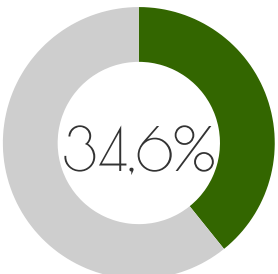
46,4% dos **Consumidores** compram produtos/ serviços pela Internet

Com frequência de

- **19,8%** Menos de uma vez por mês, mas mais do que uma vez por ano
- **17,8%** Pelo menos uma vez por mês
- **8,7%** Menos de uma vez por ano

52,3% das **Empresas** desenvolvem a sua atividade em ambiente digital

Problemas nas compras *online*



Consumidores...

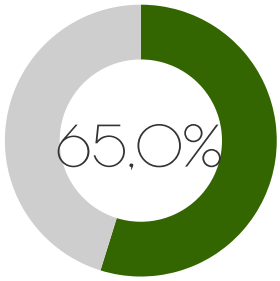
...já tiveram problemas com compras *online*

Preocupações dos Consumidores nas compras *online*

- **37,0%** O produto não chega
- **28,1%** Qualidade do produto
- **21,5%** Problemas na devolução
- **14,9%** Problemas com dados
- **14,6%** Produto errado

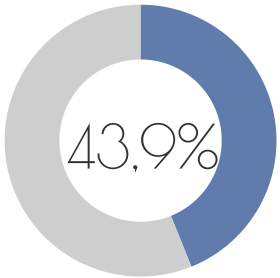
Economia Digital

Defesa dos direitos na Economia Digital



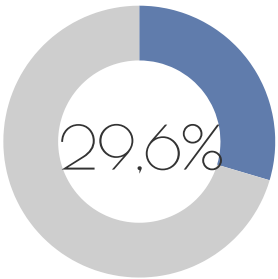
Consumidores...

...sabem que as compras online são protegidas por direitos específicos



Empresas...

...têm conhecimento sobre a legislação aplicável aos contratos celebrados à distância/internet



Empresas...

...sabem que o Livro de Reclamações online vai ser obrigatório para todos os fornecedores de bens e serviços com plataforma digital

Perceção dos Consumidores quanto à proteção do Consumidor nas compras pela internet (1-10)

5,0 O nível de proteção

4,6 A resolução de problemas que ocorram depois da compra

4,1 A garantia de que o produto tem a qualidade indicada

Perceção das Entidades Reguladoras quanto à proteção do Consumidor nas compras pela internet (1-10)

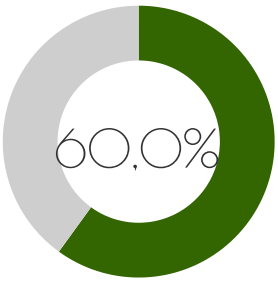
4,6 O nível de proteção

3,8 A garantia de que o produto tem a qualidade indicada

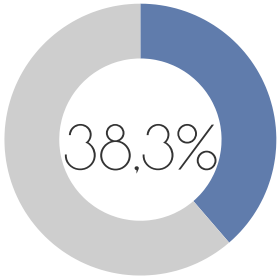
2,7 A resolução de problemas que ocorram depois da compra

A Política de Defesa do Consumidor em Portugal
Redes Sociais e Publicidade

Utilização das Redes Sociais



Consumidores...



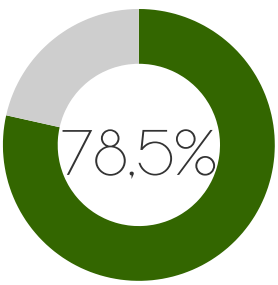
Empresas...

...fazem parte de alguma rede social

Finalidades das Redes Sociais para as Empresas

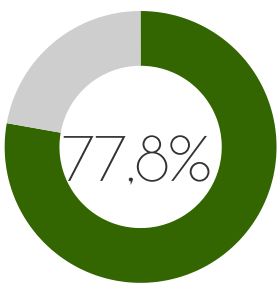
76,7%	Promoção da empresa/marca
72,5%	Promoção de produtos/serviços
16,5%	Controlo de reclamações
11,8%	Serviços de pós-venda ao cliente

Importância que atribui à publicidade, aos comentários e críticas nas suas decisões de compra



Consumidores...

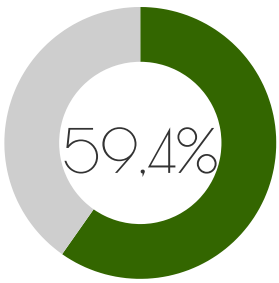
...consideram **Comentários**



Consumidores...

... consideram **Críticas**

na 1ª ou 2ª posição...



Consumidores...

...relegam a **Publicidade**

para a 3ª posição...

...no ranking de importâncias de meios de apoio à decisão de consumo