

Declaração de exclusão de responsabilidade:

O presente estudo foi encomendado pela DG Saúde e Defesa do Consumidor e contém a opinião de Lex Fori sobre a matéria. Esta opinião não foi adoptada nem aprovada pela Comissão e não deve ser utilizada como declaração da opinião da Comissão ou da DG Saúde e Defesa do Consumidor.

A Comissão Europeia não garante a precisão dos dados incluídos neste estudo e declina igualmente qualquer responsabilidade pelo uso que deles possa ser feito.

LEX FORI

Agrupamento europeu de interesse económico

Sede social : 3, rue de la Chapelle
B.P.758
L-2017 Luxemburgo

Estudo encomendado pela Comissão Europeia (Direcção-Geral "Saúde e Defesa do Consumidor")

ESTUDO SOBRE PROPOSTAS DE CARÁCTER DUVIDOSO EM MATÉRIA DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL E DE COMERCIALIZAÇÃO DE CONCEITOS DE NEGÓCIOS DIRIGIDAS AOS CONSUMIDORES



- Janeiro de 2001 -

RESUMO

I – INTRODUÇÃO

A – Mandato

A Comissão Europeia (**DG Saúde e Defesa do Consumidor**) encomendou a Lex Fori a realização de um estudo sobre “propostas de carácter duvidoso em matéria de formação profissional e de comercialização de conceitos de negócios dirigidas aos consumidores”.

Este tema inclui três categorias principais:

- Formação profissional propriamente dita (englobando conceitos de educação à distância e aprendizagem ao longo da vida),
- Formação combinada com "assessoria" empresarial,
- Aquisição directa de um conceito de negócio.

B – Definição

Para efeitos do estudo, entende-se por “propostas de carácter duvidoso em matéria de formação profissional e de comercialização de conceitos de negócios” as propostas que para uma pessoa informada, mas não necessariamente para um consumidor crédulo, parecem duvidosas e implicam uma forte suspeita de desonestidade.

II – RESULTADOS DO ESTUDO

- 1° Existe um padrão geral de práticas duvidosas em toda a Europa;
- 2° De um modo geral estas práticas não são um problema grave para os consumidores, ou pelo menos não são consideradas como tal.

A – Resenha das práticas duvidosas

As práticas duvidosas mais frequentes são:

➤ **Formação profissional**

Fábricas de diplomas

Habitualmente baseadas nos Estados Unidos, ou pelo menos utilizando nomes americanos, estas entidades oferecem diplomas com nomes prestigiosos (MBA, etc.) sem grandes exigências em termos de cursos.

Cursos profissionais

Estes cursos visam habitualmente as pessoas sem qualificações e frequentemente os desempregados, transmitindo uma promessa, explícita ou implícita, de emprego ou nova carreira profissional.

Habitualmente, as práticas duvidosas consistem numa autêntica burla ou numa proposta gravemente enganosa.

➤ **Propostas de conceitos de negócios**

Trabalho no domicílio

A coberto da falsa promessa de um rendimento regular e com o pretexto da independência e comodidade de trabalhar em casa, estas burlas visam conseguir que os consumidores mais crédulos enviem dinheiro

que nunca é devolvido – quase nunca existe um emprego concreto nem um verdadeiro conceito de negócio.

"Enriqueça depressa", vendas em pirâmide e marketing multinível

Estas práticas incluem tanto burlas óbvias como esquemas mais subtis.

As burlas óbvias não têm nada a ver com uma proposta de negócio. O conceito de negócio é irrelevante e muitas vezes não é sequer descrito na proposta.

Os esquemas mais subtis implicam uma verdadeira proposta de negócio e realçam o produto ou serviço a fim de convencer o consumidor da sua seriedade. Para o potencial empresário torna-se, assim, mais difícil distinguir as empresas legítimas de marketing multinível e venda directa dos burlões da venda em pirâmide.

Franchising

Os casos de insucesso do franchising devem-se, na sua maior parte, a condições económicas adversas, a uma má gestão pelo franchisado, à má escolha do local, à falta de apoio pelo franchisador ou a um erro no conceito de negócio. Verificam-se, no entanto, casos em que o consumidor que passa a empresário é vítima de conceitos de negócio duvidosos.

B – Importância das práticas duvidosas no domínio da formação profissional e dos conceitos de negócios

1 – Recolha de dados

A questão das práticas duvidosas relativas à formação profissional não é prioritária para a maior parte das organizações entrevistadas.

Consequentemente, embora seja possível encontrar na maior parte dos países exemplos interessantes de práticas duvidosas, não estão disponíveis dados estatísticos nem científicos.

No que respeita às actividades transfronteiriças, encontram-se exemplos isolados, mas não padrões intra-europeus claros. Verifica-se, no

entanto, uma forte influência americana no âmbito das actividades na internet e da venda directa.

2 – Frequência

Devido à falta de dados estatísticos e à falta de interesse das organizações competentes, é difícil obter uma imagem clara da importância destas práticas duvidosas na Europa, embora elas existam em menor ou menor grau em todos os Estados-Membros.

De um modo geral, parecem ser mais frequentes nos Estados do sul (França, Espanha, Itália, Grécia) do que no norte. Os países nórdicos, com a instituição do *ombudsman* (provedor) dos consumidores, e um nível elevado de educação do consumidor, parecem ter controlado a situação.

É também possível afirmar que se registam mais casos nos grandes países (Alemanha, França, Reino Unido, Itália e Espanha) do que nos pequenos.

A frequência das práticas duvidosas depende de diversos factores: o anonimato urbano, a situação do mercado de trabalho, o nível de educação do público, os sistemas de formação profissional e o regime de prestações de desemprego.

Os únicos dados disponíveis relativamente a um Estado-Membro consistem numa estimativa efectuada pelo governo britânico que mostra a importância destas práticas, principalmente no que respeita a burlas relativas ao trabalho no domicílio.

Excluindo o Reino Unido, o número de queixas apresentadas às autoridades nacionais e às organizações de consumidores é sempre relativamente baixo, variando entre menos de seis (países nórdicos) e algumas dezenas (França, Espanha, Itália).

É evidente que os casos de consumidores defraudados por práticas duvidosas são muito mais numerosos do que os que são efectivamente comunicados.

A comparação com outros tipos de queixas dos consumidores mostra, no entanto, que o fenómeno das práticas duvidosas, embora desagradável, não é uma questão importante para os consumidores.

Qual a razão da relutância dos consumidores vítimas de práticas duvidosas em dar a conhecer o seu caso?

É difícil explicar por que motivo é tão baixo o número de vítimas que apresentam queixa contra práticas duvidosas. Há, decerto, diversos factores em jogo:

➤ Montante do prejuízo financeiro

Os montantes envolvidos são frequentemente baixos e as vítimas tendem a pensar que não justificam o tempo que é necessário despende para apresentar uma queixa.

➤ Sentimento de humilhação

Muitas vezes as vítimas deixam-se enganar por burlas muito óbvias e grosseiras, e sentem-se demasiado humilhadas para apresentarem queixa.

➤ Falta de apoio dos organismos governamentais e das organizações de consumidores

Uma vez que a maior parte das entidades públicas e das associações de consumidores não consideram que esta questão seja prioritária, não transmitem ao consumidor médio a ideia de que se interessam por este problema e que acolhem as suas queixas.

➤ Sentimento de culpa

Algumas vítimas consideram-se responsáveis pelo fracasso do negócio. Pensam que não fizeram esforços suficientes ou que não dispõem do talento ou experiência necessários.

➤ **Falta de conhecimento das soluções**

As vítimas visadas são, em geral, os consumidores menos informados, razão pela qual não conhecem as soluções possíveis e não sabem a quem se devem dirigir.

➤ **Falta de aptidões de comunicação**

Os organismos governamentais e as associações de consumidores preferem receber queixas redigidas com correcção. Muitas das vítimas não possuem, no entanto, as aptidões necessárias para formular as queixas. Frequentemente, as vítimas são escolhidas precisamente por pertencerem a grupos menos capazes de defender os seus direitos.

➤ **Falta de soluções eficazes**

Podem efectivamente não existir soluções eficazes, ou pode simplesmente haver a ideia de que não existem soluções. A vítima considera, assim, que não vale a pena apresentar queixa.

Por outro lado, podem existir soluções eficazes contra as práticas duvidosas, por exemplo penas de prisão, mas não existirem soluções financeiras para o consumidor.

Propostas na Internet

Os resultados de um inquérito informal sobre as propostas na Internet confirma a impressão dada pelos resultados dos relatórios nacionais. O fenómeno não é muito preocupante na Europa e as propostas transfronteiriças não são muito frequentes.

No entanto, as propostas de origem americana são frequentes na Internet e são provavelmente recebidas pelos consumidores europeus que têm acesso à Internet em grande número.

Simplistas e fáceis de detectar, estas mensagens tornar-se-ão provavelmente mais sofisticadas no futuro e passarão a constituir uma verdadeira ameaça para os consumidores europeus.

III – VERIFICAÇÃO DA APLICABILIDADE DA LEGISLAÇÃO NACIONAL E DA UE ÀS VÍTIMAS DE PRÁTICAS DUVIDOSAS NO DOMÍNIO DA FORMAÇÃO PROFISSIONAL E DOS CONCEITOS DE NEGÓCIOS

Não existe, em geral, legislação específica aplicável às vítimas de práticas duvidosas neste domínio. No entanto, a vítima tem sempre a possibilidade de recorrer à regulamentação mais geral de protecção do consumidor, existindo igualmente soluções cíveis e criminais:

- legislação de defesa do consumidor derivada da legislação europeia (publicidade enganosa, vendas à distância) ;
- legislação nacional de defesa do consumidor, que diverge substancialmente de país para país (legislação contra as vendas em pirâmide) ;
- regulamentação geral de carácter cível e criminal.

Não existe um padrão claro no que respeita à falta de legislação adequada para proteger as vítimas deste tipo de burlas.

O problema parece residir na falta de recursos e de motivação por parte dos consumidores, das autoridades públicas e das organizações de consumidores.

IV - SOLUÇÕES POSSÍVEIS

A – Legislação

A falta de legislação não é o principal obstáculo, embora seja possível efectuar melhorias a esse nível.

Uma melhoria útil seria permitir às organizações de consumidores impor acções inibitórias contra práticas duvidosas (ver a nova directiva sobre acções inibitórias em matéria de protecção dos interesses dos consumidores).

Uma outra via a explorar seria o reforço das exigências de prestação de informações sobre propostas de negócios e a regulação de alguns aspectos da legislação em matéria de vendas directas.

B – Cooperação administrativa

Existem já algumas actividades de cooperação administrativa entre os governos nacionais.

Seriam, no entanto, necessárias medidas mais específicas, principalmente para o controlo das actividades transfronteiriças, bem como uma cooperação mais estreita entre os diversos serviços das administrações nacionais.

C – Recursos financeiros

Tal como em qualquer projecto, um esforço no sentido da adopção de medidas mais rigorosas contra as práticas duvidosas exigiria financiamento suplementar com vista à realização de investigações mais aprofundadas pelas autoridades públicas e pelos grupos de consumidores.

D – Informação e Educação dos Consumidores

Importa incentivar duas acções concomitantes.

A primeira é a educação dos consumidores propriamente dita.

A segunda é a informação, principalmente no sentido de fornecer informações aos consumidores que querem saber mais sobre a oferta que receberam e sobre as pessoas com quem estão a lidar.

A actual assimetria da informação deve ser corrigida.

Consumidores, atenção!

- Lucros ilimitados.
- Ganhe centenas de contos por semana sem qualquer investimento!
- Só precisa de saber ler, seguir instruções simples e dispor de espírito prático.
- Não se trata de uma burla do tipo “enriqueça depressa”.
- Ganhe mais de \$150.000 como “Consultor Internet”.
- Diploma M.B.A. : sem aulas, sem exames.
- Seja patrão de si próprio.
- Estabeleça o seu próprio horário de trabalho.
- Lucros elevados. Sem concorrência. Baixo investimento. Venda garantida !

“Guia sobre propostas duvidosas de formação profissional e conceitos de negócios dirigidas aos consumidores”.

O presente guia tem por objectivo prevenir os consumidores dos riscos de certas propostas duvidosas que lhes possam ser feitas em matéria de formação profissional, trabalho no domicílio, emprego independente, criação de empresas e operações de franchising. Oferece conselhos sobre como detectar e como reagir a tais propostas.

Todos os exemplos são adaptados a partir de casos concretos.

TRÊS HISTÓRIAS QUE MOSTRAM COMO SE PODE PERDER DINHEIRO FACILMENTE

1 - TOP MODEL

Helga nunca foi boa aluna. Aos 18 anos, tinha como único diploma o que recebeu quando ganhou o segundo prémio no "concurso anual de bolos" organizado no seu centro comunitário.

Os pais, desempregados, perguntavam-lhe constantemente quando é que arranjava um emprego, mas além de algumas horas a lavar pratos num restaurante, ela nunca tinha conseguido encontrar trabalho.

Então, um dia, viu um anúncio numa revista feminina:

Escola Ascot para modelos:
A sua oportunidade de ser modelo.
Curso de uma semana. Resultados garantidos.

Os amigos de Helga elogiavam frequentemente o seu aspecto físico, por isso ela pensou "Porque não eu?". No fim de contas, muitas das modelos que tinha visto nas revistas não eram assim tão bonitas e ganhavam milhões.

O edifício da escola tinha um aspecto degradado e as salas de aula eram muito pequenas, mas o homem que se apresentou como director da escola era encantador. "Com a sua silhueta, dentro em breve pode ganhar centenas de contos por semana", afirmou.

O preço do curso parecia um pouco exagerado: 1 000 euros para uma semana. Mas o director disse que a faria participar num catálogo de fatos de banho.

A sessão de fotografias ia decorrer nas Bahamas! A Helga podia ganhar até 3 000 euros, com todas as despesas pagas.

A Helga conseguiu convencer a sua tia preferida a emprestar-lhe o dinheiro. O curso não parecia grande coisa: desfilar com um livro na cabeça, ver vídeos de desfiles de moda. Na realidade, passava a maior parte do tempo a conversar com as outras raparigas, porque muitas aulas foram canceladas em cima da hora.

No final da semana, a Helga recebeu um diploma oficial de modelo.

Passadas três semanas continuava à espera de iniciar a sua carreira e resolveu queixar-se ao director. Este explicou que ela tinha perdido várias oportunidades porque ele não tinha fotografias para mostrar às agências de modelos.

Depois de pagar 500 euros (emprestados pelo namorado) para tirar fotografias, e de esperar mais três semanas, começou a ficar impaciente.

Resolveu pedir ao tio, antigo polícia, para a acompanhar à escola. Quando lá chegaram verificaram, com grande surpresa, que o prédio estava a ser demolido.

A Helga trabalha agora no McDonald local e tenta ganhar o suficiente para reembolsar a dívida à sua tia.

2 –30 EUROS POR HORA

A Maria não conseguia manter um emprego regular. Com três crianças pequenas, não podia sair de casa e não tinha ninguém para a ajudar, nem podia pagar a uma *babysitter*.

Quando viu um anúncio no quadro de informações do seu supermercado “Trabalhe em casa e ganhe até 30 euros por hora”, pensou que tinha encontrado uma solução.

Telefonou para um número de telemóvel e uma senhora muito simpática disse-lhe que só precisava de saber ler e seguir instruções simples.

Tudo o que tinha a fazer era inscrever-se como trabalhador no domicílio. Para isso tinha de pagar 50 euros, que seriam devolvidos depois de terminar o primeiro trabalho. Podia escolher o tipo de trabalho que queria fazer (artesanato, montagem, embalagem, preenchimento de envelopes e dactilografia) e ia receber uma revista grátis de trabalhador no domicílio.

Ela não tinha 50 euros, mas conseguiu convencer uma assistente social compreensiva a dar-lhe o dinheiro, com o pretexto de que precisava de comprar roupa de bebé.

Quando a encomenda chegou, teve de pagar 10 euros para despesas de porte. Mesmo assim, estava entusiasmada por ir começar o seu primeiro “trabalho no domicílio”. Passou a maior parte da noite a colar etiquetas e meter circulares em envelopes. Na manhã seguinte, depois de pagar mais 10 euros de portes, enviou o seu trabalho por correio.

Passadas três semanas, e como não tinha notícias da empresa de trabalho no domicílio, telefonou-lhes. A senhora simpática foi menos simpática do que da primeira vez e disse-lhe que o trabalho apresentado não era satisfatório e não justificava que fosse pago.

No entanto, podia dar-lhe outra oportunidade. Desta vez, a Maria teria de enfiar colares de pérolas. As pérolas eram muito valiosas e ela teria de pagar um depósito de 100 euros para garantir que as pérolas seriam devolvidas.

A Maria insultou-a e desligou o telefone.

Nunca contou aos seus amigos o que tinha acontecido, com medo de que se rissem dela.

3 - SUBIR A PIRÂMIDE

O Eric detestava o seu emprego de fiel de armazém.

Passava a maior parte do tempo numa cave escura e sonhava com um emprego ao ar livre que lhe permitisse conhecer caras novas.

Quando a Peggy, uma rapariga que conheceu numa festa, lhe falou numa oportunidade de negócio aliciante ele ficou interessado e quis ter mais informações. Por isso ela levou-o a uma reunião num hotel de luxo bem conhecido.

Na reunião, um homem carismático com um fato elegante de corte italiano falava a um grupo de cerca de 50 pessoas.

A certa altura pediu à Peggy que apresentasse o seu produto mais recente, um guia fiscal. Com um grande sorriso, a Peggy declarou "Com este guia ganho mais e pago menos impostos". A seguir, levantaram-se outras pessoas que iam dizendo quantos guias tinham vendido no mês anterior. Sempre que alguém indicava os respectivos números de vendas, todos entoavam em coro “Tem o que é preciso para ser um vencedor”.

O Eric ficou muito impressionado com o dinamismo e a alegria que todos aparentavam. Ficou ainda mais impressionado com a reunião privada que teve com o homem do fato italiano, que foi muito simpático e agradável.

Disseram-lhe que iria receber cerca de 1000 euros, no primeiro mês, em comissões da venda do guia fiscal e de outros produtos. A partir daí, deveria recrutar novos distribuidores dos quais iria receber comissões sobre as vendas que eles fizessem. Quando esses distribuidores começassem a recrutar os seus próprios subdistribuidores, o dinheiro começaria a entrar em rodos. Tudo o que ele tinha a fazer era recrutar 5 dos seus amigos como distribuidores, que por seu turno recrutariam 5 amigos e, em breve, tão certo como $5 \times 5 \times 5 = 125$, teria mais de cem pessoas a pagar-lhe comissões.

Passados três meses, as coisas não estavam a correr tão bem como ele esperava. Tinha 300 exemplares do guia fiscal na sala, e só tinha vendido 10. Nenhum dos seus amigos queria ser distribuidor e o gerente do banco não parava de lhe telefonar devido ao saldo negativo da sua conta em consequência da compra dos guias fiscais.

O Eric decidiu então queixar-se ao homem do fato de corte italiano, que lhe explicou de modo convincente que o problema se devia à sua técnica de venda. O Eric reconheceu que nunca tinha recebido formação nessa área e foi imediatamente inscrito num seminário de fim-de-semana onde poderia aprender os segredos de um bom vendedor.

O Eric ainda trabalha na cave sem janelas. Gastou 500 euros no seminário de fim-de-semana, 200 euros nas cassetes vídeo “Como vender”, 50 euros no livro “1001 maneiras de vender”, 400 euros para o seminário “Vendas internacionais” e 350 euros para o curso sobre vendas por telefone. Agora usa os guias fiscais como mobília, porque teve de a vender para pagar as dívidas.

ATENÇÃO AO SEMÁFORO !

Como evitar ser burlado? Damos-lhe alguns conselhos para detectar uma burla.

Sinal vermelho

Cuidado ! Não vá mais longe se vir um destes sinais denunciadores.

Sinal amarelo

Tenha cuidado, pode haver algo de errado.

Sinal verde

Aquilo que pode esperar de um negócio sério e legítimo. No entanto, deve ler cuidadosamente a oferta e colocar perguntas pertinentes.

Sinal vermelho	Sinal amarelo	Sinal verde
<ul style="list-style-type: none">- Falta o endereço- Número de telemóvel- Afirmações de que se trata do sistema mais eficaz de ganhar dinheiro ou do negócio mais lucrativo do mundo- Afirmação de que não se trata de uma burla nem de marketing multinível- Promessas de riqueza imediata- Depois de ler o anúncio ou outro documento, não se sabe de que produto ou serviço se trata- Pedido de pagamento imediato de despesas de inscrição ou administração no caso de trabalho no domicílio- O anúncio é publicado nas secções "oportunidades de negócios" ou "diversos" de uma revista gratuita- é oferecido um curso que garante um emprego	<ul style="list-style-type: none">- O endereço é um apartado postal- Letras garrafais- Promete revelar um segredo- Referências vagas, p. ex. "Milhares de clientes satisfeitos"- Reuniões que não se realizam nos escritórios da empresa mas em bares, cafés, hotéis ou restaurantes- O anúncio é publicado nas "ofertas de emprego" de uma revista gratuita- A palavra "oficial"- A empresa envolvida é nova- Formação para modelo, actor, assistente de bordo, monitor desportivo ou agente de segurança- Parece bom demais para ser verdade- Um pedido de pagamento que não era inicialmente mencionado	<ul style="list-style-type: none">- Endereço completo, incluindo referências bancárias ou números de registo oficial- Uma descrição exacta do produto ou serviço- O anúncio é publicado num jornal ou revista conceituados- A empresa envolvida já existe há vários anos- Em caso de trabalho no domicílio, não é pedido dinheiro- No caso de proposta de negócio, é possível falar com pessoas que já tenham entrado no negócio, ou, no caso de um curso, com antigos alunos

COMO IDENTIFICAR PROPOSTAS FIÁVEIS DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL E DE NEGÓCIOS

Existem muitas escolas e institutos de formação sérios e também conceitos de negócios genuínos. Porquê perder tempo com os que são duvidosos?

Quando se sentir tentado a responder a uma proposta nestes domínios, leia com atenção o material escrito e verifique se existem alguns dos sinais denunciadores indicados na secção "semáforo" (ver acima).

Se continuar interessado, não pague quantias elevadas (principalmente se forem todas as suas poupanças!) sem pedir a opinião de um profissional.

Dependendo da natureza da proposta, há muitas pessoas que o podem ajudar gratuitamente, ou mediante uma pequena despesa.

- Associações de consumidores
- Serviços de aconselhamento do consumidor
- Agências locais e nacionais de defesa do consumidor
- O seu agente bancário
- O seu advogado
- Autoridades educativas locais
- Associações comerciais e profissionais

Verifique se a empresa existe mesmo.

Se for possível, visite os escritórios (ou salas de aula).

Consoante a natureza da proposta, peça para falar com antigos estudantes ou outras pessoas que tenham entrado no mesmo negócio. Peça para assistir a uma aula (formação profissional) ou para passar um dia com alguém que já esteja dentro do negócio (propostas de negócios) antes de pagar seja o que for.

O QUE FAZER SE FOR VÍTIMA DE PRÁTICAS DUVIDOSAS?

Não tenha receio! Não pense que a quantia que pagou é demasiado pequena para se dar ao trabalho de apresentar queixa. Ajude a evitar que outras pessoas caiam na mesma armadilha. Não deixe que levem a melhor! Apresente queixa.

Dependendo da natureza da burla, contacte:

- Agências públicas de protecção locais e nacionais
- Organismos de autoregulação no âmbito da publicidade
- Associações de consumidores

Se não tem a certeza sobre quem deve contactar, peça aconselhamento a uma das organizações acima indicadas sobre a instância mais adequada para apresentar queixa. Não se intimide!

Se o problema for grave e se tiver sofrido perdas financeiras deve apresentar o caso a um advogado ou à polícia.

Consulte a lista de pontos de contacto nacionais do seu país de residência (ver em baixo).

LISTA DE CONTACTOS

Não se pretende apresentar aqui uma lista exaustiva das organizações que podem prestar assistência aos consumidores, principalmente os que são vítimas das práticas duvidosas descritas neste guia. Trata-se apenas de uma selecção de endereços úteis. Existem muitos outros organismos, não incluídos na lista, que podem ajudar os consumidores.

Portugal

a) Instituto do Consumidor

Serviço de apoio aos consumidores:

- prestação de informações gerais e aconselhamento
- recepção e encaminhamento de reclamações
- serviço de mediação

O Instituto ajudá-lo-á a determinar quais são os seus direitos e encaminhá-lo-á para a autoridade ou organização competentes

Pç. Duque de Saldanha, 31, R/c, 2º, 3º e 5º

1069-013 Lisboa

Telefone: 21 356 46 00 ; Fax: 21 356 47 19

Email: ic@ic.pt

b) Associações de consumidores

Existem muitas em Portugal. Estas associações oferecem aconselhamento e apoio às vítimas de práticas duvidosas. Oferecem também serviços de mediação e podem contactar a empresa e procurar obter um acordo.

O Instituto do Consumidor pode indicar-lhe os contactos da associação de consumidores mais próxima da sua residência.

c) Centros de Arbitragem de Conflitos de Consumo

Estes centros oferecem serviços de arbitragem de problemas dos consumidores. É, no entanto, necessário que a empresa dê o seu acordo para a arbitragem, o que será pouco provável no caso de empresas desonestas.

d) Autoridades judiciais

Para comunicar um acto de natureza criminal e apresentar queixa contra empresas duvidosas:

Ministério Público; apenas se o caso for de natureza criminal.

Polícia; Polícia Judiciária.