

## **Sensibilização e competências dos consumidores preocupantemente baixas, revela inquérito**

*Segundo um estudo do Eurobarómetro publicado hoje por ocasião da Cimeira do Consumidor Europeu de 2011, menos de 50% dos consumidores europeus inquiridos se sentem confiantes, informados e protegidos na sua condição de consumidores. Os consumidores informados consideram ser fácil identificar a melhor oferta, conhecer os seus direitos e procurar reparação em caso de problemas. Os consumidores vulneráveis têm dificuldades em compreender as escolhas que devem fazer, não conhecem os seus direitos, estão expostos a mais problemas e não querem tomar qualquer tipo de iniciativa para os enfrentar. Estima-se em cerca de 0,4% do PIB da UE os prejuízos comunicados pelos consumidores, havendo mais de um quinto dos consumidores da UE que informa ter tido um problema nos últimos 12 meses. Embora a maior parte dos consumidores apresente as suas queixas aos retalhistas, muitos daqueles que não conseguem uma resposta satisfatória não voltam a tomar mais nenhuma iniciativa. Para um número significativo de consumidores, é difícil fazer cálculos simples, compreender informações essenciais e reconhecer práticas ilegais de venda ou conhecer os seus direitos. A maioria dos inquiridos não tinha consciência de poder exercer o direito de devolução, de reparação ou de substituição em relação a um produto defeituoso.*

John Dalli, Comissário Europeu responsável pela política da Saúde e dos Consumidores, afirmou: «São preocupantes os resultados que indicam existir um número elevado de consumidores potencialmente vulnerável à fraude, burla e venda forçada e que desconhece dispor da faculdade de reconsiderar as suas escolhas e de evitar compras inúteis. Ora, os consumidores que não podem fazer facilmente escolhas nem evitar prejuízos não são os únicos a serem afectados, também as empresas inovadoras e cumpridoras, que geram crescimento, são penalizadas». O Comissário concluiu: «Estes resultados deverão ser tidos em conta se se pretender ajudar os consumidores inundados por informação num mercado cada vez mais complexo.»

### **O inquérito:**

O inquérito, realizado em 2010 em 29 países (UE-27, Islândia e Noruega), **contou com a participação de 56 471 consumidores, tendo sido colocadas 70 perguntas relativas a três categorias fundamentais em matéria de responsabilização dos consumidores: competências, sensibilização para os seus direitos e assertividade.** Pretendeu-se obter dados sobre os conhecimentos dos consumidores, a sua sensibilização e assertividade, a fim de melhorar a concepção e a elaboração de políticas, tanto a nível da UE como a nível nacional, que tenham em consideração comportamentos reais.

## **Principais conclusões**

O inquérito mostra que **a sensibilização e as competências dos consumidores são preocupantemente baixas**. Contudo, existem várias possibilidades a explorar no domínio da informação dos consumidores que permitirão melhorar o seu bem-estar e reduzir os prejuízos que lhes possam ser causados. Mais de 38 % dos consumidores utilizam a Internet para comparar produtos e os meios de comunicação social podem estabelecer um contacto directo com os cidadãos, pelo que tanto a Internet como os meios de comunicação social têm um papel fundamental a desempenhar na responsabilização dos consumidores.

### ***Prejuízos dos consumidores e possibilidades de reparação***

Mais de um em cada cinco cidadãos europeus inquiridos foram afectados por um problema que justificou a apresentação de uma queixa. Estima-se em 0,4 % do PIB os prejuízos sofridos pelos consumidores, sendo as pessoas menos qualificadas e os idosos aqueles que têm mais relutância em pedir reparação, embora a probabilidade de terem problemas não seja menor. O estudo confirma a importância do acesso a uma reparação eficaz. Muitos destes problemas poderiam ser resolvidos se se dispusesse de mais mecanismos de resolução alternativa de litígios (RAL).

### ***Competências dos consumidores***

Em termos de competências matemáticas, os consumidores têm dificuldades em realizar cálculos simples: **apenas 45 % responderam correctamente a três questões relativas ao consumo**. No que respeita às competências de financiamento, dois em cada dez inquiridos não conseguiram escolher a opção mais barata na compra de um ecrã plano de televisão. Apenas 58 % leu correctamente os ingredientes de um rótulo e 18 %, não conseguiu identificar o prazo de validade. Só 2 % dos consumidores reconheceram cinco logótipos de informação corrente do público. Para 33 % dos consumidores a marcação CE significava «fabricado na Europa», não sendo mais de 25 % aqueles que sabiam que esta é a forma de indicar que o produto respeita as exigências da legislação da UE. Uma grande parte dos consumidores foi incapaz de citar uma organização de defesa dos consumidores no seu país.

### ***Sensibilização dos consumidores para os seus direitos***

A **maioria dos consumidores não conhecia os seus direitos fundamentais**, como o direito à reparação ou à substituição de um produto defeituoso, o direito a reembolso no prazo de 18 meses após a compra, o direito de rescindir um contrato de prestação de serviços financeiros em linha no prazo de 14 dias, caso se mude de ideias ou se encontre uma melhor oferta, ou, mesmo, o direito de rescindir um contrato com um vendedor a domicílio.

**Para testar os seus conhecimentos, obter mais informações e outros documentos, consultar:**

[http://ec.europa.eu/consumers/consumer\\_empowerment/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/consumer_empowerment/index_en.htm)

**Ver Eurobarómetro 342**

[http://ec.europa.eu/public\\_opinion/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm)

**Para outras informações relativas a comportamentos dos consumidores, consultar [IP/11/280](#) sobre o 5.º painel de avaliação dos mercados de consumo:**

[http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts_en.htm)

<http://www.european-consumer-summit.eu>