



**e-PUBLICAÇÃO**

**conferência**  
**Práticas**  
**Comerciais**  
**Desleais**

ORADORA

**Rute Couto**

Docente do Instituto Politécnico  
de Bragança e Vice-Presidente  
da Associação Portuguesa de  
Direito do Consumo

ciclo de conferências  
**Consumo**

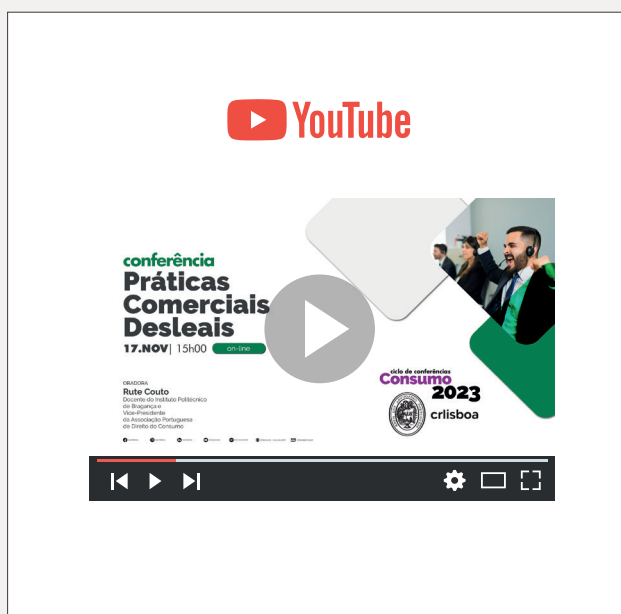
**2023**

**crlisboa**



**conferência**

PRÁTICAS COMERCIAIS  
DESLEAIS





# DIPLOMAS\*

## Direito Nacional

### DECRETO-LEI N.º 330/90

Diário da República n.º 245/1990, Série I de 1990-10-23

#### Código da Publicidade

[Artigo 6.º \(Princípios da publicidade\)](#)

[Artigo 7.º \(Princípio da licitude\)](#)

[Artigo 8.º \(Princípio da identificabilidade\)](#)

[Artigo 10.º \(Princípio da veracidade\)](#)

[Artigo 12.º \(Princípio do respeito pelos direitos do consumidor\)](#)

### LEI N.º 24/96

Diário da República n.º 176/1996, Série I-A de 1996-07-31

#### Estabelece o regime legal aplicável à defesa dos consumidores

[Capítulo II \(Direitos do consumidor\)](#)

### DECRETO-LEI N.º 57/2008

Diário da República n.º 60/2008, Série I de 2008-03-26

#### Estabelece o regime aplicável às práticas comerciais desleais das empresas nas relações com os consumidores, ocorridas antes, durante ou após uma transacção comercial relativa a um bem ou serviço

[Artigo 1.º \(Objecto\)](#)

[Artigo 3.º \(Definições\)](#)

[Artigo 5.º \(Práticas comerciais desleais em geral\)](#)

\* A presente compilação resulta de uma seleção concebida pelo CRL, a qual não pretende ser exaustiva e não prescinde a consulta destes e de outros textos legais publicados em Diário da República, disponíveis em <https://dre.pt/>.

[Artigo 6.º \(Práticas comerciais desleais em especial\)](#)

[Artigo 7.º \(Acções enganosas\)](#)

[Artigo 8.º \(Acções consideradas enganosas em qualquer circunstância\)](#)

[Artigo 9.º \(Omissões enganosas\)](#)

[Artigo 10.º \(Proposta contratual ou convite a contratar\)](#)

[Artigo 10.º-A \(Pesquisas e avaliações\)](#)

[Artigo 11.º \(Práticas comerciais agressivas\)](#)

[Artigo 12.º \(Práticas comerciais consideradas agressivas em qualquer circunstância\)](#)

[Artigo 14.º \(Direitos do consumidor\)](#)

[Artigo 15.º \(Responsabilidade civil\)](#)

[Artigo 16.º \(Direito de acção\)](#)

[Artigo 17.º \(Controlo por titulares de códigos de conduta\)](#)

[Artigo 18.º \(Código de conduta ilegal\)](#)

[Artigo 19.º \(Autoridades administrativas competentes\)](#)

[Artigo 20.º \(Determinação das medidas cautelares\)](#)

[Artigo 21.º \(Contra-ordenações\)](#)

[Artigo 22.º \(Prova\)](#)

## **LEI N.º 27/2021**

Diário da República n.º 95/2021, Série I de 2021-05-17

### **Carta Portuguesa de Direitos Humanos na Era Digital**

## **DECRETO-LEI N.º 109-G/2021**

Diário da República n.º 238/2021, 1º Suplemento, Série I de 2021-12-10, páginas 2 – 52

### **Transpõe parcialmente a Diretiva (UE) 2019/2161, relativa à defesa dos consumidores**



## LEI N.º 10/2023

Diário da República n.º 45/2023, Série I de 2023-03-03, páginas 11 – 39

### Completa a transposição da Diretiva (UE) 2019/2161, relativa à defesa dos consumidores

## Direito Europeu

DIRECTIVA 2005/29/CE DO PARLAMENTO  
EUROPEU E DO CONSELHO, DE 11 DE MAIO DE  
2005, relativa às práticas comerciais desleais das empresas  
face aos consumidores no mercado interno e que altera a  
Directiva 84/450/CEE do Conselho, as Directivas 97/7/  
CE, 98/27/CE e 2002/65/CE e o Regulamento (CE)  
n.º 2006/2004 («directiva relativa às práticas comerciais  
desleais»)

Considerando 18

DIRETIVA (UE) 2019/2161 DO PARLAMENTO  
EUROPEU E DO CONSELHO, DE 27 DE NOVEMBRO  
DE 2019, que altera a Diretiva 93/13/CEE do Conselho  
e as Diretivas 98/6/CE, 2005/29/CE e 2011/83/UE do  
Parlamento Europeu e do Conselho a fim de assegurar uma  
melhor aplicação e a modernização das regras da União em  
matéria de defesa dos consumidores

COMUNICAÇÃO DA COMISSÃO AO PARLAMENTO  
EUROPEU E AO CONSELHO, DE 13 DE NOVEMBRO  
DE 2020 - Nova Agenda do Consumidor Reforçar a  
resiliência dos consumidores para uma recuperação  
sustentável



ciclo de conferências  
**Consumo**  
crlisboa **2023**

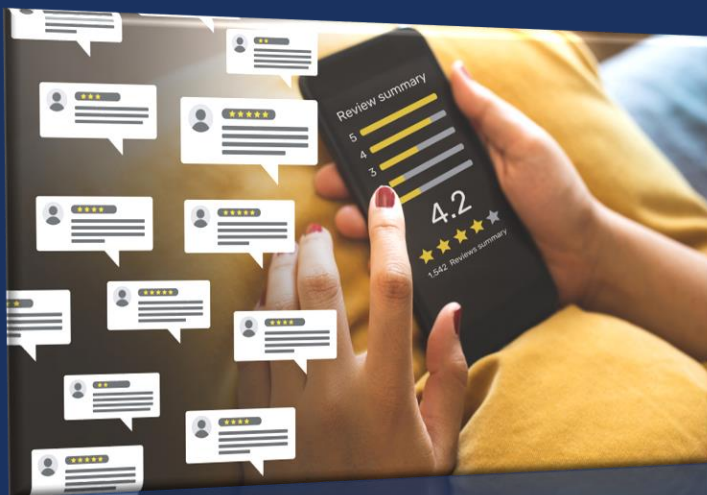


Associação Portuguesa  
de Direito do Consumo



INSTITUTO POLITÉCNICO Escola Superior de Comunicação,  
DE BRAGANÇA Administração e Turismo

# PRÁTICAS COMERCIAIS DESLEAIS



RUTE COUTO  
[rute@ipb.pt](mailto:rute@ipb.pt)

Ciclo de Conferências Direito do Consumo  
CRLisboa da Ordem dos Advogados  
17.11.2023

# SUMÁRIO

1. Introdução
2. Regime jurídico das práticas comerciais desleais (DL 57/2008)
3. Práticas relacionadas com a realidade digital (Alterações introduzidas pelo DL 109-G/2021)
4. Perguntas e respostas



# LEGISLAÇÃO

<b>Diploma</b>	<b>Designação</b>	<b>Referência</b>
Lei n.º 24/96 de 31 de julho	Regime legal aplicável à defesa dos consumidores	LDC
Decreto-Lei n.º 330/90 de 23 de outubro	Código da Publicidade	CPub
Decreto-Lei n.º 57/2008 de 26 de março	Regime jurídico aplicável às práticas comerciais desleais das empresas nas relações com os consumidores	LPCD



# TÍTULOS... E PREOCUPAÇÕES

Anacom multa MEO por práticas comerciais desleais após incêndios de outubro de 2017

Wap Billing continua a gerar reclamações no Portal da Queixa

**INFLUENCIADORES PORTUGUESES ALVO DE CONTRA-ORDENAÇÕES DA DIRECÇÃO-GERAL DO CONSUMIDOR**

Tarifário NOS Like foi denunciado por publicidade enganosa

**MEO, NOS e Vodafone lideram lista de reclamações**

**NOS forçada a retirar campanha sobre 5G**

TikTok acusado na Europa de permitir “publicidade escondida” dirigida a crianças



# DIREITOS DO CONSUMIDOR

Artigos 3.º e segs. LDC

Qualidade dos bens e serviços

Saúde e segurança física

Formação e educação

Informação

Proteção dos interesses económicos

Prevenção e reparação de danos

Proteção jurídica e justiça acessível

Participação representativa



# INTERESSES ECONÓMICOS DO CONSUMIDOR

Artigo 9.º LDC



- Nas relações jurídicas de consumo impõe-se a **igualdade material** dos intervenientes, a **lealdade** e a **boa fé**, nos preliminares, formação e vigência dos contratos
- Prevenir a lesão dos interesses dos consumidores no domínio dos métodos de venda que prejudiquem a avaliação consciente das cláusulas contratuais e a formação **livre, esclarecida e ponderada** da decisão de se vincularem

# REGIME JURÍDICO DA PUBLICIDADE

CPub

- Papel determinante da publicidade nas escolhas e decisões dos consumidores: *“Na prática, os bens são ‘pré-comprados’ através da publicidade”* (Carlos Ferreira de Almeida)
- As informações **concretas e objetivas** contidas nas mensagens publicitárias consideram-se integradas no conteúdo dos contratos
- Princípios pelos quais se rege a publicidade: licitude, identificabilidade, veracidade e respeito pelos direitos do consumidor
- Co-responsabilização do anunciante, do profissional/agência de publicidade e do titular do suporte publicitário
- Articulação CPub/LPCD



# AGENDA DO CONSUMIDOR EUROPEU 2020-2025

COM/2020/696 final

- Nova Agenda do Consumidor : Reforçar a *resiliência* dos consumidores para uma recuperação *sustentável*
- Cinco domínios essenciais: 1) Transição ecológica; 2) **Transformação digital**; 3) Aplicação efetiva da legislação e vias de recurso eficazes; 4) Vulnerabilidade dos consumidores; 5) Proteção dos consumidores no contexto global
- Garantir que os consumidores estão igualmente protegidos em linha e fora de linha
- Combater as práticas comerciais em linha que desrespeitem os direitos dos consumidores



- Proteção dos consumidores digitalmente vulneráveis
- Promoção de mecanismos que visem o aumento da **segurança e da confiança nas transações comerciais**, em especial na ótica da defesa do consumidor
- Utilização de plataformas digitais: direito a apresentar reclamações e recorrer a meios alternativos de resolução de conflitos



# PRÁTICA COMERCIAL

Artigos 1.º e 3.º d) LPCD

- Qualquer **ação, omissão, conduta ou afirmação** de um profissional, incluindo a publicidade e a promoção comercial, em relação direta com a promoção, a venda ou o fornecimento de um bem ou serviço ao consumidor
- Práticas ocorridas antes, durante ou após a transação comercial relativa a um bem ou serviço



# PRÁTICA COMERCIAL DESLEAL

Artigos 5.º e 6.º LPCD

- Em geral, é desleal a prática comercial:
  - Desconforme à diligência profissional
  - Que distorça ou seja suscetível de distorcer de maneira substancial o comportamento económico do consumidor



- São especialmente desleais as práticas suscetíveis de distorcer substancialmente o comportamento económico de um grupo de consumidores particularmente **vulneráveis** (doença mental ou física, idade ou credulidade)



# PRÁTICA COMERCIAL DESLEAL

Artigo 5.º n.º 2 LPCD

- O carácter leal ou desleal é aferido utilizando-se como referência o **consumidor médio** (ou o membro médio de um determinado grupo a quem a prática seja destinada)
- Consumidor “*normalmente informado e razoavelmente atento e advertido*” (Considerando 18 da Diretiva 2005/29/CE)
- Conceito criticado na doutrina, pela falta de adequação às circunstâncias concretas e “*transferência de responsabilidade*” (Pegado Liz) para o consumidor





## ■ AÇÕES

- Informações falsas
- Informações que possam induzir em erro (ex.: pela apresentação)
- Confusão com concorrência

## ■ OMISSÕES

- Omitir requisitos de informação substanciais
- Ocultar ou obscurecer essa informação
- Não referir intenção comercial da prática

# “LISTA NEGRA”: AÇÕES ENGANOSAS

Artigo 8.º LPCD

- **Códigos e marcas de confiança** que não correspondem à verdade
- Publicidade-**isco** ou Isco e troca
- Falsa utilização de **ofertas limitadas**
- Serviço **pós-venda** diferente do anunciado
- Publicitar produtos que **não podem ser legalmente vendidos**
- Impressão enganadora quanto aos **direitos dos consumidores**
- **Publi-reportagens**
- Marketing que transmite um receio de **segurança** nos consumidores
- **Engodo**



# “LISTA NEGRA”: AÇÕES ENGANOSAS

Artigo 8.º LPCD

- Esquemas em **pirâmide**
- Alegações falsas em relação a **mudança de instalações ou cessação** de negócio
- Alegações falsas de possibilidades de **ganhar**
- Alegações falsas acerca da **capacidade terapêutica**
- Informação falsas de **mercado**
- **Prémios** não existentes
- Criar a impressão falsa de ofertas **gratuitas**
- Produtos **não-encomendados**
- Profissional de comércio **disfarçado** de consumidor



# PRÁTICAS AGRESSIVAS

Artigo 11.º LPCD



- Prática comercial que limite ou seja suscetível de limitar significativamente a liberdade de escolha ou o comportamento do consumidor devido a **assédio, coação** ou **influência indevida**
- **Aspetos a considerar:** momento, local, natureza e persistência da prática; linguagem ou comportamento ameaçadores ou injuriosos; aproveitamento de um infortúnio ou circunstância específica do consumidor; entraves ao exercício dos direitos contratuais do consumidor; ou ameaça de exercício de uma ação judicial que não seja legalmente possível

# “LISTA NEGRA”: PRÁTICAS AGRESSIVAS

Artigo 12.º LPCD

- Venda **forçada**
- Venda ao **domicílio** agressiva
- Venda **persistente** e não solicitada
- **Entraves** a pedidos de indemnização
- Exortação direta às **crianças**
- Fornecimento **não-solicitado**
- Pressão **emocional**
- Prémio **condicionado**



# CONSEQUÊNCIAS JURÍDICAS

Artigos 14.º a 22.º LPCD

- Direitos (contratuais) do consumidor
- Responsabilidade civil
- Ação inibitória
- Regime sancionatório:
  - Medidas cautelares
  - Contraordenações (DL 9/2021: **RJCE**) e sanções acessórias



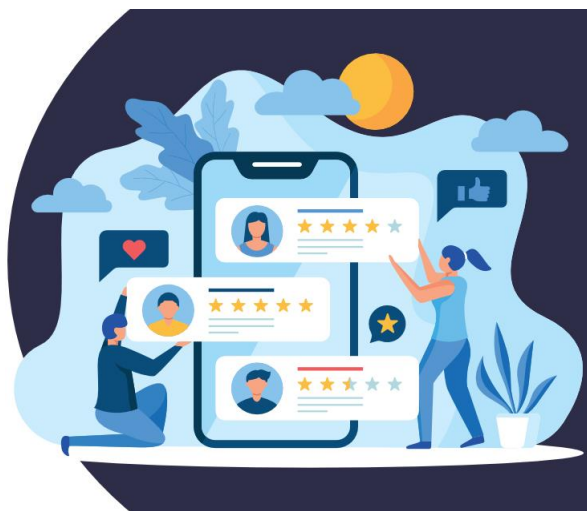


# PRÁTICAS COMERCIAIS NA REALIDADE DIGITAL

- Diretiva UE 2019/2161 (“*Diretiva Omnibus*”): melhor aplicação e modernização das regras da UE em matéria de defesa dos consumidores
- Objetivo: reforçar os direitos dos consumidores em linha, introduzindo regras que contribuem para uma maior transparência das plataformas em linha
- Transposição: **DL 109-G/2021** de 10 de dezembro (entrada em vigor: 28/05/2022) e Lei 10/2023 de 3 de março (matéria sancionatória)
- Alterações legislativas em 6 diplomas, incluindo o regime jurídico das práticas comerciais desleais (DL 57/2008)





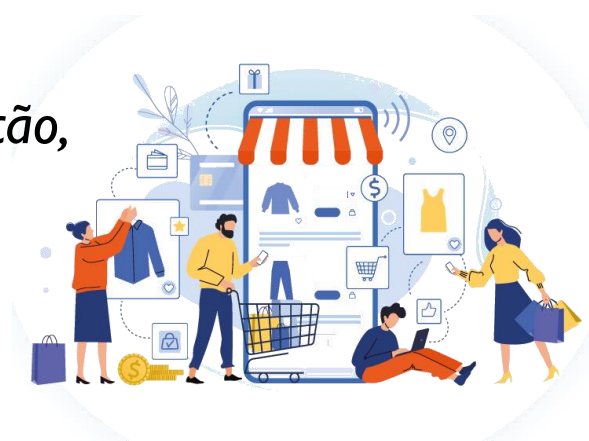


- Alargamento do âmbito de aplicação do regime e aditamento de novas definições
- Regra específica quanto aos casos de dualidade de qualidade dos produtos
- Inclusão de novas práticas no elenco das ações enganosas
- Requisitos adicionais de informação considerada substancial
- Artigo autónomo relativo a **pesquisas e avaliações**
- Remédios contratuais *individuais*

# DEFINIÇÕES

Artigo 3.º LPCD

- Noção mais ampla de produto, passando este conceito a incluir não só bens e serviços, mas também conteúdos e serviços digitais
- Novo conceito: **classificação** (*“importância relativa atribuída aos produtos, tal como apresentados, organizados ou comunicados pelo profissional, independentemente dos meios tecnológicos utilizados para essa apresentação, organização ou comunicação”*)
- Novo conceito: **mercado em linha** (*“serviço com recurso a software, nomeadamente um sítio eletrónico, parte de um sítio eletrónico ou uma aplicação, explorado pelo profissional ou em seu nome, que permita aos consumidores celebrar contratos à distância com outros profissionais ou consumidores”*)



# AÇÕES ENGANOSAS

Artigo 8.º LPDC

- Novas práticas no elenco das ações consideradas enganosas em qualquer circunstância, relacionadas com a **realidade digital**:
  - Resultados de pesquisa sem revelar claramente o pagamento (publicidade ou outro) efetuado especificamente para obter uma classificação superior
  - Revenda de bilhetes para eventos se o profissional os tiver adquirido através de meios automatizados para contornar os limites impostos ao número de bilhetes
  - Avaliações de um produto como apresentadas por consumidores, sem verificação
  - Avaliações ou recomendações falsas ou distorcidas, a fim de promover os produtos



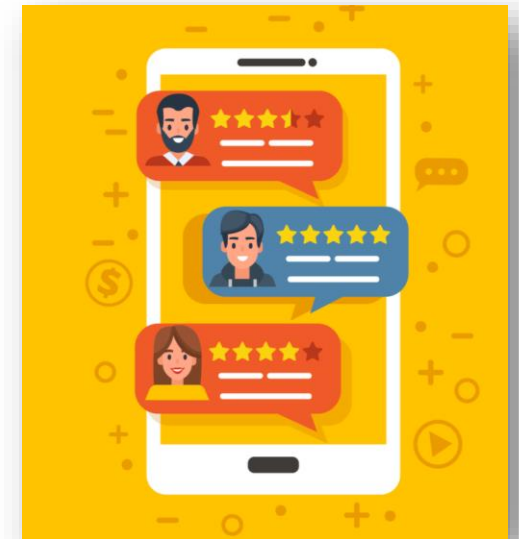
# OMISSÕES ENGANOSAS

Artigos 9.º e 10.º LPDC



- Introdução de requisitos adicionais de informação considerada substancial, para tornar a defesa do consumidor mais robusta face a práticas omissivas desleais
- Designadamente o dever de o prestador do “*marketplace*” informar o consumidor se o terceiro que oferece os bens ou serviços através do seu mercado em linha **é ou não um profissional**

- Introdução de um novo artigo relativo a “*rankings*” e “*reviews*”, que consagra o dever de os profissionais:
  - informarem os consumidores sobre os principais parâmetros determinantes da classificação das propostas apresentadas em resultado das pesquisas destes
  - referirem se as **avaliações efetuadas por consumidores** que sejam por si disponibilizadas são verificadas e de que forma o são



# DIREITOS DO CONSUMIDOR

Artigo 14.º LPDC



- Em face de uma prática comercial desleal, o consumidor tem direito à **redução adequada do preço** ou à **resolução do contrato**
- Eliminou-se a referência ao regime da anulabilidade
- O consumidor lesado por uma prática comercial desleal é ressarcido nos termos gerais

# REALIDADE

Reviews falsas: 55% dos websites violam as leis de proteção dos consumidores na União Europeia

**Comércio online: As falsas classificações de cinco estrelas também são um negócio**

**Reviews falsas levam 52% dos consumidores a perder confiança nas marcas**

Fake reviews no Facebook continuam sem controlo

**Grupo usa críticas do Google para extorquir restaurantes**



# SWEEP DA CPC NETWORK

## PAGE CONTENTS

[2022 – sweep on dark patterns](#)

[2022 - Sweep on Black Friday sales](#)

[2022 - mini-sweep on car rental intermediaries](#)

[2021 – sweep on online consumer reviews](#)

[2021 – mini-sweep on consumer credit](#)

[2020 – sweep on misleading sustainability claims](#)

[2020 - sweeps on consumer scams related to the COVID-19 pandemic](#)

[2019 - sweep on delivery and right of withdrawal](#)

[2018 - sweep on price transparency and drip pricing](#)

[2017 / 2018 - Telecommunication and other digital services](#)

## 2021 – sweep on online consumer reviews

Consumers often rely on reviews when they make purchasing decisions as shown in the Market Monitoring Survey 2020. For example, 71% of consumers consider reviews as important when choosing holiday accommodation. Authorities decided to carry out their annual sweep in 2021 into misleading practices in relation to online reviews in which authorities of 26 Member States, Iceland and Norway checked 223 major websites for misleading consumer reviews.

Almost two thirds of the online shops, marketplaces, booking websites, search engines and comparison service sites analysed, triggered doubts about the reliability of the reviews: In 144 out of the 223 websites checked, authorities could not confirm that these traders were doing enough to ensure that reviews are authentic, i. e. that they were posted by consumers that actually used the product or service that they reviewed.

Other findings of the screening of websites on online reviews:

- 104 out of the 223 of the websites examined do not inform consumers how reviews are collected and processed. Only 84 websites make such information accessible to consumers on the review page itself, while the rest mention it in “small print”, for example in their legal terms and conditions.
- 118 websites did not contain information about how fake reviews are prevented. In these cases consumers have no possibility to verify whether reviews were written by consumers that actually used the product or service.
- 176 of the websites do not mention that incentivised reviews (e.g. resulting from a monetary reward) are prohibited by their internal policies or if not how they ensure they are flagged as incentivised.

Consumer protection authorities concluded that at least 55% of the checked websites potentially violate the Unfair Commercial Practices Directive which requires that truthful information is presented to consumers to allow an informed choice. Authorities also had doubts for a remaining 18%.

- 223 sites analisados
- 104 não informam como reviews são recolhidas e processadas
- 118 não informam como previnem reviews falsas
- 176 não mencionam que as reviews pagas são proibidas ou como são diferenciadas das restantes avaliações



# RANKINGS

## Paris: 1 470 alojamentos

Mostrar no m

Ordenar por: As nossas principais escolhas

**i** 76% dos alojamentos estão indisponíveis para as suas datas no nosso website.

A comissão paga e outros benefícios podem afetar a posição de um alojamento no ranking. [Saiba mais.](#)

- O ranking dos alojamentos também pode ser influenciado por outros fatores – por exemplo, o valor da comissão que nos pagam, a rapidez com que nos pagam e se fazem ou não parte do nosso Programa Genius ou do Programa Parceiro Preferido(+). Caso tenha iniciado sessão, o seu histórico de pesquisas na nossa Plataforma (se existir) também será um fator.

# REVIEWS

## Avaliações (247)

As avaliações são verificadas por nós ⓘ

### A abordagem do Tripadvisor às avaliações

Antes da publicação, todas as avaliações do Tripadvisor passam por um sistema de controlo automático, que recolhe informações ao responder às seguintes perguntas: como, o quê, onde e quando. Se o sistema detetar algo que possa contradizer as nossas [diretrizes da comunidade](#), a avaliação não é publicada.

Quando o sistema deteta um problema, uma determinada avaliação pode ser automaticamente rejeitada, enviada para o colaborador para validação ou revista manualmente pela nossa equipa de especialistas de conteúdo, que trabalham 24 horas por dia, 7 dias por semana para manter a qualidade das avaliações no nosso site.

A nossa equipa verifica todas as avaliações publicadas no site que sejam objeto de contestação pela nossa comunidade por não cumprirem as nossas [diretrizes da comunidade](#).

[Saiba mais](#) acerca da nossa moderação de avaliações.

### Como funcionam os comentários de clientes

Cada pontuação de comentários vai de 1 a 10. Para atingir a pontuação geral que visualiza, somamos todas as pontuações de comentários que recebemos e dividimos esse total pelo número de pontuações de comentários recebidas. Além disso, os hóspedes também podem dar "subpontuações" para itens importantes, como: localização, limpeza, funcionários, conforto, comodidades, custo-benefício, e Wi-Fi gratuito. Por favor, note que os hóspedes enviam as subpontuações e as pontuações gerais de forma independente, logo, não existe relação direta entre elas.





Podé avaliar uma Acomodação que reservou através da nossa Plataforma se se tiver hospedado na mesma, ou se tiver chegado até lá, mas não se tiver hospedado. Para editar um comentário já enviado, por favor, entre em contacto com a nossa equipa de Apoio ao Cliente.

Temos pessoas e sistemas automatizados especializados em detectar comentários falsos enviados para a nossa Plataforma. Se encontrarmos algum, iremos excluí-lo e, se necessário, tomamos medidas contra o responsável. Qualquer outra pessoa que detete algo suspeito pode fazer uma denúncia à nossa equipa do Serviço de Apoio ao Cliente, para que a nossa equipa de Fraudes possa investigar.

Idealmente, publicaríamos todos os comentários que recebemos, sejam positivos ou negativos. No entanto, não exibiremos nenhum comentário que inclua ou faça referência a (entre outras coisas):

- Comentários politicamente sensíveis
- Conteúdos promocionais
- Atividades ilegais
- Informação pessoal ou sensível (por exemplo, endereços de e-mail, números de telefone ou dados do cartão de crédito)
- Palavrões, referências sexuais, discurso de ódio, comentários discriminatórios, ameaças ou referências a violência
- Conteúdo spam ou falso
- Crueldade contra os animais
- Roubo de identidade (por exemplo, se o escritor alegar ser outra pessoa).
- Qualquer violação das nossas diretrizes sobre comentários

# MARKETPLACES

 <p>Entrega grátis</p>	
iPhone 14 Pro APPLE (6.1" - 128 GB - Dourado)	Smartphone XIAOMI Redmi Note 11 Pro + 5G (6.67" - 6 GB - 128 GB - Cinzento)
<b>€1169,00</b> Vendido por WORTEN +34 vendedores desde <b>€1063,00</b>	<b>€339,70</b> Vendido por CASTRO ELECTRÓNICA +21 vendedores desde <b>€361,11</b>
<a href="#">↔ Comparar</a> 	 <b>Posso ajudar?</b> Os nossos especialistas estão prontos a ajudar!

☆☆ (1)

[Ver o produto](#) 81,06€ **63,38 €**  
Vendido por **zhishang**

**Disponível em Marketplace** Vendedor parceiro [Adicionar ao Cesto](#)

Vendido por **zhishang**  
Estado: Novo 2 novos desde **59,90 €**

<b>Vendedor profissional</b>	Estado do produto	<b>Novo</b>
<b>zhishang</b>	Pais de expedição	<b>China</b>
★★★★★ 746 venda(s)	Método de envio	<b>Envio com Tracking</b>
	termo de aceitação	<b>97,90%</b>

**Nota dos clientes**

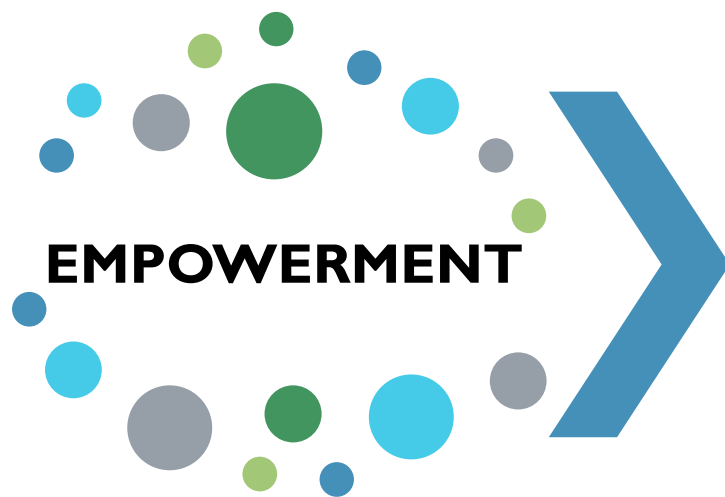
**4.5/5**

Serviço 1/2: O pacote é enviado de nosso armazém (Guangdong, China) por 4PX ou transportadora bpost e entregue em 12 a 22 dias úteis. Serviço 3: O período de garantia do fabricante para todos os nossos produtos é de 2 anos.

[Colocar uma questão ao vendedor](#)

**99,99 €** [Adicionar ao Cesto](#)  
44 novos desde **88,90 €**

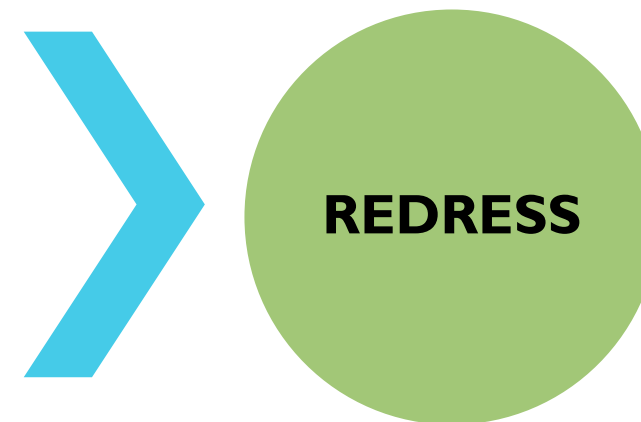
# DESAFIOS...



- **Capacitação**
- Escolhas quotidianas
- Menos e melhor informação
- Consumidores vulneráveis

## ENFORCEMENT

- **Aplicação efetiva** das medidas legais (“law in action”)
- Dispersão e fragilidades do sistema de fiscalização
- Recursos humanos e materiais



- **Reparação** dos danos
- Mecanismos de reclamação e resolução dos conflitos adequados

"A transformação digital está a mudar radicalmente a vida dos consumidores, proporcionando-lhes mais oportunidades e uma escolha mais ampla de bens e serviços. Ao mesmo tempo, pode dificultar a escolha informada e a salvaguarda dos seus interesses. (...) É necessário combater as **práticas comerciais que não respeitam o direito dos consumidores a fazer uma escolha informada**, que abusam dos seus preconceitos comportamentais ou distorcem os seus processos de tomada de decisão."

(Agenda do Consumidor Europeu 2020-2025)

Muito obrigada

**Rute Couto**

[rute@ipb.pt](mailto:rute@ipb.pt)



ciclo de conferências  
**Consumo**  
crisboa **2023**

## FICHA TÉCNICA

### **Título**

Práticas comerciais desleais  
Ciclo de Conferências Direito do Consumo

### **Edição**

Conselho Regional de Lisboa da Ordem dos  
Advogados  
Rua dos Anjos, 79  
1150-035 Lisboa  
T. 21 312 98 50 E. [crlisboa@crl.oa.pt](mailto:crlisboa@crl.oa.pt)  
[www.oa.pt/lisboa](http://www.oa.pt/lisboa)

### **Coordenação**

João Massano

### **Centro de Publicações**

Marlene Teixeira de Carvalho

### **Colaboradores**

Susana Rebelo  
Sofia Galvão