



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

## **Políticas Municipais de Promoção dos Direitos dos Consumidores em Cabo Verde: Uma Resposta à Assimetria de Informação?**

**Paulo Jorge Cardoso Ventura**

*Dissertação apresentada à Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo para obtenção do Grau de Mestre em Administração Autárquica.*

Trabalho efetuado sob a orientação de:

**Professora Doutora Rute Couto**

**Professora Doutora Cláudia S. Costa**

**Mirandela, julho de 2025**





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

## **Políticas Municipais de Promoção dos Direitos dos Consumidores em Cabo Verde: Uma Resposta à Assimetria de Informação?**

**Paulo Jorge Cardoso Ventura**

*Dissertação apresentada à Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo para obtenção do Grau de Mestre em Administração Autárquica.*

Trabalho efetuado sob a orientação de:

**Professora Doutora Rute Couto**

**Professora Doutora Cláudia S. Costa**

**Mirandela, julho de 2025**

*À memória de...*

*Giovani Rodrigues, cuja partida trágica deixou um profundo silêncio.*

*Óscar Monteiro, que me incentivou para este percurso.*

*A presença de cada um, mesmo na ausência, marcou o meu caminho e permanece viva.*

*Esta conquista também é vossa.*

## Resumo

Num contexto marcado por baixos níveis de literacia, escassa digitalização e limitada presença institucional, a assimetria de informação surge como uma falha de mercado estrutural que compromete a equidade e a eficiência nas relações de consumo. Em territórios periféricos como o Município de Mosteiros, esta desigualdade informacional acentua a vulnerabilidade dos consumidores e enfraquece os mecanismos de proteção jurídica disponíveis. Com base numa revisão crítica da literatura económica e jurídica, a investigação sustenta-se na tipologia de instrumentos de políticas públicas proposta por Weimer e Vining (2017), valorizando o papel dos governos locais na mitigação das distorções do mercado. A análise empírica, baseada num inquérito por questionário à população local, revela um quadro preocupante: grande parte dos consumidores desconhece os seus direitos, não reconhece entidades de apoio e enfrenta, com frequência, práticas comerciais abusivas. Ainda assim, manifesta-se um elevado grau de receptividade à criação de um serviço municipal de apoio ao consumidor. Deste diagnóstico resulta a proposta de um Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC), enquanto resposta institucional concreta, ancorada na proximidade e na confiança. A investigação conclui que os municípios cabo-verdianos, mesmo com recursos limitados, estão em posição de intervir ativamente na defesa do consumidor, contribuindo para a justiça económica local e para a concretização do ODS 16. A criação do SMIAC revela-se, por isso, uma forma concreta de materializar esse potencial interventivo dos municípios na promoção da literacia e no reforço da posição dos consumidores nas relações de mercado.

**Palavras-chave:** Defesa do consumidor; Políticas municipais; Assimetria de informação; Mosteiros, Cabo Verde; ODS 16.

## Abstract

In a context characterised by low literacy levels, limited digitalisation, and weak institutional presence, information asymmetry arises as a fundamental market failure that undermines both equity and efficiency in consumer relations. In peripheral areas such as the Municipality of Mosteiros, this informational inequality increases consumer vulnerability and hampers the effectiveness of available legal protections. Based on a critical review of economic and legal literature, the research utilises the typology of public policy instruments proposed by Weimer and Vining (2017), highlighting the role of local governments in correcting market distortions. The empirical analysis, derived from a survey among the local population, reveals a worrying situation: many consumers are unaware of their rights, do not recognise support organisations, and often face abusive commercial practices. Nevertheless, there is a strong willingness to establish a municipal consumer support service. This leads to the proposal of creating a Municipal Consumer Information and Support Service (SMIAC) as a specific institutional response rooted in proximity and trust. The study concludes that Cape Verdean municipalities, even with limited resources, can actively participate in consumer protection, contributing to local economic justice and supporting SDG 16 achievement. The establishment of the SMIAC thus offers a concrete way for local governments to promote consumer literacy and strengthen consumer rights within market relationships.

**Keywords:** Consumer protection; Local policies; Information asymmetry; Mosteiros, Cabo Verde; SDG 16.

## Agradecimentos

Chegado este momento tão especial da minha vida académica, é com enorme gratidão que dedico estas palavras a todos aqueles que, de forma direta ou indireta, contribuíram para que esta jornada fosse possível. Em primeiro lugar, agradeço profundamente à minha família, especialmente aos meus pais e à minha irmã, pelo amor incondicional, pelo apoio constante e por acreditarem em mim, em todos os momentos.

Tão importante quanto a família, um agradecimento muito especial à minha Rute. Acompanhou-me como professora desde o meu Curso Técnico Superior Profissional em Serviços Jurídicos, Licenciatura em Solicitadoria, e agora Mestrado em Administração Autárquica. Este percurso não seria o mesmo sem a tua imprescindível e constante companhia. Grato, do fundo do coração.

Ao Instituto Politécnico de Bragança, em particular, à Escola Superior de Administração, Comunicação e Turismo, expresso o meu sincero reconhecimento por todo o acolhimento e apoio proporcionado ao longo destes últimos cinco anos. Foi mais do que uma instituição de ensino; foi um verdadeiro lar académico onde cresci, aprendi e me transformei. A todos os seus funcionários, pessoal auxiliar e docentes, o meu muito obrigado, com especial apreço a todos os que me acompanharam academicamente e me inspiraram ao longo do percurso. Um agradecimento particular à Dra. Virgínia Alves e à Dra. Lia Araújo, pelo incentivo, pelas palavras certas nos momentos certos, e por nunca deixarem de acreditar em mim.

Não posso deixar de expressar a minha profunda gratidão ao meu "núcleo duro", os amigos mais próximos que estiveram sempre ao meu lado. Obrigado por fazerem parte desta caminhada. A vossa amizade é um dos maiores tesouros que levo desta fase da vida. Lembrar, aqui também, os meus amigos de Mosteiros, Cabo Verde, pela sua colaboração, amizade e reconhecimento.

É também com especial emoção que deixo um agradecimento muito sentido à Professora e amiga, Susana Ferreira dos Santos. A vida, por vezes, surpreende-nos com pessoas verdadeiramente únicas e insubstituíveis, que nos marcam para sempre. Obrigada por estares presente, pelo carinho, pela sabedoria partilhada e pela amizade genuína.

Endereço, por fim, um agradecimento profundo às minhas orientadoras, Doutora Rute Couto e Doutora Cláudia S. Costa. A vossa orientação, dedicação e constante disponibilidade foram fundamentais para a concretização deste trabalho. Sem o vosso apoio e colaboração, este percurso não teria sido possível.

A todos, o meu mais profundo e sincero obrigado.

AMT

## Lista de Abreviaturas e/ou Siglas

ADECO	Associação para a Defesa do Consumidor
AdC	Autoridade da Concorrência
ANMCV	Associação Nacional dos Municípios Cabo-Verdianos
ARME	Agência Reguladora Multissetorial da Economia
BCV	Banco de Cabo Verde
CIAC	Centro de Informação Autárquico ao Consumidor
CMM	Câmara Municipal dos Mosteiros
DGCI	Direção-Geral do Comércio e Indústria (Cabo Verde)
ERS	Entidade Reguladora da Saúde
IGAE	Inspeção-Geral das Atividades Económicas
INE	Instituto Nacional de Estatística (Cabo Verde)
INSP	Instituto Nacional de Saúde Pública (Cabo Verde)
IPB	Instituto Politécnico de Bragança
ODS	Objetivo(s) de Desenvolvimento Sustentável
OMC	Organização Mundial do Comércio
ONU	Organização das Nações Unidas
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
SMIAC	Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor
UE	União Europeia

# Índice

Resumo .....	iii
Abstract .....	iv
Agradecimentos .....	v
Lista de Abreviaturas e/ou Siglas.....	vi
Índice de Figuras .....	ix
Índice de Tabelas .....	x
Índice de Gráficos .....	xi
<b>Introdução.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Intervenção Pública (Local) na Informação ao Consumidor: Enquadramento Teórico ..</b>	<b>3</b>
1.1. Assimetria de Informação como Falha de Mercado .....	3
1.2. Assimetria de Informação nas Relações de Consumo .....	20
1.3. Instrumentos de Políticas Públicas de Defesa do Consumidor .....	27
<b>2. Intervenção Pública (Local) na Informação ao Consumidor: O Contexto de Cabo Verde</b> .....	<b>36</b>
2.1. Enquadramento Político-Administrativo, Económico e Social de Cabo Verde.....	36
2.2. Enquadramento Legislativo e Sistema Institucional de Defesa de Consumidor .....	41
2.3. A Atuação do Município de Mosteiros na Defesa do Consumidor .....	47
<b>3. Metodologia .....</b>	<b>52</b>
3.1. Objetivo do Estudo e Hipótese de Investigação .....	52
3.2. Estratégia e Design de Investigação.....	53
3.3. Técnicas de Recolha de Dados .....	54
3.4. Técnicas de Tratamento e Análise de Dados .....	57
<b>4. Apresentação e Análise dos Resultados .....</b>	<b>59</b>
4.1. Caracterização da Amostra.....	59
4.2. Análise Descritiva Exploratória .....	64
4.2.1. Conhecimento e Experiências enquanto Consumidor.....	65
4.2.2. Perceção sobre um Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor.....	69
4.3. Proposta de Criação de um Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC).....	75

4.3.1. Análise SWOT .....	75
4.3.2. Criação e Implementação do SMIAC .....	77
4.3.3. Regulamento Municipal do SMIAC .....	80
<b>Conclusões, Limitações do Estudo e Futuras Linhas de Investigação .....</b>	<b>84</b>
<b>Referências .....</b>	<b>88</b>
<b>Apêndice 1 .....</b>	<b>99</b>

# Índice de Figuras

Figura 1. Painel de avaliação e tendências dos ODS em Cabo Verde, 2025.....	39
---	----

## Índice de Tabelas

Tabela 1. Relação entre falhas de mercado e instrumentos de políticas públicas. ....	20
Tabela 2. Instrumentos de políticas públicas no contexto da defesa do consumidor. ....	33
Tabela 3. Diplomas jurídicos relevantes em matéria de defesa do consumidor. ....	44
Tabela 4. Entidades do sistema institucional de defesa do consumidor em Cabo Verde e suas funções .....	47
Tabela 5. Análise SWOT da proposta do SMIAC .....	76
Tabela 6. Síntese da proposta de criação do SMIAC .....	79

## Índice de Gráficos

Gráfico 1. Caracterização da amostra, por sexo. ....	60
Gráfico 2. Caracterização da amostra, por faixa etária. ....	60
Gráfico 3. Caracterização da amostra, por nível de escolaridade. ....	61
Gráfico 4. Caracterização da amostra, por situação profissional. ....	62
Gráfico 5. Caracterização da amostra, por local de residência. ....	63
Gráfico 6. Caracterização da amostra, por tipo de produtos/serviços utilizados com mais frequência.....	64
Gráfico 7. Conhecimento sobre os direitos legais dos consumidores. ....	65
Gráfico 8. Incidência de conflitos de consumo nos últimos 2 anos. ....	66
Gráfico 9. Tipologia de conflitos de consumo reportados. ....	67
Gráfico 10. Tentativas de resolução direta de conflitos com o fornecedor. ....	68
Gráfico 11. Conhecimento de entidades de apoio à resolução de conflitos de consumo. ....	69
Gráfico 12. Percepção sobre a importância de um serviço municipal de apoio ao consumidor. .	70
Gráfico 13. Intenção de uso de um serviço municipal de apoio ao consumidor.....	70



## Introdução

A teoria económica reconhece que o funcionamento eficiente dos mercados depende da existência de informação simétrica e acessível entre os agentes económicos. No entanto, a realidade dos mercados, sobretudo em contextos de consumo, revela uma persistente assimetria de informação, que compromete a racionalidade das decisões dos consumidores e a eficiência na alocação dos recursos. Esta falha de mercado tem sido amplamente discutida por autores como Akerlof (1970), Stiglitz (2000) e Weimer e Vining (2017), que demonstram como o desequilíbrio informacional afeta negativamente a confiança, a concorrência e a justiça nas relações contratuais e, em especial, nos países em desenvolvimento, onde se conjugam baixos níveis de literacia, escassa digitalização e limitada presença institucional, a assimetria de informação torna-se um fator estrutural de exclusão e vulnerabilidade dos consumidores.

As relações de consumo caracterizam-se por um desequilíbrio sistemático entre o consumidor e o fornecedor, não apenas em termos económicos, mas sobretudo informacionais. A posição dominante do profissional permite-lhe não apenas controlar os canais de comunicação e as condições contratuais, como também explorar falhas cognitivas do consumidor através de práticas comerciais complexas ou opacas. Face a este cenário, as literaturas económicas e jurídicas convergem na defesa da intervenção pública como meio de mitigar essas distorções, recorrendo a instrumentos diversificados como a regulação, a provisão de informação, os subsídios ou os mecanismos de mediação. Em particular, a abordagem de Weimer e Vining (2017) oferece uma tipologia útil para compreender e aplicar tais instrumentos à realidade concreta, valorizando o papel dos governos locais enquanto atores estratégicos na promoção de políticas públicas eficazes e contextualizadas. No caso de Cabo Verde, a ausência de estruturas municipais específicas dedicadas à informação e apoio ao consumidor constitui um vazio institucional com consequências relevantes para a cidadania económica.

A escolha do Município de Mosteiros como estudo de caso justifica-se por motivações ligadas à experiência de terreno e ao enquadramento institucional do município. Em primeiro lugar, por lá termos realizamos um estágio extracurricular, o que proporcionou um conhecimento direto da realidade local e facilitou o acesso a dados e interlocutores relevantes. Acresce que o Município de Mosteiros se tem destacado pelo seu dinamismo institucional e pelo pioneirismo na implementação de políticas públicas orientadas para o desenvolvimento local sustentável, com particular atenção aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, configurando-se, por isso, como um contexto particularmente fértil para a análise e a proposta de soluções inovadoras na área da proteção do consumidor.

É neste quadro teórico e contextual que se inscreve a presente investigação, cujo objetivo geral é analisar as necessidades dos consumidores do município de Mosteiros no que respeita à informação e apoio nas relações de consumo, avaliando em que medida a criação de um serviço

municipal poderá responder a essas necessidades e contribuir para a redução da assimetria de informação como falha de mercado. Entre os objetivos específicos, destaca-se o desenvolvimento de uma proposta de Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC), inspirado na experiência portuguesa dos Centros de Informação Autárquica ao Consumidor, como resposta institucional local a essa falha estrutural. A hipótese de investigação parte da premissa de que, apesar da existência de um quadro legal nacional de defesa do consumidor (Lei n.º 88/V/98), a inexistência de mecanismos locais estruturados de mediação e informação contribui para níveis reduzidos de literacia contratual e para uma fraca perceção dos direitos dos consumidores, sobretudo em contextos periféricos. A questão central que orienta este estudo é, pois: Que necessidades dos consumidores do município de Mosteiros justificam a criação de um serviço municipal de informação e apoio ao consumidor?

Para dar resposta a esta questão, a dissertação organiza-se em quatro capítulos principais. O primeiro capítulo apresenta o enquadramento teórico, analisando a assimetria de informação enquanto falha de mercado, a sua manifestação nas relações de consumo e os instrumentos de políticas públicas disponíveis para a sua correção. O segundo capítulo contextualiza a realidade cabo-verdiana, abordando o sistema político-administrativo, o quadro legal de defesa do consumidor e as práticas do Município de Mosteiros. O terceiro capítulo descreve a metodologia adotada, incluindo os objetivos, a hipótese, a amostra e as técnicas de recolha e análise dos dados. O quarto capítulo apresenta e discute os resultados do inquérito aplicado à população dos Mosteiros, culminando com a proposta de implementação de um Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC). Por fim, nas conclusões, são sintetizados os contributos da investigação, identificadas as suas limitações e apontadas linhas de aprofundamento futuro.

# **1. Intervenção Pública (Local) na Informação ao Consumidor: Enquadramento Teórico**

A informação desempenha um papel central no funcionamento dos mercados. A teoria económica clássica pressupõe a existência de informação perfeita e simétrica entre os agentes, condição essencial para a afetação ótima de recursos e para a autorregulação dos sistemas de mercado. No entanto, a realidade revela que este pressuposto raramente se verifica. Entre as diversas falhas de mercado identificadas pela literatura económica, a assimetria de informação destaca-se como uma das mais frequentes e persistentes, comprometendo a racionalidade das decisões dos consumidores, a transparência nas relações contratuais e, em última instância, o bem-estar social. Este capítulo propõe-se enquadrar, do ponto de vista teórico, a necessidade e a legitimidade da intervenção pública, em particular ao nível local, na mitigação dessa falha de mercado. Para tal, parte-se de uma análise geral das principais imperfeições do mercado (bens públicos, externalidades, monopólios naturais e assimetria de informação), evidenciando como estas distorções justificam a atuação do Estado. Em seguida, aprofunda-se o modo como aquela assimetria se manifesta nas relações de consumo, com particular ênfase na posição de vulnerabilidade do consumidor face ao poder informacional, técnico e económico dos fornecedores. E, por fim, examinam-se os instrumentos de políticas públicas disponíveis para corrigir estas falhas, com base na tipologia proposta por Weimer e Vining (2017), valorizando o papel das autarquias enquanto agentes estratégicos na promoção da informação e na proteção dos consumidores em contexto local.

## **1.1. Assimetria de Informação como Falha de Mercado**

A teoria económica clássica, especialmente nos modelos de concorrência perfeita, parte do pressuposto de que todos os agentes dispõem de informação completa, o que assegura decisões racionais e a eficiência dos mercados. Segundo esta perspetiva, se determinados requisitos forem cumpridos, nomeadamente uma estrutura de concorrência perfeita, plena racionalidade dos agentes, transparência total da informação e inexistência de falhas, o sistema económico tenderá a atingir, de forma espontânea, um ponto de equilíbrio ótimo em termos de eficiência (Riker e Ordeshook, 1973; Weimer e Vining, 2017). Este estado, conhecido como ótimo de Pareto, traduz-se numa situação onde não é possível melhorar a posição de qualquer participante económico sem provocar uma deterioração equivalente na situação de outro.

Contudo, a realidade empírica tem demonstrado que este pressuposto raramente se verifica e a intervenção do Estado, em particular, das autarquias locais, justifica-se em múltiplos contextos, sendo um dos principais a correção das chamadas falhas de mercado. Estas falhas referem-se a situações em que a atuação dos agentes económicos, regida pelas forças do mercado, não

conduz a uma afetação eficiente nem equitativa dos recursos, gerando perdas de bem-estar e desigualdade. Embora o enquadramento tradicional procure identificar estas falhas para justificar a intervenção pública, autores como Zerbe e McCurdy (1999) alertam que este modelo se tornou um “teste de diagnóstico quase científico à escala real” (p. 560), muitas vezes aplicado de forma acrítica. De forma semelhante, Lunn (2015) adverte que “o conceito de falha do mercado eleva o modelo de mercado concorrencial padrão ao estatuto de um modelo ideal” (p. 2), ignorando as limitações institucionais e comportamentais dos contextos reais.

A literatura clássica identifica assim quatro principais falhas de mercado: (1) bens públicos; (2) externalidades; (3) monopólios naturais ou imperfeições de mercado; e (4) assimetria de informação, esta última de particular relevo no contexto desta dissertação. Introduzido pela primeira vez, por Samuelson em 1954, o conceito de bens públicos distingue-se dos bens privados pela existência de características específicas que dificultam a sua produção e distribuição eficiente através do mercado.

Os bens privados distinguem-se pela rivalidade no consumo e pela possibilidade de exclusão de quem não paga, como são exemplo roupa e produtos eletrónicos. Em mercados ideais, sem falhas, a oferta destes bens é regulada por mecanismos de preços e concorrência. Nestas condições, a intervenção do Estado não se justifica do ponto de vista da eficiência económica, pois o mercado consegue autorregular-se adequadamente (Fernandes, 2011; Santos, 2012).

Os bens semipúblicos combinam características dos bens públicos e privados. Não apresentam rivalidade no consumo até certo ponto, permitindo uso partilhado sem prejuízo imediato para os demais, mas o acesso pode ser limitado. Exemplos incluem clubes desportivos, eventos fechados ou estradas com portagem. Contudo, quando a capacidade é ultrapassada, surgem congestionamentos que afetam a qualidade do bem, gerando uma rivalidade indireta. Nesses casos, a intervenção pública pode ser necessária para garantir uma utilização eficiente dos recursos (Fernandes, 2011; Santos, 2012).

Já os bens públicos caracterizam-se por duas propriedades fundamentais: a não-rivalidade no consumo, ou seja, o uso por um indivíduo não reduz a possibilidade de uso por outro, e a não-exclusão no acesso, porquanto não é possível excluir alguém do seu consumo, mesmo que não tenha contribuído para o seu financiamento. A iluminação pública, proteção ambiental, defesa nacional ou a segurança coletiva são exemplos paradigmáticos. Estas características geram o fenómeno do free-rider, em que indivíduos beneficiam do bem sem suportar o seu custo, tornando ineficiente a provisão, exclusiva, por agentes privados (Hillman, 2003; Alves e Moreira, 2004; Weimer e Vining, 2017).

É importante salientar que a ideia de bens públicos é distinta da noção mais ampla de “interesse público” e que a provisão desses bens não precisa ser exclusiva do setor público. No entanto, devido às características peculiares desses bens, o envolvimento estatal é frequentemente necessário para garantir que eles estejam disponíveis em níveis socialmente desejáveis. A ação

governamental visa corrigir os problemas associados aos bens públicos. Essa atuação visa corrigir as falhas de mercado inerentes, que, se não fossem mitigadas, levariam a ineficiências económicas e a injustiças sociais. Vining e Weimer (1988) destacam ainda que “em muitos contextos, a informação é insuficientemente fornecida pelos mercados porque tem as características de um bem público” (p. 284), justificando uma intervenção que vá além da simples provisão material.

Compreender estas classificações é fundamental para identificar as falhas de mercado que surgem em cada caso e, conseqüentemente, orientar a formulação de políticas públicas eficazes. A natureza do bem determina quais mecanismos e intervenções são necessários para corrigir as ineficiências, proteger recursos e assegurar o acesso adequado para toda a população, equilibrando interesses privados e coletivos de forma sustentável e justa.

As externalidades, por sua vez, são efeitos indiretos das atividades económicas de um agente sobre terceiros não envolvidos na transação. As externalidades podem ser positivas ou negativas, dependendo de gerarem benefícios ou prejuízos para terceiros. O mercado tende a ignorar estes efeitos colaterais, conduzindo a níveis de produção ou consumo socialmente indesejáveis. Externalidades positivas serão, por exemplo, a vacinação, em que para além do indivíduo vacinado, a comunidade passa a estar menos exposta ao contágio, reduzindo a propagação de doenças; e a educação, que além de beneficiar diretamente o estudante, favorece a sociedade como um todo, através da formação de cidadãos mais produtivos, informados e capazes (Fernandes, 2011; Weimer e Vining, 2017). Externalidades negativas será o exemplo da poluição gerada por uma fábrica, que causa danos à saúde da população local, afetando indivíduos que não têm qualquer participação na produção daquela empresa, e que não são compensados por essas perdas. Esta externalidade impõe custos sociais que não são refletidos nos preços pagos pelos consumidores dos produtos daquela empresa (Santos, 2012; Alves e Moreira, 2004).

A principal dificuldade trazida pelas externalidades é que, no mercado, esses custos ou benefícios sociais extras não são considerados pelos agentes económicos. Por outras palavras, os produtores e consumidores baseiam-se apenas nos seus custos e benefícios privados, ignorando os efeitos colaterais que as suas decisões provocam. Isso leva a uma falha na alocação eficiente dos recursos, originando situações de desequilíbrio, com superprodução e consumo excessivo de bens que geram externalidades negativas, ou subprodução e consumo insuficiente quando as externalidades são positivas (Alves e Moreira, 2004). É importante destacar que as externalidades não são apenas conceitos económicos abstratos, mas têm impactos concretos no quotidiano das sociedades. A poluição atmosférica, por exemplo, aumenta os casos de doenças respiratórias, reduz a produtividade e eleva os custos com saúde pública. Por outro lado, os investimentos em educação e investigação científica promovem

avanços tecnológicos e melhorias na qualidade de vida, cujos efeitos vão além dos beneficiários diretos.

Daí a importância da intervenção do Estado para corrigir essas falhas de mercado. O governo pode recorrer a diversas ferramentas para internalizar essas externalidades, levando os agentes económicos a considerarem os custos ou benefícios sociais decorrentes das suas ações. No caso das externalidades negativas, a aplicação de impostos ambientais, normas de controlo de poluição, multas e regulamentações rigorosas são formas comuns de desincentivar comportamentos prejudiciais (Weimer e Vining, 2017; Santos, 2012). Já para as externalidades positivas, as políticas públicas tendem a promover e incentivar comportamentos benéficos, através de subsídios, investimentos públicos diretos ou facilitação de acesso a bens e serviços com impacto social alargado, como por exemplo a vacinação em massa e os sistemas públicos de ensino (Fernandes, 2011). Fullerton e Wolverton (2005) recordam que Pigou foi o primeiro a propor a aplicação de um imposto diretamente proporcional aos danos ambientais causados, como forma de internalizar os custos das externalidades negativas. No setor do turismo, por exemplo, Costa (2016) aponta que os efeitos externos, positivos ou negativos, da atividade turística são habitualmente classificados em impactos económicos, socioculturais e ambientais e “têm merecido a atenção dos municípios”, que tentam minimizar tais impactos, “atuando sobretudo através dos serviços que compõem a estrutura interna do município e da regulação de algumas atividades” (p. 41).

Além disso, as externalidades estão frequentemente ligadas à provisão de bens públicos, que se caracterizam, como vimos, pela não rivalidade no consumo e pela não exclusão (Dolan e Lindsey, 1987; Weimer e Vining, 2017). Estas características dificultam a sua oferta eficiente pelo mercado, reforçando o papel essencial do Estado na sua provisão. Compreender a natureza e os efeitos das externalidades é fundamental para conceber políticas públicas eficazes, capazes de corrigir imperfeições de mercado e promover o desenvolvimento e equilíbrio social e económico. A ausência de intervenção governamental perante as externalidades pode gerar custos sociais significativos, enquanto uma atuação adequada contribui para a maximização do bem-estar coletivo, equilibrando os interesses privados e públicos.

Uma terceira falha de mercado resulta da ausência ou limitação de concorrência. Quando uma única empresa domina completamente um mercado, caracteriza-se uma situação de monopólio, que pode surgir a partir de diversas barreiras que impedem a entrada de novos concorrentes (Santos, 2012; Posner, 1999), barreiras essas que podem ser de natureza económica, tecnológica ou legal, criando um ambiente onde apenas uma empresa consegue operar com vantagem competitiva suficiente para atender à procura do mercado. Os monopólios naturais ocorrem quando as condições estruturais do mercado favorecem a presença de apenas um fornecedor para suprir a totalidade da procura de forma mais eficiente do que haveria com múltiplos concorrentes (Baumol, 1977; Depoorter, 2000). Determinados serviços como, por exemplo, o fornecimento de água ou eletricidade, implicam custos fixos tão elevados que é

ineficiente a existência de múltiplos prestadores. Isso acontece porque, quanto mais essa empresa produz, menores são os seus custos médios. Se houvesse várias empresas a competir, todas teriam de fazer os mesmos investimentos, o que aumentaria os custos e tornaria o serviço mais caro para todos. Por isso, nesses casos, é mais vantajoso ter apenas um fornecedor.

Todavia, a ausência de concorrência pode resultar em preços abusivos, baixa qualidade ou escassez de inovação. Tal implica a necessidade de regulação pública para evitar abuso de poder de mercado: “a intervenção governamental é necessária para evitar que os agentes privados tendam a aproveitar-se dos benefícios que tal situação proporciona e explorem a vantagem monopolista, especialmente através da cobrança de preços excessivos” (Costa, 2016, p. 31).

Finalmente, a assimetria de informação é uma das falhas de mercado mais significativas do ponto de vista teórico e prático, apontada como uma das mais recorrentes e difíceis de corrigir. Um dos pressupostos fundamentais para o funcionamento eficiente dos mercados é a existência de informação perfeita e simétrica entre os diferentes agentes económicos. A teoria neoclássica, conforme afirmam Fernandes (2011) e Santos (2012), assume que consumidores e produtores tomam decisões com base em conhecimento completo sobre preços, qualidade e características dos bens e serviços transacionados. Nessa perspetiva idealizada, todos os participantes do mercado detêm o mesmo nível de informação, condição que assegura alocações eficientes de recursos e resultados socialmente ótimos. Contudo, a realidade empírica demonstra que a informação, além de ser frequentemente incompleta, encontra-se muitas vezes distribuída de forma assimétrica. Tal assimetria ocorre quando uma das partes numa transação detém mais ou melhor informação do que a outra, podendo usá-la em benefício próprio. Friedman (2002) salienta que este desequilíbrio gera um grave problema económico, pois compromete a racionalidade das escolhas e, em última instância, conduz à ineficiência dos mercados.

A literatura económica começou a abordar sistematicamente este problema a partir dos trabalhos pioneiros de Arrow (1963), que destacou as imperfeições informacionais no setor da saúde, apontando a dificuldade que um paciente tem em avaliar antecipadamente a qualidade dos serviços médicos, em contraste com o conhecimento especializado dos profissionais de saúde. O conceito foi formalizado por Akerlof, no seu clássico artigo “The Market for “Lemons” (1970), onde demonstrou que a incerteza quanto à qualidade de um bem pode levar à retirada dos produtos de qualidade superior do mercado e à predominância dos de qualidade inferior. Esta lógica de seleção adversa compromete a confiança e reduz a eficiência do mercado, podendo mesmo conduzir ao seu colapso. Quando os compradores não conseguem distinguir produtos bons de produtos maus, tendem a pagar menos, o que desincentiva os vendedores honestos, que acabam por abandonar o mercado devido às fracas vendas do seu produto. Spence (1973) ampliou a análise de Akerlof com a teoria da sinalização (signaling), segundo a qual os agentes mais bem informados podem sinalizar a qualidade dos seus produtos através de garantias,

marcas ou certificações. Stiglitz (2000), por sua vez, introduziu o conceito de rastreio (screening), segundo o qual os agentes menos informados procuram ativamente obter informação adicional sobre os seus consumidores. Estas contribuições marcaram o desenvolvimento da economia da informação, evidenciando que a assimetria não é uma exceção marginal, mas uma característica estrutural dos mercados reais, e valeram a Akerlof, Spence e Stiglitz o Prémio Nobel da Economia em 2001, pelo seu papel na compreensão dos mecanismos de mercado sob condições de informação imperfeita.

Weimer e Vining (2017) sublinham que a assimetria de informação pode conduzir a fenómenos de seleção adversa e risco moral. No primeiro caso, os produtos ou clientes de pior qualidade permanecem no mercado, enquanto os de melhor qualidade tendem a ser excluídos. No segundo, a assimetria de informação está na base do risco moral (moral hazard), que ocorre quando uma parte, após a celebração de um contrato, altera o seu comportamento por saber que a outra parte não dispõe de meios para reagir, explorando assim a sua posição vantajosa (Hale, 2009).

Rothschild e Stiglitz (1976) aprofundaram estes conceitos no contexto do mercado de seguros, mostrando como a ausência de informação completa leva à segmentação ineficiente e à retração da oferta. Outros exemplos de assimetrias informacionais são facilmente identificáveis, como o mercado financeiro, em que muitos consumidores adquirem produtos de investimento sem compreender os riscos associados; o setor imobiliário, em que inquilinos frequentemente desconhecem problemas estruturais dos imóveis arrendados, informação essa detida pelos proprietários; e os serviços de saúde, tanto públicos como privados, onde persistem desigualdades na informação entre médicos e pacientes, especialmente em situações de diagnóstico complexo.

De acordo com Smeral (1998), quando os consumidores não têm acesso a dados fiáveis sobre preços ou qualidade, o sistema de mercado torna-se disfuncional. Isto pode provocar excesso de produção em alguns setores e escassez noutros, resultando em más decisões de consumo e produção. Por exemplo, um consumidor pode deixar de comprar um medicamento eficaz por não compreender a sua utilidade, ou adquirir um suplemento ineficaz devido a publicidade enganosa. Weimer e Vining (2017) acrescentam que tais falhas informacionais geram perdas de bem-estar social, já que impedem que os recursos sejam canalizados para os usos mais produtivos. A consequência prática é a incapacidade de os mercados atingirem o ótimo de Pareto, ou seja, um estado de alocação em que nenhuma pessoa pode melhorar a sua situação sem piorar a de outra.

Perante estas falhas estruturais, a intervenção do Estado revela-se justificada. Como referem Alves e Moreira (2004) e Santos (2012), o papel do poder público deve centrar-se na criação de condições para o acesso equitativo à informação, restaurando o bom funcionamento dos mercados. Os trabalhos de Arrow, Akerlof, Spence e Stiglitz mostram como o desequilíbrio

informativo entre os agentes afeta a eficiência económica e justifica a intervenção estatal. A resposta a esta falha não deve ser vista como uma negação do mercado, mas como um esforço para assegurar o seu funcionamento justo, transparente e eficaz.

Nesses casos, a regulação pública assume um papel essencial não apenas na promoção da concorrência formal, mas sobretudo na correção de desequilíbrios informacionais. Neste âmbito, Varian (1992) defende que a intervenção pública deve ir além da simples imposição de obrigações de divulgação, devendo assegurar que a informação disponibilizada seja eficaz, relevante e compreensível para o público-alvo. A OECD (2010) corrobora esta perspetiva, alertando para o risco do "information overload", ou seja, o excesso de informação que, em vez de esclarecer, confunde o utilizador, sobretudo os mais vulneráveis em termos cognitivos ou educacionais.

Como veremos, a assimetria de informação é particularmente relevante no domínio das relações de consumo. Quando uma das partes, geralmente o fornecedor de bens ou prestador de serviços, detém mais informação sobre o produto ou serviço do que o consumidor, este encontra-se em desvantagem para tomar decisões informadas. Tal assimetria pode originar comportamentos oportunistas, exploração da confiança dos consumidores e uma afetação ineficiente dos recursos. Schneider, Meub e Bizer (2016) ilustram ainda que nos mercados de serviços especializados, "os consumidores são incapazes de determinar os tratamentos ou serviços adequados para resolver um problema de uma certa gravidade" (p. 1), ao contrário dos especialistas. Esta assimetria manifesta-se ex ante, em que "os consumidores têm de adquirir não só o serviço de um especialista, mas também a informação fornecida pelo conhecimento superior do especialista", mas também ex post, "uma vez que os consumidores não podem verificar a qualidade do serviço recebido" (Schneider, Meub e Bizer, 2016, p. 1).

A assimetria informacional, no entanto, não se manifesta da mesma forma em todos os contextos. Em países em desenvolvimento, como os africanos, o problema tende a agravar-se devido à prevalência do setor informal, à baixa literacia, à fraca digitalização dos serviços públicos e à escassez de estruturas reguladoras de proximidade. North (1990) sublinha que as instituições, formais e informais, moldam o comportamento económico e são determinantes para o funcionamento dos mercados. Nestes contextos, a assimetria de informação torna-se não apenas um problema de eficiência, mas também de equidade e exclusão social.

Diante destas falhas, o papel das políticas públicas torna-se essencial. Nas últimas décadas, a Administração Pública tem sido objeto de significativas transformações, resultantes da evolução das exigências sociais, económicas e políticas que exigem respostas mais eficientes e eficazes por parte do Estado. Uma dessas mudanças fundamentais diz respeito ao modo como os bens e serviços públicos são concebidos e disponibilizados à sociedade. Enquanto, no período posterior à Segunda Guerra Mundial, predominava uma abordagem centrada na provisão direta por parte do Estado, num modelo de intervenção estatal tradicional, em que o governo era o

principal produtor e prestador de bens públicos, atualmente assiste-se a uma diversificação das formas de intervenção, incluindo modalidades indiretas que recorrem a múltiplos instrumentos de políticas públicas para alcançar os objetivos governamentais (Blair, 2002; Salamon, 2002a).

Este novo modelo de atuação implica que o Estado desempenha, cada vez mais, o papel de coordenador e regulador, promovendo parcerias, delegando responsabilidades e estruturando mecanismos institucionais que visam responder com maior eficácia à complexidade dos problemas públicos. Com este redirecionamento estratégico, cresceu o interesse académico pelo estudo dos instrumentos de políticas públicas, particularmente no domínio da Administração Pública. Este interesse refletiu-se no desenvolvimento de diversas investigações e abordagens teóricas dedicadas à análise da eficácia, eficiência e adequação desses instrumentos. Bruijn e Hufen (1998) referem que os governos não apenas executam políticas, mas escolhem ativamente entre diferentes meios de ação, sendo que a natureza e o desenho desses instrumentos influenciam diretamente os resultados obtidos. Por conseguinte, a abordagem instrumental foca-se menos no processo de implementação em si ou na atuação dos agentes envolvidos, concentrando-se antes nas escolhas estratégicas dos meios utilizados e nos seus efeitos diferenciados sobre a sociedade.

Segundo Salamon (2002a), os instrumentos de políticas públicas são mecanismos estruturados através dos quais a ação governamental se concretiza, moldando os padrões de interação entre o Estado, os cidadãos e os diversos atores económicos e sociais. Trata-se de métodos de ação pública que regulam comportamentos, distribuem recursos e estruturam relações institucionais, visando resolver problemas coletivos. Já Howlett (2005) e Vedung (1998) definem-nos como técnicas ou ferramentas específicas disponíveis para os governos influenciarem diretamente ou indiretamente a sociedade. Apesar da simplicidade do conceito, a sua aplicação prática é bastante complexa, dado que a seleção de um instrumento está condicionada por múltiplos fatores, incluindo restrições políticas, institucionais, ideológicas e culturais (Van Nispen & Ringeling, 1998). Salamon (2002a) propõe que qualquer instrumento pode ser decomposto em quatro componentes essenciais: (1) o tipo de bem, serviço ou atividade que se pretende oferecer; (2) a forma de provisão, ou seja, quem fornece e como se fornece; (3) as organizações envolvidas no processo; e (4) as regras formais e informais que regulam a relação entre estas entidades. Assim, os instrumentos de políticas públicas devem ser entendidos como arranjos institucionais complexos, com implicações distintas consoante o seu desenho e o contexto em que são aplicados.

Os governos podem optar por diversos tipos de instrumentos. Entre os mais comuns destacam-se: a administração direta, a constituição de empresas públicas e municipais, a regulação social e económica, os sistemas de seguros obrigatórios, a informação ao consumidor, as licenças administrativas, os contratos públicos, as concessões de serviços, as transferências financeiras, os subsídios, os incentivos fiscais, os empréstimos e garantias de crédito, os sistemas de vouchers, entre outros (Peters & Van Nispen, 1998; Peters, 2000; Blair, 2002). Este interesse

crescente pela análise instrumental conduziu à elaboração de múltiplas tipologias classificativas por diversos autores. Doern e Phidd (1983) sugerem uma distinção entre instrumentos coercivos e voluntários; Hood (1983) propõe a conhecida tipologia NATO (nodal, authority, treasure, organization); Vedung (1998) organiza os instrumentos em regulatórios (sticks), económicos (carrots) e informativos (sermons); Salamon (2002a) elabora um modelo que enfatiza os elementos organizacionais e de prestação; enquanto Weimer e Vining (2017) desenvolvem uma das mais reconhecidas e amplamente adotadas classificações.

Segundo Weiss (1999), a tipologia proposta por Weimer e Vining em distingue-se por compreender os instrumentos como respostas específicas a falhas de mercado, ou seja, como meios através dos quais os governos substituem, complementam ou corrigem os resultados ineficazes dos mecanismos de mercado. Esta tipologia baseia-se na ideia de que os mercados, embora eficientes em muitos casos, podem gerar bens públicos subofertados, externalidades, situações de monopólio e informação assimétrica ou, sendo, por isso, necessária a intervenção pública. Hood (1983) e McDonnell & Elmore (1987) apoiam esta perspectiva, defendendo que os instrumentos devem ser escolhidos em função do tipo de falha de mercado a ser colmatada. O Estado deve atuar de modo estratégico e seletivo, utilizando os instrumentos mais apropriados às especificidades de cada problema. A capacidade de selecionar, desenhar e aplicar adequadamente esses instrumentos constitui um elemento-chave para o sucesso das políticas públicas, permitindo alinhar as intenções políticas com os resultados esperados e promovendo maior racionalidade na ação do Estado. E, como destaca Weimer (1992), “raramente um dos instrumentos genéricos pode ser retirado da prateleira para servir de alternativa adequada a um problema político. Os instrumentos, isolados ou combinados, devem ser concebidos para se adaptarem a contextos substantivos, organizacionais e políticos específicos” (p. 373).

Weimer e Vining (2017) agrupam os instrumentos em cinco categorias principais, designadas como políticas genéricas: (1) Libertação, facilitação ou simulação de mercados, que visam criar mercados onde estes não existem, ou aumentar a concorrência e eficiência dos já existentes; (2) Modificação de incentivos através de subsídios ou taxas, com o intuito de alterar comportamentos indesejados ou estimular ações desejáveis; (3) Estabelecimento de regras e normas regulatórias, que determinam o comportamento dos agentes mediante imposições legais; (4) Mecanismos hierárquicos, baseados na autoridade direta do Estado, como ministérios ou agências públicas; e (5) Prestação de garantias e seguros públicos, para reduzir riscos ou garantir acesso universal a determinados bens.

No primeiro grupo, Weimer e Vining (2017) enquadram as políticas públicas baseadas na utilização direta dos mecanismos puros de mercado. Propõem três formas principais de explorar esses mecanismos: (1) libertação; (2) facilitação; e (3) simulação de mercados.

A libertação envolve a remoção de entraves ao funcionamento do mercado, designadamente por desregulação, legalização e privatização. A desregulação consiste na suspensão de controlos

governamentais sobre preços, acesso ou operação em certos setores. Rolph (1983) e Alves e Moreira (2004) alertam, no entanto, para os efeitos contraproducentes destas intervenções, chamando a atenção para fenômenos como o *rent seeking*, ou procura, por parte de certos agentes económicos, de privilégios legais ou regulamentares que lhes permitam obter lucros à margem da concorrência e da inovação, frequentemente à custa do interesse público. A legalização consiste em permitir atividades antes criminalizadas (Boyd & Lowman, 1998), como a prostituição e consumo de drogas. Já a privatização concretiza-se pela venda de empresas públicas ao setor privado (desnacionalização) e abertura de mercados até então monopolizados por entidades estatais à concorrência privada (desmonopolização). No entanto, os autores sublinham que a eficácia desta medida depende da existência real de concorrência.

Quando os mercados não existem ou são disfuncionais, os autores propõem a facilitação, ou seja, a criação de condições legais e institucionais para que os mercados funcionem. Um exemplo central é a definição de direitos de propriedade para bens previamente existentes ou a criação de novos bens de mercado. Mas a definição daqueles direitos enfrenta resistências de grupos com interesses adquiridos, pelo que se sugerem métodos neutros, como leilões e lotarias. Também se podem criar bens transacionáveis, como os créditos de emissão de poluentes, utilizando incentivos financeiros para influenciar comportamentos (Tietenberg, 2002; Cordes, 2002).

Nos casos em que o mercado não pode funcionar nem ser criado, propõe-se a simulação de mercado. Esta estratégia baseia-se na ideia de que, mesmo quando não é possível garantir concorrência dentro de um setor, pode promover-se concorrência pela concessão do direito de operar nesse setor. Trata-se, essencialmente, de replicar a lógica concorrencial através de processos de seleção competitivos, como concursos públicos ou leilões de concessão. Chadwick (1859, citado por Weimer e Vining, 2017) já defendia esta abordagem para certos monopólios naturais, onde só uma entidade pode operar. O objetivo é garantir a alocação eficiente de recursos, mesmo sem concorrência direta.

Shapiro e Varian (2008) sublinham que a regulação pública pode desempenhar um papel crucial ao criar condições institucionais que simulem mercados mais eficientes, especialmente em setores onde a concorrência é imperfeita ou a informação é assimétrica. Segundo Pecegô (2010), na sua atuação o governo desempenha múltiplos papéis “comprador, fornecedor, contratador, regulador e árbitro” (p. 5). Também Costa (2016) refere soluções coasianas como instrumentos de libertação de mercado. A autora aponta que “a resolução do problema das externalidades não exige a intervenção dos governos. Estes devem limitar-se a definir os direitos de propriedade para que os agentes económicos através da livre transação desses direitos entre eles, atinjam a eficiência económica” (Costa, 2016, p. 4).

No segundo grupo, relativo ao uso de subsídios e taxas para alterar incentivos, reconhece-se que, para além da regulamentação direta e das estratégias informativas, a intervenção pública

pode assumir uma via mais indireta, baseada na modificação dos incentivos económicos que moldam os comportamentos dos agentes. Esta lógica está na base dos chamados instrumentos de mercado que incluem subsídios e taxas, e cuja função é realinhar os custos e benefícios individuais com os efeitos que produzem na sociedade como um todo. A ideia central passa por alterar os preços relativos dos bens e serviços, encorajando ou desincentivando determinadas escolhas. Se um bem provoca prejuízos a terceiros (como no caso da poluição) o seu consumo ou produção pode ser penalizado através de uma taxa. Pelo contrário, se a atividade em causa gera benefícios para além do seu utilizador direto (como acontece, por exemplo, com a vacinação ou a educação), o Estado pode intervir com apoios financeiros para estimular essa prática. Esta lógica tem raízes na teoria das externalidades. Pigou (1920) foi um dos primeiros a defender que o Estado deve intervir sempre que os mercados não internalizam os efeitos colaterais das decisões privadas. No caso das externalidades negativas, propôs a aplicação de impostos - os chamados impostos pigouvianos - como forma de incorporar os custos sociais no cálculo económico individual. Já para as externalidades positivas, recomendava a concessão de subsídios que tornassem essas atividades mais atrativas. Contudo, esta abordagem pigouviana tem sido alvo de críticas, nomeadamente por parte de Coase (1960), que argumenta que, em certas circunstâncias, as partes envolvidas podem negociar entre si soluções eficientes, sem necessidade de intervenção pública, desde que os direitos de propriedade estejam bem definidos e os custos de transação sejam nulos. Na prática, no entanto, essas condições raramente se verificam, tornando a atuação do Estado muitas vezes inevitável.

Schwartz e Clements (1999) catalogam os subsídios, consoante as formas que podem assumir: “pagamentos diretos a produtores ou consumidores (subsídios em dinheiro ou explícitos), empréstimos governamentais com juros baixos (subsídios de crédito), reduções em obrigações fiscais (subsídios fiscais), participação de capital do governo (subsídios de capital), provisão de bens e serviços pelo governo a preços subsidiados (subsídios em espécie), compras de bens e serviços pelo governo a preços acima do mercado (subsídios de aquisição), e diferentes tipos de ações regulatórias que alteram preços ou acesso de mercado (subsídios regulatórios)” (p. 141).

Weimer e Vining (2017) propõem uma classificação sistemática dos instrumentos económicos utilizados nas políticas públicas. Em vez de apenas os distinguir em subsídios ou taxas, os autores organizam-nos de acordo com o lado do mercado em que incidem: oferta ou procura. Do lado da oferta, temos as taxas sobre outputs (como os impostos sobre a produção poluente) e os subsídios à produção, concedidos a empresas que geram externalidades positivas. Por exemplo, um governo pode apoiar financeiramente produtores de energia renovável, reduzindo os custos associados à sua atividade e incentivando a transição energética (Santos, 2012). Entre estes apoios incluem-se ainda as isenções fiscais e os chamados matching grants ou transferências condicionadas, frequentemente utilizadas para cofinanciar serviços públicos a nível local (Levy, 1995; Beam e Conlan, 2002). Já no plano da procura, os instrumentos visam modificar os comportamentos dos consumidores. Aqui encontramos subsídios em espécie, como

a distribuição de alimentos ou medicamentos, vouchers, que permitem aos beneficiários adquirir bens ou serviços específicos no mercado (Steuerle e Twombly, 2002), e benefícios fiscais dirigidos aos consumidores, como a dedução dos juros da casa própria no IRS (Howard, 2002). Em todos estes casos, o objetivo é estimular o consumo de bens considerados socialmente desejáveis, como a educação, a saúde ou a habitação. As taxas aplicadas à procura subdividem-se em duas grandes categorias: taxas sobre bens de demérito, como tabaco ou álcool, cujo consumo se pretende desencorajar (Pirttilä e Tuomala, 1997), e taxas de utilização, que seguem o princípio do “utilizador-pagador”, como as portagens ou os preços dos transportes públicos em horas de ponta (Santos, 2012; Fernandes, 2011).

A eficácia destes instrumentos depende, no entanto, de diversos fatores. Fullerton e Wolverton (2005) sublinham que, no caso das externalidades negativas, as taxas são geralmente preferíveis aos subsídios, pois não só corrigem o comportamento como geram receita pública. A utilização de subsídios para “premiar” empresas por poluírem menos pode, em certos casos, criar incentivos perversos: as empresas podem aumentar artificialmente os danos apenas para receber mais apoio financeiro. Por outro lado, Mankiw (2009) aponta duas vantagens cruciais da utilização de impostos corretivos. A primeira é a flexibilidade: ao contrário da regulação, que impõe padrões fixos, as taxas permitem que cada agente ajuste o seu comportamento conforme os seus próprios custos e preferências. A segunda é a possibilidade de utilizar as receitas geradas para reduzir outros impostos mais distorcivos, como os que incidem sobre o trabalho ou o investimento. É importante, contudo, reconhecer os limites e riscos destes instrumentos. Em particular, as tarifas sobre importações, muitas vezes justificadas com o argumento de proteger indústrias estratégicas ou preservar empregos, podem ser capturadas por interesses organizados e resultar em ineficiências e distorções (Weimer e Vining, 2017).

O terceiro grupo, relativo ao estabelecimento de regras é talvez o mecanismo mais tradicional. Segundo Teixeira (2002), as políticas públicas regulatórias “visam definir regras e procedimentos que regulem comportamento dos atores para atender interesses gerais da sociedade” (p.3). O funcionamento dos mercados depende de um sistema legal sólido, que assegure previsibilidade, proteção de direitos e resolução de conflitos. Como referem Weimer e Vining (2017), nenhuma economia de mercado funciona fora do direito. Pelo contrário, é através das normas jurídicas, que definem direitos de propriedade, contratos e responsabilidades, que se viabilizam a troca, o investimento e a concorrência. A ausência ou fragilidade dessas normas compromete a confiança dos agentes económicos e prejudica o funcionamento dos mercados. Além disso, o enquadramento legal é essencial para lidar com falhas de mercado, como a assimetria de informação, em que uma das partes tem acesso a mais ou melhor informação. Nesses casos, as leis de responsabilidade civil compensam os lesados e desincentivam comportamentos negligentes ou fraudulentos (Rubin, 2005; Cherry, 1999).

Segundo Singh (2002), num cenário ideal de mercados plenamente competitivos e consumidores com informação perfeita, a eficiência seria assegurada pelas próprias relações de mercado. No

entanto, essa situação é rara. Quando os consumidores desconhecem os riscos dos produtos que consomem, o mercado, por si só, não garante eficiência nem segurança, sendo necessário um sistema jurídico robusto. O direito penal também desempenha um papel importante na correção de externalidades negativas. Mais do que punir crimes económicos, força os agentes a considerar os efeitos das suas ações sobre terceiros, promovendo uma alocação mais eficiente dos recursos (Weimer e Vining, 2017; Rubin, 2005).

Se o enquadramento legal estabelece a base institucional dos mercados, a regulação introduz mecanismos mais específicos para corrigir falhas sistemáticas ou resultados socialmente indesejáveis. Define regras sobre preços, quantidades, qualidade, informação e qualificações técnicas, sendo particularmente necessária quando os mercados não funcionam de forma eficiente (May, 2002; Salamon, 2002b). A regulação económica garante condições mínimas de concorrência, evita abusos de poder de mercado e assegura acesso equitativo a bens essenciais. Em monopólios naturais, como os setores da energia ou dos transportes públicos, o controlo de preços é fundamental para proteger os consumidores e promover uma alocação eficiente (Hepburn, 2006; Joskow, 2007). Contudo, como salientam Weimer e Vining (2017), a regulação direta nem sempre é a mais eficiente. Em certos contextos, mecanismos como subsídios, concessões por leilão ou propriedade pública podem ser mais adequados, especialmente quando os custos de regulação são elevados ou os objetivos sociais são difíceis de atingir apenas com o setor privado.

A regulação de quantidades, por via de quotas, limites ou proibições, é eficaz em domínios ambientais ou de gestão de recursos comuns. Embora mais rígida, oferece maior certeza nos resultados, sendo adequada em situações de risco elevado, como a poluição ou a destruição de ecossistemas (Hepburn, 2006; Weimer e Vining, 2017). A gestão da informação é outro eixo central da regulação. A informação imperfeita ou assimétrica compromete as decisões dos consumidores, tornando-os vulneráveis a abusos. Para contrariar isso, o Estado pode fornecer informação diretamente (rotulagem, campanhas, alertas) ou impor obrigações de transparência aos agentes privados (Weiss, 2002). Nos casos em que a qualidade depende da formação dos prestadores, como na saúde ou na advocacia, a simples divulgação de informação não é suficiente. A solução passa pela certificação, licenciamento e registo profissional, mecanismos que reforçam a confiança dos consumidores e a credibilidade dos agentes (Weimer e Vining, 2017). Em suma, as regras legais e regulatórias são instrumentos estruturantes da ação pública. Moldam os incentivos e limites das decisões individuais e coletivas, permitindo corrigir falhas de mercado e promover objetivos sociais, ambientais e económicos. Num contexto de crescente complexidade, a sofisticação destes mecanismos torna-se indispensável. A escolha entre comando, incentivos ou informação dependerá sempre da natureza do problema e da legitimidade das instituições, mas, como demonstram os autores referidos, as regras continuarão a ser centrais nas políticas públicas.

No grupo dos mecanismos hierárquicos de atuação trata-se de uma perspectiva mais intervencionista ou de mecanismos de não-mercado (Weimer e Vining, 2017), concretizada por exemplo através de regulação direta ou provisão de bens e serviços “efetuada de forma direta pelos governos, através das repartições públicas, ou indiretamente, por via de formas híbridas de prestação de serviços” (Costa, 2015, p. 62). Weimer (1992) afirma que estes mecanismos são uma ferramenta fundamental para mitigar problemas de informações assimétricas ao estabelecer responsabilidades, controles e incentivos que orientem o comportamento dos agentes sob incerteza e assimetria informacional.

Stiglitz (2000) propõe a avaliação da dupla falha de mercado, onde é necessário confirmar se a falha de mercado é real e, simultaneamente, verificar se existem alternativas viáveis que não envolvam o setor público. Para este autor, a falha de mercado ocorre quando a distribuição e a produção de bens e serviços não conseguem atender às necessidades sociais de forma eficiente ou justa. A falha do governo, por sua vez, surge quando a intervenção pública gera distorções adicionais, como a ineficiência administrativa, a corrupção ou a captura regulatória.

A provisão direta por parte do Estado é a forma mais tradicional de garantir que bens públicos essenciais, como saúde, educação ou segurança, sejam oferecidos à população. Salamon (1989) aponta que esta abordagem tem sido adotada por vários países desde o surgimento do Estado moderno, quando o governo passa a assumir o papel de produtor desses bens, especialmente quando os mesmos apresentam características de bens públicos – isto é, quando são não-excludentes e não-rivais. Além disso, a provisão direta está frequentemente associada a elevados custos administrativos e a uma gestão muitas vezes caracterizada por rigidez. Esta ineficiência pode ser um problema especialmente em contextos onde a inovação e a adaptação são fundamentais para a melhoria dos serviços públicos.

A procura por soluções mais eficientes tem levado muitos governos a considerar alternativas à provisão direta, nomeadamente através de modelos híbridos que envolvem a parceria entre o setor público e o privado. Estes modelos, como as parcerias público-privadas (PPP), têm sido explorados por diversos autores, como Salamon (2002b) e Hepburn (2006), que observam que estas colaborações permitem combinar a eficiência do setor privado com os objetivos sociais do setor público, mantendo a responsabilidade estatal sobre a oferta dos bens essenciais.

É também relevante a existência de empresas municipais, que, conforme argumentam Weimer e Vining (2017), podem ser criadas para gerir serviços essenciais como o fornecimento de água, energia ou transportes públicos. Estas empresas operam de forma descentralizada, permitindo que as decisões sejam mais sensíveis às necessidades locais, o que pode melhorar a qualidade dos serviços prestados.

A regulação desempenha um papel central quando se fala de modelos híbridos, pois estabelece as regras do jogo e as condições em que as empresas públicas ou as PPPs devem operar. May (2002) argumenta que a regulação, ao definir limites e condições para o funcionamento das

empresas públicas ou privadas, ajuda a evitar comportamentos monopolistas e práticas que possam prejudicar os consumidores. A regulação é fundamental para garantir a eficiência e equidade dos serviços prestados, principalmente quando se lida com monopólios naturais ou quando as externalidades negativas estão em jogo. A regulação pode ser económica e social. A regulação económica foca-se em garantir que as empresas operem dentro de um quadro competitivo, prevenindo abusos de poder e assegurando preços justos. Já a regulação social é mais direcionada para áreas como a proteção do ambiente, a segurança pública e o bem-estar social. Neste sentido, autores como Baldwin et al. (2012) sugerem que, ao estabelecer regras claras e eficazes, a regulação garante que as externalidades negativas sejam minimizadas e que as necessidades da população sejam atendidas de forma justa.

Por fim, a provisão de seguros e garantias é fundamental em ambientes de risco moral e incerteza. O risco moral é uma manifestação típica da assimetria de informação, sobretudo no setor dos seguros, onde o comportamento do segurado pode ser influenciado pela perceção de estar protegido contra os prejuízos decorrentes das suas escolhas. Varian (1992) destaca este fenómeno como um desafio central no desenho de contratos de seguro, sublinhando a importância de mecanismos que alinhem os incentivos entre segurador e segurado, de modo a evitar decisões oportunistas após a celebração do contrato. Neste contexto, a atuação do Estado torna-se necessária não só para regular e fiscalizar o mercado segurador, mas também para assegurar a existência de instrumentos públicos que respondam a riscos que o mercado privado não cobre de forma adequada. Stiglitz (2001) realça precisamente esta função do governo, ao atribuir-lhe um papel essencial na criação de seguros ou mecanismos compensatórios que atenuem as consequências da informação imperfeita e protejam os grupos mais vulneráveis.

Weimer e Vining (2017) argumentam que o seguro, enquanto mecanismo de mitigação de risco, oferece uma solução coletiva para a gestão de incertezas. Ao agrupar riscos individuais numa base coletiva, o seguro permite que os custos das situações adversas sejam partilhados de forma equitativa entre os participantes. Contudo, o mercado de seguros pode enfrentar diversos problemas, como a seleção adversa e o risco moral. A seleção adversa surge quando, devido à assimetria de informação, indivíduos com maior risco são mais propensos a contratar seguros, enquanto os de menor risco tendem a evitá-los, encarecendo assim os prémios. A obrigatoriedade dos seguros, como no caso do automóvel, permite ao Estado garantir uma cobertura mais equilibrada e evitar esse problema. Já o risco moral ocorre quando os segurados, protegidos pela cobertura, adotam comportamentos mais arriscados. Para o mitigar, podem ser aplicadas medidas como franquias ou exigência de comportamentos responsáveis antes da concessão do seguro.

O conceito de seguros subsidiados, onde o governo subsidia o custo de um seguro, é uma forma de reduzir o impacto financeiro para os grupos de menor renda ou para aqueles que, por outras razões, não seriam capazes de pagar o custo integral de uma apólice de seguro, como por

exemplo seguros agrícolas subsidiados para proteger os produtores contra perdas associadas a fenómenos climáticos e flutuações de mercado. Feldman (2002) e Weimer e Vining (2017) defendem que os subsídios podem ser uma ferramenta útil em cenários onde a miopia económica ou o erro de cálculo impedem os cidadãos de tomarem decisões adequadas sobre a compra de seguros. Esses subsídios garantem que, mesmo em situações de escassez de recursos, os indivíduos ainda possam contar com uma rede de proteção financeira, minimizando o impacto de eventualidades graves.

Por outro lado, as garantias governamentais funcionam de maneira distinta. Elas não têm o objetivo de prevenir a ocorrência de riscos, mas sim de mitigar os efeitos desses riscos após a sua materialização. Enquanto os seguros pressupõem uma atuação preventiva, em que os indivíduos se protegem antecipadamente contra eventuais riscos, as garantias operam de forma reativa, oferecendo compensações após a verificação de eventos desfavoráveis (Weimer e Vining, 2017). As garantias podem ser classificadas em três grupos: açambarcamento, assistência transitória e subsídios em numerários (Costa, 2015). O primeiro diz respeito ao armazenamento de bens, como reservas públicas de alimentos ou energia, utilizadas em períodos de crise ou escassez. O segundo refere-se à ajuda de carácter temporário, como os apoios financeiros atribuídos a pessoas em situação de desemprego. Por fim, existem as transferências diretas em dinheiro, destinadas a apoiar economicamente os agregados familiares mais desfavorecidos, como sucede com o Rendimento Social de Inserção.

No entanto, as garantias, embora úteis em várias situações, não são uma solução definitiva para todas as falhas de mercado. Elas oferecem uma resposta de emergência a problemas imediatos, mas não corrigem necessariamente as causas subjacentes desses problemas. Para resolver falhas de mercado de forma mais profunda, os governos precisam criar políticas estruturais que promovam a competição, a inovação e a inclusão social a longo prazo. Feldman (2002) observa que, além da função de corrigir falhas de mercado, o governo tem uma responsabilidade ainda mais ampla de promoção de uma sociedade mais equitativa e justa. As políticas públicas relacionadas com seguros e garantias são instrumentos essenciais no processo de redistribuição de riscos e recursos. Não se limitam a ser meros instrumentos económicos de proteção contra imprevistos, mas têm um impacto direto na coesão social e segurança dos cidadãos em momentos de adversidade. E ao garantir que os riscos não sejam suportados exclusivamente pelos mais vulneráveis, o governo pode atuar como um nivelador social e promover a justiça distributiva (Rawls, 1971).

Em resumo, a abordagem de Weimer e Vining (2017) identifica quatro falhas fundamentais de mercado que justificam a intervenção pública: os bens públicos, as externalidades, os monopólios naturais e a assimetria de informação. Os bens públicos caracterizam-se por serem não rivais e não excludentes, o que impede a sua oferta eficiente por parte do mercado, dado o risco de consumo gratuito e a ausência de incentivos à produção. As externalidades referem-se aos efeitos indiretos de uma atividade económica sobre terceiros, não refletidos nos preços de

mercado, podendo ser positivas (como a vacinação) ou negativas (como a poluição). Já os monopólios naturais surgem em contextos de custos fixos elevados e rendimentos de escala crescentes, tornando mais eficiente a operação por uma única entidade, o que compromete a concorrência. Por fim, a assimetria de informação ocorre quando uma das partes envolvidas numa transação possui mais ou melhor informação do que a outra, criando riscos de seleção adversa e comportamentos oportunistas.

Para mitigar estas falhas, os autores propõem cinco grupos de instrumentos de políticas públicas. Em primeiro lugar, a libertação, facilitação ou simulação de mercados procura reforçar a concorrência e corrigir distorções estruturais, podendo ser eficaz face a monopólios ou falhas de mercado decorrentes de barreiras artificiais. Em segundo lugar, os instrumentos de preços, como impostos, taxas ou subsídio, visam corrigir externalidades, incentivando ou penalizando determinados comportamentos. O terceiro grupo compreende o estabelecimento de regras, através da regulação normativa, impondo limites mínimos ou máximos de conduta, frequentemente usado para proteger consumidores perante riscos informacionais ou ambientais. Em quarto lugar, os mecanismos hierárquicos consistem na provisão direta de bens e serviços pelo Estado, justificando-se especialmente em setores essenciais com características de bem público ou monopólio natural. Finalmente, a provisão de seguros e garantias responde a riscos não cobertos eficientemente pelos mercados, especialmente em contextos de elevada incerteza e assimetria de informação.

Cada instrumento pode funcionar como uma solução primária - quando atua diretamente sobre a origem da falha - ou como solução secundária - quando atua de forma complementar ou mitigadora. Na esteira de Costa (2015), a relação entre as falhas e os instrumentos pode, assim, ser sistematizada na seguinte matriz analítica (Tabela 1) com exemplos ilustrativos para melhor compreensão.

**Tabela 1.** Relação entre falhas de mercado e instrumentos de políticas públicas.

<b>INSTRUMENTOS \ FALHAS</b>	<b>Bens Públicos</b>	<b>Externalidades</b>	<b>Monopólios Naturais</b>	<b>Assimetria de Informação</b>
<b>Mecanismos Puros de Mercado</b>	Secundária: concessões privadas nas portagens em autoestradas	Secundária: comércio de direitos de emissão de carbono	Secundária: regulação da entrada de novos operadores em telecomunicações	--
<b>Incentivos (Subsídios e Taxas)</b>	Secundária: isenções fiscais para doações a instituições ambientais	Primária: taxas de carbono, subsídios à aquisição de veículos elétricos	Secundária: incentivos para redes de distribuição de água em zonas remotas	--
<b>Regulação</b>	Secundária: exigência de acessibilidade em edifícios públicos	Primária: limites legais de emissões, coimas ambientais	Primária: tarifas reguladas em serviços essenciais (ex.: água, energia).	Primária: obrigatoriedade de cláusulas claras, rotulagem alimentar
<b>Mecanismos Hierárquicos de Atuação</b>	Primária: escolas públicas, segurança, iluminação pública	Secundária: recolha pública de resíduos sólidos em zonas não rentáveis	Primária: gestão estatal de serviços ferroviários	Secundária: entidades reguladoras de medicamentos
<b>Seguros e Outras Garantias</b>	--	--	--	Secundária: seguros de saúde obrigatórios, garantias em produtos financeiros

Fonte: Elaboração própria, adaptado de Weimer e Vining (2017).

Este enquadramento geral demonstra que a intervenção pública deve ser cuidadosamente desenhada para responder aos diversos tipos de falhas de mercado, em especial à assimetria de informação, que exige estratégias múltiplas e coordenadas. Na próxima parte, aprofundaremos a forma como estas falhas e instrumentos se manifestam especificamente nas relações de consumo.

## **1.2. Assimetria de Informação nas Relações de Consumo**

A assimetria de informação constitui uma das falhas mais persistentes do mercado, assumindo contornos ainda mais críticos nas relações de consumo. Como salientam Vining e Weimer (1988), a existência de informação desigual entre vendedores e compradores conduz frequentemente a ineficiências graves, especialmente em contextos de bens de experiência,

onde o consumidor não consegue avaliar a qualidade do bem antes da compra. Em tais situações, “a intervenção mais direta para atenuar a assimetria de informação é a prestação de informações pelos organismos públicos” (p. 295), o que justifica a necessidade de atuação estatal consistente e proativa. De acordo com Marques et al. (2012), a “falha de mercado ocorre quando os mecanismos de mercado, não regulados pelo Estado e deixados livremente ao seu próprio funcionamento, originam resultados económicos não eficientes ou indesejáveis ao ponto de vista social” (p. 3). Assim, o próprio mercado, quando opera de forma desassistida, tende a amplificar as distorções provocadas por assimetrias informacionais, especialmente em contextos de consumo massificado. Como reforçam os mesmos autores, “o governo existe para guiar, corrigir e complementar o sistema de mercado, resolvendo as falhas existentes” (Marques et al., 2012, p. 10), o que justifica a intervenção normativa do Estado.

A assimetria de informação nas relações de consumo não é apenas um desvio técnico, mas uma característica estrutural destas relações jurídicas. O contrato de consumo é, por definição, celebrado entre partes em posição desigual: o consumidor, presumidamente vulnerável, e o profissional ou empresa, dotado de superioridade técnica, jurídica, informacional e financeira. Esta vantagem ao nível da informação não ajuda o consumidor a fazer escolhas certas, mas sim, e na maior parte das vezes, leva-o a escolher com base na informação que consegue ter, ou seja, várias vezes adquire produtos que lhe são vendidos, mas que não desejava comprar. O profissional ou fornecedor detém, regra geral, acesso privilegiado a informação técnica sobre o produto ou serviço, capacidade negocial, conhecimento jurídico dos seus direitos e deveres, recursos de marketing e canais de distribuição. E, como salienta Dinis (2014), “esta dissemelhança no acervo informativo de cada um dos contratantes é agudizada com as atuais práticas comerciais padronizadas, apressadas e agressivas, sustentadas, não raras vezes, em campanhas publicitárias altamente capciosas” (p. 91).

Acresce ainda que, na esmagadora maioria dos casos, o contrato de consumo assume a forma de contrato de adesão, com cláusulas predispostas, redigidas unilateralmente e não negociáveis. Nesta posição, ou o consumidor assina, ou não tem acesso ao serviço, não obtendo, na maior parte dos contratos de adesão em determinada categoria de produtos, a liberdade de poder negocial. Este modelo de contratação reduz o consumidor a uma posição meramente reativa: pode aceitar ou recusar, mas raramente pode negociar. Howells e Weatherill (2017) sustentam que o papel do consumidor moderno tende a limitar-se à aceitação passiva dos termos e condições, frequentemente sem que estes sejam lidos ou efetivamente compreendidos. A complexidade da linguagem contratual, o uso de linguagem demasiado jurídica e a apresentação da informação em letra pequena ou em fases tardias do processo de compra são estratégias recorrentes que acentuam essa assimetria.

De acordo com Correia (2011, p. 83), “na relação contratual contemporânea praticamente não há partes com capacidades iguais de discernimento, sobretudo no que diz respeito ao objeto da

prestação”. Tal constatação é emblemática da hipercomplexidade dos vínculos obrigacionais na atualidade, tornando difícil a plena compreensão por parte dos consumidores das consequências jurídicas dos contratos que celebram. Se os contratos fossem “suficientemente completos e executáveis” a assimetria de informação inicial não teria “qualquer impacto no desempenho do mercado” (Lewis, 2009, p. 1).

Face a esta desigualdade, o ordenamento jurídico passou a reconhecer ao consumidor o direito à informação prévia, clara, adequada e compreensível. Esse direito não é meramente formal, mas substancial: exige que o fornecedor atue com lealdade e boa-fé, facultando elementos que permitam ao consumidor formar a sua vontade de forma esclarecida.

Contudo, a prática mostra que a informação, quando mal desenhada, pode ser um instrumento de manipulação em vez de proteção. Bar-Gill (2012) demonstrou como contratos aparentemente transparentes são desenhados para explorar previsivelmente os erros de julgamento do consumidor médio, como o excesso de otimismo, a miopia temporal ou a subvalorização de encargos futuros. Produtos, contratos e esquemas de preços são concebidos para maximizar não o verdadeiro benefício (líquido) do seu produto, mas o benefício (líquido) tal como é percebido pelo consumidor imperfeitamente racional. “Os consumidores são atraídos, através da concepção dos contratos, a comprar produtos e serviços que parecem mais atrativos do que realmente são” (Bar-Gill, 2012, p. 2).

A isto junta-se o fenómeno do excesso de informação irrelevante ou ambígua, que gera desorientação. A OECD (2010) chama a atenção para o paradoxo da informação inútil, i.e., cumprir com obrigações legais de transparência não basta, se a informação não for funcional para o destinatário. “Uma informação eficaz e bem direcionada pode ajudar os consumidores a tomar decisões, facilitando-lhes a comparação de produtos, aumentando a transparência e a responsabilidade, reduzindo os custos de pesquisa, ajudando a prevenir litígios e protegendo os consumidores de práticas enganosas. As informações mal concebidas, por outro lado, podem ser inúteis ou mesmo contraproducentes” (OECD, 2010, p. 82).

A vulnerabilidade informacional do consumidor é uma das manifestações mais claras dessas falhas. Nóvoa (2023) conceitua essa vulnerabilidade como “a ausência ou complexidade da informação prestada pelo fornecedor, o que dificulta a tomada de decisão racional do consumidor e afeta o seu exercício de escolha” (p. 204). Dessa forma, a opacidade informacional compromete a liberdade contratual ao limitar a racionalidade das decisões do consumidor. Por isso, compreender o perfil e os limites cognitivos do consumidor moderno “permite, ao Estado, melhor entender as lacunas que justificam a sua intervenção com o objetivo de reduzir as assimetrias que permeiam as relações consumeristas” (Nóvoa, 2023, pp. 205–206). A autora destaca ainda que o consumidor do século XXI se apresenta como “hiperconectado, em razão da sua imersão nas redes digitais e hiperconfiável, uma vez que, em decorrência da dependência das tecnologias, o consumidor tornou-se mais flexível em relação a sua privacidade a fim de

poder usufruir dos serviços oferecidos pelas plataformas” (Nóvoa, 2023, p. 205), expondo-se a riscos agravados na transição do consumo analógico para o digital, o que reforça a necessidade de uma resposta pública “a fim de garantir o acesso à informação do consumidor de modo transparente, acessível e ativo” (Nóvoa, 2023, p. 206).

No entanto, a literatura também reconhece os limites da intervenção regulatória. Como observa Lunn (2015), “a política dos consumidores pode influenciar as decisões, mas não pode mudar a natureza humana por completo” (p. 12). Essa limitação justifica a definição de estratégias regulatórias que levem em conta a racionalidade limitada dos consumidores, reconhecendo que muitos abusos decorrem precisamente de vieses cognitivos e da desproporção na posse de informações.

É nesse ponto que a abordagem de Lande (2008) é particularmente pertinente, ao afirmar que “os problemas de proteção do consumidor não podem ocorrer na ausência de falhas de mercado que ocorram ‘dentro da cabeça’ dos compradores finais” (p. 6). Consumidores ideais, perfeitamente racionais, informados e atentos, não seriam vulneráveis às armadilhas do mercado. No entanto, “os consumidores comuns (...) podem ter mais dificuldades” (Lande, 2008, p. 6), o que reforça a necessidade de proteção estrutural.

De forma convergente, Valiante (2011) enfatiza que “qualquer intervenção regulamentar envolve interesses públicos e privados” (p. 47), e que a regulamentação pode reduzir as assimetrias de informação e as externalidades negativas derivadas de uma má alocação de recursos, prejudicando toda a sociedade. Além disso, “os mecanismos de reputação e uma supervisão mais rigorosa são (...) instrumentos relevantes para promover um mercado eficiente (...) através da resolução dos problemas de risco moral e de seleção adversa” (Valiante, 2011, p. 58).

A própria arquitetura informacional do mercado pode ser manipulada para enganar, mesmo sem recurso à falsidade direta. Como alerta Almeida (2021), “a prática comercial enganosa difere do ato gerador de erro (...) especialmente porque não é excluída com a declaração de factos verdadeiros (‘com a verdade me enganas’)” (p. 27). Assim, a manipulação pode ocorrer por omissão de desvantagens, exagero de qualidades ou simples descontextualização.

Na perspetiva da economia comportamental, Asero e Patti (2009) oferece uma leitura mais sofisticada da racionalidade do consumidor. O autor observa que “os indivíduos tomam decisões ‘quase boas’ e não perfeitas, porque a sua racionalidade é limitada” (Asero e Patti, 2009, p. 7). Esse limite racional torna os consumidores especialmente sensíveis a situações de informação assimétrica, nas quais, como nota o autor, “um dos principais problemas (...) diz respeito à informação completa e correta de todos os sujeitos envolvidos no processo de negociação” (Asero e Patti, 2009, p. 6). Como solução, “os vendedores podem investir na qualidade” e usar a reputação como mecanismo de sinalização (Asero e Patti, 2009, p. 7), estimulando, assim, um ciclo de confiança.

Baggio e Baggio (2011) complementam essa leitura ao sublinhar que “os fluxos de informação são fundamentais (...) e muitos deles caracterizam-se por informações imperfeitas e, em especial, por informações assimétricas” (p. 2). O surgimento da Web 2.0, ao democratizar o acesso à informação, modificou esse cenário, mas não o eliminou: “o ambiente conhecido como Web 2.0 modificou o cenário ao tornar prontamente disponível uma imensa quantidade de informações” (Baggio e Baggio, 2011, p. 2). Ainda assim, a assimetria persiste, sobretudo pela dificuldade dos consumidores em filtrar a veracidade e a relevância dos dados disponíveis.

A perspectiva teórica de Barbaroux (2014) aprofunda esse debate ao recordar que, na visão clássica da economia, a assimetria de informação é uma das principais causas das falhas de mercado. Ela impede o equilíbrio eficiente, cria incentivos perversos e distorce os mecanismos de alocação de recursos. Ainda assim, o autor sugere que a assimetria pode criar oportunidades: “gera falhas de mercado, mas, ao mesmo tempo, cria oportunidades de mercado” (Barbaroux 2014, p. 2), estimulando inovação e novos modelos de negócio.

Para Fernández-Barcala, González-Díaz e Prieto (2010), essa assimetria pode ser combatida por mecanismos sociais como a reputação e a recomendação entre pares: “os consumidores podem tentar obter informações relevantes (...) como a opinião de outros consumidores” (p. 4). Porém, os autores também advertem sobre os conflitos de interesse: quando o fornecedor da informação também é vendedor, tende a ocultar desvantagens para aumentar vendas, comprometendo a fiabilidade dos dados (Fernández-Barcala, González-Díaz e Prieto, 2010, p. 6). Benner e Weiser (2009), por sua vez, chamam a atenção para uma ironia estrutural: mesmo o aconselhamento ao consumidor, pensado para reduzir a assimetria, pode conter em si próprio uma nova assimetria, entre o conhecimento do conselheiro e a compreensão do consumidor (p. 144).

Num domínio específico, do consumo verde, por exemplo, Xintong Cai (2024) observa que a assimetria de informação compromete seriamente a eficácia das decisões sustentáveis dos consumidores, sobretudo pela dificuldade em “distinguir a autenticidade da informação e selecionar a informação eficaz de que as pessoas necessitam” (p. 44). Também Almeida e Casal (2022) realçam que o papel ativo que os consumidores são chamados a desempenhar na transição ecológica “poderá ser obstaculizado pelo facto de, não raras vezes, faltar ao consumidor informação relevante, confiável e verdadeira sobre a sustentabilidade dos produtos” (p. 162). Xintong Cai (2024) defende a criação de um mercado de informação normalizado e de mecanismos colaborativos envolvendo governos, empresas e consumidores, num “multi-party linkage mechanism” que sustente o desenvolvimento sustentável do consumo (p. 47).

Stiglitz (2000) alerta que, quando não corrigidas, estas falhas tendem a agravar as disparidades, beneficiando os consumidores mais informados e deixando os restantes expostos a decisões desvantajosas. Hayek (1945), embora anterior à formalização do conceito de assimetria de informação, argumentava que o conhecimento relevante está disperso pela sociedade e que

nenhum órgão central poderia alguma vez agregá-lo na totalidade. “Precisamos de descentralização porque só assim podemos garantir que o conhecimento das circunstâncias específicas do tempo e do lugar será prontamente utilizado” (Hayek, 1945, p. 524). A descentralização e a concorrência seriam, nesse sentido, os mecanismos mais eficazes para processar informação.

Autores como Sunstein (2013), propõem uma via intermédia, assente numa regulação baseada em evidência empírica, de execução simples e com respeito pela autonomia individual. O autor propõe pequenas alterações no desenho da política pública (nudges) sem impor restrições, estimulando o que ele chama de “arquitetura de escolha” que respeita a autonomia individual, porquanto “iniciativas políticas pequenas e pouco dispendiosas, que introduzem alterações de conceção modestas, podem ter efeitos grandes e altamente benéficos” (Sunstein, 2013, p. 1). Neste contexto, a teoria da regulação do interesse público continua a desempenhar um papel relevante ao propor que a intervenção estatal visa proteger os cidadãos de falhas de mercado como externalidades, monopólios e, especialmente, assimetria de informação (Koopman, Mitchell e Thierer, 2015).

Já Bikhchandani, Hirshleifer e Welch (1998) exploram o conceito de cascatas informacionais, demonstrando como a observação do comportamento de outros agentes, em contextos de informação imperfeita, pode conduzir a decisões coletivas irracionais, bolhas de mercado e comportamentos em grupo ou “comportamento do rebanho” (p. 168). Estes fenómenos evidenciam os riscos amplos da assimetria informacional para o funcionamento eficiente e justo dos mercados.

Num mundo cada vez mais digital, a assimetria informacional foi amplificada por novas formas de contratação, baseadas em cliques rápidos, interfaces complexas, tracking invisível de comportamentos e políticas de privacidade longas e inacessíveis. A forma como o conceito clássico de assimetria de informação se manifesta mudou com a digitalização e o uso generalizado de novas tecnologias. Em mercados modernos, especialmente em setores como e-commerce, telecomunicações, e até serviços financeiros, os consumidores enfrentam desafios novos, como informação fragmentada, engano digital, e complexidade nos contratos. A falta de transparência e a dificuldade de entender termos de contratos ou anúncios publicitários são exemplos claros de falhas que as abordagens tradicionais de intervenção pública nem sempre conseguem resolver de forma eficaz. O consumidor é muitas vezes induzido a consentir em termos que não compreende, sob pena de não aceder ao serviço desejado. Efetivamente, nos últimos anos, a transição digital dos mercados e das administrações públicas trouxe desafios acrescidos ao equilíbrio informacional. A complexidade técnica dos serviços digitais e a opacidade dos sistemas algorítmicos geraram novas formas de assimetria.

O consumidor digital interage com plataformas cujos critérios de recomendação, personalização de preços e segmentação de ofertas são desconhecidos, tornando o processo de escolha mais

assimétrico. Zuboff (2019) alerta para o fenómeno do "capitalismo de vigilância", em que as empresas extraem valor da informação dos utilizadores sem fornecerem qualquer controlo ou transparência. Para além dos dados necessários para prestar serviços, as plataformas capturam um excedente comportamental (surplus), informações adicionais dos utilizadores, como as suas personalidades e emoções, como base para gerar valor e lucros.

A assimetria também se manifesta nas relações entre cidadãos e serviços públicos. A complexidade burocrática, a linguagem excessivamente normativa e a multiplicidade de canais de comunicação dificultam o exercício de direitos fundamentais, mesmo em áreas como a saúde ou a fiscalidade. A assimetria informacional revela-se, assim, não apenas como obstáculo técnico à eficiência, mas como fator de reprodução de desigualdades sociais e económicas.

A assimetria não é homogénea. Existem múltiplas formas de vulnerabilidade do consumidor: económica, cognitiva, cultural, digital, etária, territorial. Um jovem urbano com acesso à internet não está exposto aos mesmos riscos que um idoso rural com baixa escolaridade. A política pública eficaz deve, por isso, adotar abordagens segmentadas e inclusivas. É aqui que a política local de proteção ao consumidor pode conseguir ser mais eficiente.

Esse contexto exige, portanto, uma atuação integrada entre os agentes económicos e o poder público. Nas palavras de Silva (2015), "quanto maior for o volume de informações repassado ao consumidor, com relação ao produto ou serviço que está sendo adquirindo, menor será a possibilidade que venha ocorrer conflitos entre as partes envolvidas" (p. 219). Contudo, a simples disponibilização de informações não é suficiente. É necessária uma relação do poder público e mecanismos de articulação das relações entre sociedade e Estado, pois "a eficácia das estruturas depende do exercício da cidadania, a qual se dá somente pela conscientização do cidadão sobre os seus direitos" (Silva, 2015, p. 223).

Finalmente, Brito, Cordeiro e Alonso (2023) reconstróem o papel do direito do consumo como mecanismo de equilíbrio contratual. "Com o surgimento do regime consumerista, desenvolveu-se a preocupação com os contratos assimétricos" (Brito, Cordeiro e Alonso, 2023, p. 220), conferindo ao consumidor uma proteção institucional que transcende o mero individualismo contratual. Para os autores, "inegavelmente, os contratos são de interesse da sociedade (...). Os bons contratos refletem segurança e confiança nas relações sociais" (Brito, Cordeiro e Alonso, 2023, p. 224), evidenciando que o combate à assimetria informacional não é apenas uma questão técnica, mas também ética e social.

A assimetria de informação nas relações de consumo não pode ser resolvida apenas com a imposição de deveres de informação ou com modelos contratuais padronizados. É necessário investir em educação para o consumo, em serviços de apoio acessíveis, em mediação extrajudicial eficaz e, sobretudo, em estruturas de proximidade institucional que restitua ao consumidor a capacidade de agir. A transição de uma proteção formal para uma proteção efetiva exige que os municípios e outras entidades públicas desempenhem um papel ativo, não apenas

como retransmissores de normas, mas como atores pedagógicos, mediadores e promotores de cidadania económica. É esta dimensão que será explorada no ponto seguinte, com destaque para os instrumentos de política pública orientados à proteção do consumidor em contexto local.

### **1.3. Instrumentos de Políticas Públicas de Defesa do Consumidor**

Como referem Figueiredo e Passos (2025, p.7), “em cada município há um consumidor, o que, só por si, revela a importância prática dos temas do direito do consumidor nos municípios”. A intervenção pública na defesa do consumidor configura-se como uma resposta estratégica e multifacetada às falhas de mercado, que se manifestam, em especial, na forma de assimetrias de informação, externalidades negativas, presença de bens públicos ou monopólios naturais. Tais falhas comprometem tanto a eficiência económica quanto a equidade nas relações de consumo (Weimer e Vining, 2017). Em particular, a assimetria de informação restringe a capacidade dos consumidores de tomar decisões racionais, uma vez que os fornecedores, detendo maior volume e qualidade de informação, podem manipular ou omitir dados relevantes sobre produtos e serviços.

Sob esta perspetiva, de acordo com Silva (2015) e Secchi (2014), as políticas públicas devem ser entendidas como um conjunto sistemático de ações, programas e instrumentos estatais direcionados a responder a necessidades coletivas, reduzir vulnerabilidades e corrigir distorções do mercado. “Quando se fala em políticas públicas e fortalecimento das estruturas que regulam as relações de consumo, busca-se demonstrar que é necessário proteger o mais fraco” (Silva, 2015, p.222). Esses autores enfatizam que a formulação e implementação de políticas públicas dependem de um processo de análise de problemas sociais, formulação de alternativas de solução e escolha dos meios mais adequados para sua execução. “As políticas públicas podem ser consideradas ações que nascem num contexto social, mas que sua execução depende da esfera estatal” (Silva, 2015, p. 210), incluindo na afetação de recursos e regulamentação. Uma política pública é, pois, “uma diretriz elaborada para enfrentar um problema público e possui dois elementos fundamentais: intencionalidade pública e resposta a um problema público” (Secchi, 2014, p.1). Além disso, a efetividade dessas políticas está intimamente ligada à capacidade de articulação entre diferentes níveis de governo e à participação ativa da sociedade civil, por meio de conselhos de consumidores, ouvidorias e fóruns de debate público.

Para mitigar os quatro tipos de falhas de mercado identificados, as entidades públicas, nacionais, regionais e locais, têm à sua disposição diferentes instrumentos de políticas públicas, sendo a categorização de Weimer e Vining (2017) uma das mais amplamente utilizadas. Como já explanamos, esta classificação estrutura os instrumentos governamentais em cinco categorias principais: (1) libertação, facilitação e simulação de mercados; (2) subsídios e taxas para

alteração de incentivos; (3) estabelecimento de regras; (4) mecanismos hierárquicos; e (5) provisão de seguros e garantias. Essa tipologia permite uma abordagem mais sistemática e técnica por parte dos formuladores de políticas, pois leva em conta as especificidades de cada tipo de falha de mercado e oferece um leque diversificado de instrumentos, que podem ser combinados de forma complementar.

No plano teórico, as políticas públicas são ações, programas e medidas implementadas pelo Estado com o objetivo de responder a necessidades sociais, promover o bem-estar da população e corrigir falhas de mercado. A sua elaboração e concretização exigem articulação entre diferentes níveis de governo e a participação ativa da sociedade civil (Silva, 2015; Secchi, 2014).

No domínio da proteção do consumidor, essas políticas representam instrumentos centrais de inclusão social e justiça económica. Chaveiro e Borges (2017) sustentam que as políticas públicas de proteção ao consumidor permitem compreender esta matéria para além da sua dimensão contratual, revelando o seu valor coletivo e estrutural. Segundo Silva (2015), a defesa do consumidor “constitui alicerce indispensável à construção de um autêntico Estado de Direito democrático” (p. 222), sendo essencial garantir que os direitos reconhecidos legalmente sejam efetivados na prática.

No plano local, a participação das autarquias revela-se particularmente relevante. Trindade (2005) destaca a “aproximação que só o poder local é suscetível de propiciar” (p. 80), sobretudo no que toca aos direitos à informação e à justiça acessível. Silva (2015) defende que as estruturas de regulação das relações de consumo devem estar “disponibilizadas no espaço onde vive o cidadão” (p. 211), o que justifica o investimento em serviços municipais orientados à informação e apoio ao consumidor.

Esta perspetiva ganha ainda maior força no quadro da Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos pelas Nações Unidas, objetivos esses desdobrados em metas e indicadores e que traduzem as prioridades para a humanidade e o planeta, em torno de cinco eixos de atuação (os 5 Ps da sustentabilidade): Pessoas, Planeta, Prosperidade, Paz e Parcerias. De modo particular, o ODS 16 é dedicado a “Paz, Justiça e Instituições Eficazes”, como elementos fundamentais para o desenvolvimento sustentável. Este objetivo visa a promoção de sociedades pacíficas e inclusivas, o acesso à justiça para todos e a construção de instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis. Tal inclui promover a transparência, a responsabilidade e a participação cívica. A implementação bem-sucedida do ODS 16 está intrinsecamente ligada à proteção dos direitos do consumidor, na medida em que consumidores informados e protegidos desempenham um papel vital na construção de sociedades equitativas e resilientes. Instituições eficazes são aquelas que garantem a aplicação adequada das leis de proteção do consumidor, oferecem mecanismos de resolução de conflitos acessíveis e garantem que as empresas atuem de maneira ética e transparente. Assegurar que os consumidores tenham acesso a informação claras e precisas

sobre produtos e serviços e à proteção contra práticas comerciais desleais promove a confiança no mercado e contribui para o desenvolvimento socioeconómico sustentável. Os municípios desempenham um papel essencial nesta agenda, já que são responsáveis por fornecer serviços essenciais, garantir o cumprimento da legislação de proteção do consumidor e executar políticas locais de justiça social. Além disso, os municípios podem promover a participação cívica e a transparência, e envolvendo os cidadãos no processo de tomada de decisões e garantindo mecanismos de proximidade na prevenção e resolução de litígios entre consumidores e empresas. O United Nations Secretary-General (2014) reconhece que “as cidades e os municípios são os palcos onde a batalha pelo desenvolvimento sustentável será ganha ou perdida”. Ferreira (2020) propõe uma leitura dual do processo de localização dos ODS: “de baixo para cima”, com políticas locais que contribuem para metas globais; e “de cima para baixo”, com os ODS a orientar estratégias de desenvolvimento local.

A proteção do consumidor tem sido reconhecida como prioridade transversal das políticas públicas, mobilizando instrumentos jurídicos, administrativos, educativos e territoriais. A sua execução exige sensibilidade ao contexto e capacidade de integração intersectorial, como sublinhado pelo Relatório Luz (PNUD Brasil, 2021). A promoção de um consumo consciente e informado exige planeamento local, envolvimento cívico e investimento institucional.

Do ponto de vista teórico, Bobbio (2000) recorda que cabe ao Estado democrático garantir o exercício pleno da cidadania, através da promoção de direitos fundamentais e da equidade. A defesa do consumidor, enquanto expressão concreta da justiça social, deve ser entendida como uma política pública estruturante. Nessa linha, Chaveiro e Borges (2023) afirmam que a relação de consumo “vai bem além da simples celebração de contrato [...] representa uma forma de inclusão social e de exercício da cidadania” (p. 23).

A transparência, nesse contexto, deve ser mais do que um princípio jurídico: deve constituir uma ferramenta de política pública, capaz de enfrentar os desafios da desinformação digital e promover decisões conscientes (Nóvoa, 2023). Costa e Hennigen (2023) reforçam a importância da capacitação cidadã, propondo a diversificação dos perfis profissionais envolvidos, o investimento em educação para o consumo e o reconhecimento das novas formas de participação política digital. Lindert (2004) destaca que as políticas locais são mais eficazes quando adaptadas às especificidades da comunidade, promovendo informação útil e programas de educação financeira. Shapiro e Varian (2008) ressaltam a importância de exigir às empresas a prestação de informação clara e completa como forma de combater a assimetria informacional e garantir justiça de mercado. Neste quadro, Baldwin, Cave e Lodge (2012) propõem uma tipologia de instrumentos regulatórios, dividindo-os em quatro grandes grupos: comandos legais (regras e proibições), incentivos económicos (subsídios, penalizações), autorregulação (com supervisão pública) e intervenções comportamentais (nudging). Estas últimas, baseadas na

economia comportamental, procuram contornar os limites da racionalidade humana, recorrendo a políticas públicas mais intuitivas.

No que respeita à tipologia de instrumentos, Weimer e Vining (2017) apresentam a classificação amplamente seguida na literatura, que engloba cinco categorias já referidas. Seguidamente, procuraremos aplicar essa estrutura teórica ao contexto das relações de consumo, evidenciando como os diferentes instrumentos podem contribuir para mitigar falhas de mercado, em particular a assimetria de informação.

No combate à assimetria de informação, os instrumentos orientados para a libertação, facilitação e simulação de mercados têm como objetivo principal criar condições que favoreçam decisões mais informadas, conscientes e racionais por parte dos consumidores.

Shapiro e Varian (2008) alertam para os riscos de discriminação de preços e de práticas comerciais opacas, sobretudo em contextos de comércio eletrónico e plataformas digitais, onde a assimetria de informação tende a agravar-se pela dificuldade de verificação das condições reais de fornecimento de bens e serviços. Nesse cenário, a exigência de transparência na formação de preços e nas características dos produtos torna-se imprescindível, devendo ser complementada por mecanismos tecnológicos de rastreamento e autenticação de informações. Sunstein (2013) reforça a necessidade de formatos padronizados de divulgação de informações, pois, segundo o autor, “a divulgação deve ser concreta, direta, simples, significativa, oportuna e saliente” (p. 13). A adoção de tabelas comparativas, etiquetas de eficiência, selos de qualidade e bancos públicos de dados sobre fornecedores são exemplos concretos de medidas que podem aumentar a credibilidade das informações disponíveis ao consumidor.

No setor de serviços, Nicolau e Sellers (2010) apontam que “os serviços sofrem, em grande medida, de assimetrias de informação porque os seus atributos são mais difíceis de apreender antecipadamente” (p. 1), destacando o papel das certificações, classificações e avaliações de utilizadores como estratégias eficazes para reduzir incertezas. A nível da União Europeia, conforme observado por Núñez-Serrano et al. (2014), a Diretiva de Serviços “decidiu colocar a tónica numa maior homogeneidade dos critérios para este tipo de regulamentação” (p. 78), precisamente para harmonizar padrões regulatórios e aumentar a previsibilidade nas relações de consumo.

A nível municipal, políticas como a criação de observatórios locais de preços, plataformas de comparação pública de serviços, sistemas online de registo de reclamações e cláusulas contratuais padronizadas são exemplos da operacionalização prática desses instrumentos, aproximando o consumidor de informações de qualidade.

Os subsídios, taxas e incentivos económicos são outro mecanismo essencial para induzir comportamentos desejados e corrigir falhas de mercado. Esses instrumentos visam tanto desestimular práticas prejudiciais quanto estimular condutas socialmente desejáveis, como o consumo de produtos sustentáveis ou a adoção de tecnologias mais seguras.

Segundo Xintong Cai (2024), “a intervenção do governo pode beneficiar toda a cadeia do sector dos produtos verdes” (p. 43), evidenciando que políticas públicas de incentivo podem criar um ciclo de inovação, produção e consumo sustentável. O papel do Estado como indutor de mercados sustentáveis é, portanto, fundamental. Em Cabo Verde, Machete et al. (2021) exemplificam que “modelos tarifários acessíveis à população cabo-verdiana que fomentam a sustentabilidade dos serviços” (p. 83437), mostrando que a política de subsídios tarifários pode promover a inclusão social e ampliar o acesso a serviços essenciais.

Keane (1997) observa que “a melhoria da informação ou da base de custos associada ao fornecimento de níveis elevados de qualidade contribui para reduzir o montante do prémio necessário, o que é suscetível de manter a competitividade e a qualidade e ser benéfico para os consumidores” (p. 129), indicando que a interação entre instrumentos de informação e incentivos financeiros pode resultar na redução dos custos de transação e de comercialização.

Malmendier e Nagel (2011) reforçam que as políticas públicas podem e devem considerar os efeitos psicológicos das experiências anteriores dos consumidores. Os autores destacam que “os indivíduos que viveram períodos de baixa rendibilidade do mercado de acções (...) são menos propensos a participar no mercado de acções” (p.373), o que justifica a criação de incentivos adicionais para recuperação da confiança em mercados de maior risco.

No plano local, os municípios podem estabelecer programas de certificação de boas práticas comerciais, conceder incentivos fiscais para empresas que promovam a transparência e o atendimento de qualidade, além de apoiar campanhas de educação financeira e consumo consciente.

O estabelecimento de regras claras e objetivas representa um dos pilares da intervenção estatal para corrigir a assimetria de informação. Nesse campo, o ordenamento jurídico estabelece normas de conduta para os fornecedores, visando proteger o consumidor de práticas abusivas ou enganosas. Segundo Falcão e Falcão (2022), “a intervenção legislativa, pode ser abordada desde um ponto de vista corretivo, isto é, com o intuito de corrigir o desequilíbrio da relação de consumo que, como se disse, resulta da falta de informação e conhecimentos técnicos e de menor capacidade financeira do consumidor em situação comparável com a do profissional” (p. 44).

No Brasil, Silva e Oliveira (2024) sublinham que é com base no princípio da vulnerabilidade que se delimita o âmbito de proteção conferido pelo Código de Defesa do Consumidor, reconhecendo a fragilidade estrutural dos consumidores frente aos fornecedores e justificando a necessidade de um regime jurídico consolidado. Couto (2016) enfatiza que a legislação de defesa do consumidor tem como denominador comum “a informação atempada, adequada, suficiente e verdadeira, como forma de corrigir a assimetria informativa que contribui para a debilidade do sujeito consumidor no mercado” (p. 17). Essa exigência normativa impõe aos fornecedores a responsabilidade legal de divulgar informações de forma cabal. Na mesma linha, Gheorghiu

(2013) sublinha que “a informação relativa à qualidade dos produtos e serviços comercializados no mercado é mais difícil de obter pelos consumidores, razão pela qual representa a principal fonte de falha informativa do mercado” (p. 496), defendendo uma regulação específica para garantir o direito à informação.

Morris (2013) recorda que a legislação norte-americana, nomeadamente o FTC Act, proíbe atos ou práticas consideradas ilícitas, desleais ou enganosas no âmbito das relações de consumo, enquanto Lewis (2009) adverte que “a divulgação pode ser onerosa para o vendedor, pelo que a divulgação é limitada e os contratos são grosseiros” (p. 2), o que revela a complexidade de equilibrar os custos de conformidade regulatória com o direito à informação.

Na esfera municipal, podem ser adotadas políticas como a criação de códigos de boas práticas comerciais, a implementação de sistemas eletrónicos de livro de reclamações e a exigência de cláusulas de informação mínima em contratos de adesão.

Os mecanismos hierárquicos, caracterizados pela intervenção direta de órgãos públicos especializados, manifestam-se quando o mercado não consegue, por si só, garantir a proteção mínima dos consumidores. A propósito de riscos alimentares, Martins (2013) complementa ao afirmar que “exige-se do Estado uma capacidade de regulação e da garantia de qualidade do que é consumido” (p. 58), refletindo a procura social por maior controle público das práticas de mercado. Silva (2015) e Couto (2016) destacam a importância de órgãos públicos, agências reguladoras e serviços municipais de defesa do consumidor. No contexto brasileiro, “cabem aos PROCONs, a elaboração, coordenação e execução da política local de defesa do consumidor”, instando-se a “investimentos por parte do poder público municipal” (Silva, 2015, p. 211). Couto (2016) salienta as responsabilidades das autarquias locais na proteção do consumidor-cidadão e o “papel mobilizador dos municípios” (p. 16), designadamente ao nível da informação, formação e educação e concretização de mecanismos de justiça acessível e pronta.

A rede de Centros de Informação Autárquicos ao Consumidor (CIAC), em Portugal, e a proposta de implantação de um Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC) em Mosteiros, representam formas concretas de materialização desses instrumentos, oferecendo mediação de conflitos, orientação jurídica gratuita e atendimento personalizado.

Por fim, a provisão de seguros e garantias públicas representa um importante mecanismo de mitigação de riscos em situações de grande incerteza. Esses instrumentos têm como finalidade proteger o consumidor de perdas económicas, reduzir o risco percebido e aumentar a confiança nas transações de mercado.

Varian (1992) ressalta que é fundamental que os contratos de seguro sejam concebidos de forma a alinhar os interesses do segurador e do segurado. Um desenho contratual adequado permite reduzir situações em que o segurado, por se sentir protegido, adote comportamentos de risco excessivo ou negligente (risco moral). Ao estabelecer cláusulas e incentivos que responsabilizem ambas as partes, minimizam-se distorções no comportamento e promove-se o equilíbrio

contratual. Stiglitz (1989) reforça que, devido à informação imperfeita e à incompletude dos mercados, um dos papéis fundamentais do governo é fornecer formas de seguro público ou intervenções que mitiguem os impactos dessas falhas de mercado, sublinhando o papel do Estado como provedor de última instância.

Exemplos concretos incluem a criação de fundos de compensação para vítimas de práticas abusivas, a celebração de protocolos com centros de arbitragem e a implementação de mecanismos extrajudiciais céleres de resolução de conflitos, como os sistemas de Resolução Alternativa de Litígios (RAL), que permitem soluções rápidas, acessíveis e menos onerosas para os consumidores.

Na Tabela 2, apresentamos uma síntese dos instrumentos de políticas públicas no contexto da defesa do consumidor, com ênfase na correção da falha de mercado assimetria de informação, articulando a tipologia de Weimer e Vining (2017) com exemplos concretos de aplicação a nível local.

**Tabela 2.** Instrumentos de políticas públicas no contexto da defesa do consumidor.

<b>Categoria de Instrumento</b>	<b>Exemplos de Medidas</b>	<b>Aplicação Local/Municipal</b>
<b>Libertação, Facilitação e Simulação de Mercados</b>	Portais de comparação de preços; Etiquetas de eficiência energética; Selos de qualidade; Divulgação de contratos modelo; Plataformas públicas de registo de fornecedores	Criação de portais locais com informação simplificada; Publicação de preços de bens e serviços locais; Divulgação de contratos-padrão em linguagem clara
<b>Subsídios e Incentivos</b>	Campanhas de literacia digital e financeira financiadas; Incentivos a empresas que promovem informação clara e acessível; Apoios ao consumo sustentável	Subvenções a iniciativas locais de educação para o consumo; Bonificações a empresas locais com boas práticas de informação
<b>Estabelecimento de Regras</b>	Obrigação de fornecer informação clara, completa e verdadeira; Proibição de práticas enganosas; Normas sobre publicidade e rótulos	Códigos municipais de conduta comercial; Regulamentos locais sobre mercados e publicidade; Fiscalização de cláusulas abusivas
<b>Mecanismos Hierárquicos</b>	Criação de estruturas públicas de apoio e mediação; Ações fiscalizadoras por entidades públicas	Instalação de SMIAC; Gabinetes municipais de orientação jurídica; Fiscalização do comércio local
<b>Provisão de Seguros e Garantias</b>	Fundos públicos de compensação; Protocolos com centros de RAL; Mecanismos de garantia legal de produtos	Encaminhamento para entidades de RAL; Protocolos locais com associações de consumidores e árbitros; Divulgação de direitos de garantia e devolução

Fonte: Elaboração própria.

A intervenção municipal revela-se especialmente estratégica em contextos como o cabo-verdiano, onde os desafios territoriais e de literacia digital dificultam o acesso dos consumidores a canais centrais de proteção. Como observado em Mosteiros, a ausência de estruturas locais

de mediação e apoio amplia a exclusão dos mais vulneráveis. Daí a relevância da proposta de criação de um Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor, como contributo estruturado e replicável para o reforço dos direitos em contexto local. Assim, os instrumentos de políticas públicas municipais de defesa do consumidor não devem ser entendidos como ações complementares ou assistenciais, mas como estratégias fundamentais de justiça económica, inclusão e sustentabilidade, alinhadas com compromissos constitucionais e internacionais.

Neste quadro, a atuação dos municípios na promoção da informação ao consumidor representa uma resposta direta à falha de mercado decorrente da assimetria de informação. A proximidade ao cidadão, a capacidade de adaptação às especificidades locais e o conhecimento dos perfis socioculturais da população tornam as autarquias agentes privilegiados para desenvolver políticas eficazes de educação e proteção dos consumidores. A proximidade municipais/municípios determina um “contexto benigno à eficaz proteção dos direitos dos consumidores”, no qual os órgãos municipais se encontram “em condições muito favoráveis e privilegiadas à (...) prossecução e cumprimento” das suas atribuições e competências em matéria de direitos do consumidor (Figueiredo & Passos, 2025, p. 7).

A criação de serviços municipais de informação ao consumidor, como os Centros de Informação Autárquicos ao Consumidor (CIAC) em Portugal e o proposto Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC) em Mosteiros, constitui uma materialização simultânea dos instrumentos de prestação de serviços públicos e de disseminação de informação. Estes centros não só esclarecem dúvidas sobre contratos, garantias ou práticas comerciais, como também encaminham reclamações e promovem formas alternativas de resolução de litígios.

Paralelamente, os municípios podem exercer poderes regulamentares locais sobre atividades económicas no seu território (por exemplo, sobre mercados e feiras), apoiando ainda entidades da sociedade civil na promoção da literacia em matéria de consumo, o que constitui uma aplicação dos instrumentos da regulação indireta e dos incentivos públicos.

Em síntese, o referencial teórico de Weimer e Vining (2017) oferece uma grelha analítica para compreender e justificar a intervenção dos municípios, incluindo no domínio da informação ao consumidor, ao evidenciar como a ação pública pode corrigir desequilíbrios do mercado, promover escolhas informadas e garantir maior justiça social na vida económica local.

Perante as falhas estruturais do mercado de consumo, a intervenção do Estado assume-se como necessária e legítima. Como sustentam Alves e Moreira (2004) e Santos (2012), o papel do poder público deve incidir na criação de condições que assegurem o acesso equitativo à informação, promovendo, assim, o restabelecimento do bom funcionamento dos mercados. Tal objetivo pode ser prosseguido através de diferentes instrumentos de política pública, entre os quais se destaca, desde logo, a imposição de obrigações de transparência, mediante regulamentos que exigem a divulgação de dados técnicos, etiquetas de qualidade, listas de ingredientes ou taxas de juro reais. A título de exemplo, a atuação, no contexto português, de entidades reguladoras e de

supervisão pública, como a Direção-Geral do Consumidor ou a Autoridade da Concorrência, constitui um mecanismo essencial, ao assegurar a fiscalização de práticas comerciais e a proteção dos consumidores. Importa ainda referir as iniciativas de promoção da literacia económica e financeira, desenvolvidas por instituições como o Banco de Portugal ou a Associação Portuguesa de Direito do Consumo, através de programas educativos que capacitam os cidadãos para tomar decisões mais informadas. Acrescem, no domínio tecnológico, as plataformas digitais que permitem comparar preços, avaliar produtos ou aceder ao feedback de outros consumidores, como o Portal da Queixa ou o KuntoKusta, as quais contribuem significativamente para reduzir o desequilíbrio informacional. Com o avanço da digitalização e o recurso crescente à inteligência artificial, novas oportunidades surgem para mitigar estas falhas de mercado. Tecnologias como o blockchain podem ser utilizadas para rastrear a origem de produtos e garantir a sua autenticidade, enquanto algoritmos de recomendação e ferramentas de análise de dados disponibilizam aos consumidores informações personalizadas e relevantes, promovendo escolhas mais conscientes e fundamentadas.

Em síntese, este capítulo estabelece o enquadramento teórico da intervenção pública na informação ao consumidor, com particular ênfase no papel das autarquias locais na correção de falhas de mercado, destacando-se, entre estas, a assimetria de informação. Após rever os contributos da teoria económica relativamente aos bens públicos, externalidades, monopólios naturais e desequilíbrios informacionais, aprofunda-se a análise sobre os impactos da assimetria de informação nas relações de consumo e a consequente necessidade de intervenção estatal. A tipologia de instrumentos de políticas públicas proposta por Weimer e Vining (2017) é mobilizada como referencial analítico para classificar as respostas possíveis àquelas falhas, realçando-se o potencial da escala municipal na promoção de literacia contratual e na construção de mecanismos locais de proteção do consumidor. Este referencial teórico constitui a base para o capítulo seguinte, que procede à contextualização político-institucional e socioeconómica de Cabo Verde, com vista a compreender as condições estruturais que moldam a intervenção pública local no domínio da defesa do consumidor.

## **2. Intervenção Pública (Local) na Informação ao Consumidor: O Contexto de Cabo Verde**

Dando continuidade ao enquadramento teórico previamente estabelecido, este capítulo centra-se na análise contextual da intervenção pública local em matéria de informação ao consumidor em Cabo Verde. Parte-se do pressuposto de que a eficácia das políticas públicas, particularmente ao nível municipal, depende da compreensão das dinâmicas políticas, institucionais, económicas e sociais que moldam a realidade cabo-verdiana. Assim, este capítulo procede a um mapeamento detalhado do enquadramento político-administrativo do país, do sistema legal e institucional de defesa do consumidor e da atuação concreta das autarquias, com especial enfoque no município de Mosteiros. Esta contextualização permite aferir o grau de alinhamento entre os pressupostos teóricos da intervenção pública e as possibilidades efetivas de implementação de políticas locais de proximidade.

### **2.1. Enquadramento Político-Administrativo, Económico e Social de Cabo Verde**

Cabo Verde, descoberto por navegadores portugueses e italianos por volta de 1460, iniciou o seu povoamento na ilha de Santiago em 1462. A sua localização geoestratégica tornou o arquipélago num importante entreposto comercial no Atlântico, especialmente no contexto do tráfico transatlântico de escravos, funcionando como ponto de articulação entre a Europa, a África e o Brasil. Com o declínio deste comércio e as adversidades climáticas recorrentes, o território mergulhou numa economia de subsistência, marcada pela escassez de recursos e vulnerabilidade estrutural. A formação da identidade cabo-verdiana resultou do cruzamento de populações europeias e africanas, originando uma sociedade mestiça com traços culturais e linguísticos próprios, nomeadamente a afirmação do crioulo como língua de uso quotidiano. A luta pela independência ganhou força a partir da criação do partido africano para a Independência da Guiné e Cabo Verde em 1956, liderado por Amílcar Cabral. Após um período de transição, Cabo Verde proclamou a sua independência a 5 de julho de 1975. O processo de consolidação democrática iniciou-se com as eleições multipartidárias de 1991, que instituíram um regime de democracia parlamentar. Desde então, Cabo Verde tem mantido um quadro político estável, sendo reconhecido internacionalmente pela sua boa governação, paz social e credibilidade junto de parceiros e instituições internacionais. (Governo de Cabo Verde, n.d.).

Cabo Verde é um arquipélago localizado no Oceano Atlântico, composto por dez ilhas habitadas e vários ilhéus, com uma projeção demográfica de cerca de meio milhão de habitantes em 2025 (Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde, 2023). Politicamente, é uma república democrática multipartidária, com um sistema político estável desde a transição para a

democracia no início dos anos 1990. O país está organizado administrativamente em 22 municípios, que possuem competências próprias para a gestão local, embora a governação central mantenha um papel predominante nas principais decisões políticas e económicas.

No plano económico, Cabo Verde apresenta uma economia aberta e baseada principalmente nos serviços, destacando-se o turismo, as remessas da diáspora, o comércio e os serviços financeiros (Banco de Cabo Verde, 2025). A indústria e a agricultura têm um peso relativamente reduzido no Produto Interno Bruto (PIB), face às limitações naturais do arquipélago, como a escassez de recursos hídricos e o reduzido espaço agrícola. A economia cabo-verdiana tem registado um crescimento moderado e sustentável, embora enfrente desafios estruturais como a vulnerabilidade externa, o elevado desemprego jovem e a dependência de importações.

Socialmente, Cabo Verde é caracterizado por uma população jovem, com taxas de alfabetização relativamente elevadas e melhorias significativas no acesso à educação e à saúde nas últimas décadas. Contudo, persistem desafios relacionados com as desigualdades regionais, o acesso a serviços básicos em zonas rurais e a inclusão social. A migração, tanto interna como externa, tem um papel importante na dinâmica social do país, influenciando fatores económicos e demográficos. O desenvolvimento sustentável e a redução das desigualdades são, por isso, prioridades constantes nas políticas públicas cabo-verdianas.

A caracterização estatística do contexto nacional e municipal é essencial para fundamentar a pertinência da criação de um serviço municipal de informação ao consumidor em Mosteiros, Cabo Verde. Ora apresentamos alguns dados demográficos, socioeconómicos e institucionais que ajudam a compreender os desafios específicos da localidade, articulando-os com os compromissos assumidos por Cabo Verde no âmbito dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Cabo Verde conta, segundo os Censos 2021, com 491 233 habitantes, apresentando uma estrutura populacional jovem, com aproximadamente 28% da população com menos de 15 anos (INE, 2021). A esperança média de vida é estimada em 67,3 anos para os homens e 76,1 anos para as mulheres, evidenciando progressos no setor da saúde pública (INE, 2021). O país tem um índice de urbanização relativamente elevado, situando-se nos 74% (INE, 2021), o que contrasta com algumas zonas rurais onde o acesso a serviços essenciais e a oportunidades económicas continua a ser limitado. No município dos Mosteiros, situado na ilha do Fogo, os dados apontam para uma população de cerca de 8.084 habitantes em 2021, o que representa um decréscimo em relação aos cerca de 9.524 habitantes registados em 2010. Esta tendência é atribuída sobretudo à emigração e ao envelhecimento da população residente, sendo que o município concentra aproximadamente 24% da população total da ilha. Com uma área de 85 km<sup>2</sup>, o município apresenta baixa densidade populacional e uma malha urbana pouco consolidada, o que representa desafios adicionais à implementação de políticas públicas de proximidade.

A economia local é fortemente marcada pelo setor agrícola, em especial a produção de café, sendo as oportunidades de emprego relativamente limitadas fora deste setor (CMM, 2018). A nível nacional, 74% das empresas são microempresas e 63% não têm contabilidade organizada, o que fragiliza o tecido económico e dificulta a supervisão das práticas comerciais (INE, 2023 - Inquérito Anual às Empresas 2021). Em Cabo Verde, os dados sobre literacia e práticas de consumo não se encontram desagregados por município, o que dificulta uma leitura detalhada da realidade local. Verifica-se também a inexistência de estruturas formais de apoio ao consumidor a nível municipal, como balcões de atendimento, gabinetes de mediação ou serviços itinerantes.

Com base nos dados compilados no Sustainable Development Report 2025 (Sachs et al., 2025), assente em indicadores oficiais das Nações Unidas atualizados até 2025, Cabo Verde regista um progresso moderado na implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), com uma pontuação global de 67,28, correspondente a cerca de dois terços de concretização dos 17 ODS, ocupando o lugar 95.º entre os 167 países (dos 193 países da ONU) que dispõem de dados completos e comparáveis suficientes para serem incluídos no ranking do SDG Index. Adicionalmente, o relatório inclui um índice de repercussões (spillover), o qual avalia os impactos positivos e negativos do país sobre outros territórios em três dimensões: impactos ambientais e sociais incorporados no comércio, economia e finanças, e segurança. Cabo Verde, com uma pontuação de 95,61 no Spillover Index e ocupando a 19.ª posição entre 167 países, evidencia um desempenho positivo ao nível das externalidades transfronteiriças, contribuindo de forma limitada para impactos negativos sobre a sustentabilidade global e revelando práticas económicas e ambientais com reduzida pressão sobre terceiros países.

A análise detalhada constante do painel seguinte (Figura 1) mostra que o país tem desafios em múltiplas áreas, revelando um desenvolvimento heterogéneo. O desempenho varia consoante cada objetivo específico: existem ODS em que o país atinge níveis próximos à meta, enquanto noutros tende a registar avanços mais lentos ou estagnação.

## SDG Dashboard and Trends



**Figura 1.** Painel de avaliação e tendências dos ODS em Cabo Verde, 2025.

Fonte: Sustainable Development Report 2025

Embora o país avance de forma consistente rumo às metas do desenvolvimento sustentável, persiste uma necessidade significativa de acelerar os esforços, sobretudo onde os resultados são menos consistentes. A Figura 1 mostra que Cabo Verde tem registado avanços moderados em áreas como saúde (ODS 3), educação (ODS 4), igualdade de género (ODS 5) e instituições eficazes (ODS 16), todos com impacto na ação governamental local. Contudo, indicadores relevantes para a proteção do consumidor e o reforço dos serviços públicos locais, como o ODS 9 (Indústria, Inovação e Infraestruturas) e o ODS 13 (Ação Climática), estão estagnados, refletindo desafios na digitalização, acesso à informação e sustentabilidade. O ODS 10 (Redução das Desigualdades) mantém um desempenho crítico, e o ODS 12 (Consumo Sustentável) não tem dados disponíveis, um sinal preocupante face à crescente importância da informação clara, dos serviços de apoio ao consumidor e da regulação local das práticas comerciais. Estes resultados sublinham a urgência de reforçar as políticas públicas locais orientadas para a inclusão digital, a literacia do consumidor e a fiscalização das condições de consumo.

Nos compromissos assumidos com a Agenda 2030, Cabo Verde elaborou dois Relatórios Nacionais Voluntários (RNV) em 2018 e 2021. Cabo Verde é caracterizado, no RNV de 2021, como um país de pequena dimensão, recursos naturais limitados e elevada vulnerabilidade sistémica, agravada pela sua condição insular e pela dispersão geográfica do território. Esta vulnerabilidade manifesta-se na forte exposição a choques externos, sejam eles de natureza económica, climática ou sanitária. O relatório destaca, em particular, o impacto profundo da pandemia de COVID-19, que provocou uma recessão económica sem precedentes (com uma contração de 14,8% do PIB em 2020), interrompendo um ciclo recente de crescimento, apesar da resiliência demonstrada após três anos consecutivos de seca severa. Esta conjuntura tornou

evidente a necessidade de acelerar a transição para um modelo de desenvolvimento mais sustentável, inclusivo e resiliente, reforçando os sistemas públicos de saúde, proteção social e governança multiescalar. O compromisso da Agenda 2030 é o de “Leave No One Behind” (LNOB) e “para as autoridades cabo-verdianas, não deixar ninguém para trás significa não deixar nenhuma criança, adolescente, jovem, adulto ou idoso para trás. Significa não deixar para trás nenhum bairro, localidade, zona, vila, cidade, concelho ou ilha. Significa também não deixar Cabo Verde para trás” (Governo de Cabo Verde, 2021, p. 45).

Neste último RNV, reconhece-se, pela primeira vez, a importância dos municípios como agentes de concretização dos ODS. A United Cities and Local Governments (UCLG) - uma organização global que representa cidades e governos locais nesta matéria - promoveu um processo de revisão local voluntária para reforçar esta implementação local dos ODS e Cabo Verde envolveu quatro municípios voluntários do país, um dos quais Mosteiros, escolhido por ser um exemplo de boas práticas em desenvolvimento sustentável, com iniciativas locais fortes em agricultura, ambiente e participação cívica.

A participação estratégica de diferentes atores (autoridades locais, sociedade civil, universidades, sector privado) é essencial para “assegurar um envolvimento de toda a sociedade neste exercício e utilizá-lo para impulsionar a implementação dos ODS para a Década de Ação” ((Governo de Cabo Verde, 2021, p. 11). Na perspectiva dos municípios, o RNV ressalta que a implementação dos ODS em Cabo Verde enfrenta obstáculos significativos, como a fragilidade financeira e institucional dos municípios, a escassez de recursos humanos qualificados e o fraco envolvimento do setor privado, apesar do enquadramento legal que prevê parcerias público-privadas. Acresce a persistente centralização dos principais instrumentos de política pública, que limita a autonomia local, bem como as dificuldades de acesso direto ao financiamento internacional. Além disso, a ausência de indicadores desagregados por município compromete a monitorização do progresso. Neste contexto, é crucial “promover uma efectiva coordenação, integração e complementaridade entre as ações municipais, os programas e projetos sectoriais executados pelos serviços descentralizados do Estado, institutos e empresas do sector público e privado, dado que todas as intervenções de cada um destes atores têm impacto no território e na vida dos seus habitantes” (Governo de Cabo Verde, 2021, p. 154).

Apesar dos avanços institucionais, o relatório reconhece que persistem desafios consideráveis no que se refere à monitorização dos ODS. A disponibilidade de indicadores permanece limitada, especialmente quanto à qualidade, frequência de atualização e desagregação por nível subnacional, o que compromete a capacidade de medir os efeitos das políticas de desenvolvimento. Sublinha-se, contudo, a importância do envolvimento local, mas enfatiza a necessidade de fortalecer a capacidade técnica, os recursos financeiros e a coordenação interinstitucional.

Quanto à localização dos ODS a nível municipal, Ferreira (2020) destaca que “em Cabo Verde, os ODS estão a ser interligados com os quadros integrados de governação local e desenvolvimento local, através de um programa de apoio que envolve parceiros internacionais, governamentais e locais” (p. 56), sendo o “Programa das Plataformas para o Desenvolvimento Local e os Objetivos 2030” do país destacado como uma boa prática nos países em desenvolvimento, pela articulação territorial com parceiros variados, a formação sobre os ODS e o debate alargado sobre a implementação da Agenda 2030 a nível local, incluindo a realização da Cimeira Internacional de Líderes locais.

## **2.2. Enquadramento Legislativo e Sistema Institucional de Defesa de Consumidor**

Em Cabo Verde, o sistema institucional de defesa do consumidor assenta num quadro legal e institucional consolidado, que procura responder às exigências de um mercado em constante evolução, protegendo os direitos dos cidadãos enquanto consumidores.

A Constituição da República de Cabo Verde consagra, no seu artigo 80.º, os direitos dos consumidores como direitos fundamentais e atribui aos poderes públicos a responsabilidade de os promover e proteger. Este enquadramento constitucional reflete o reconhecimento da importância destes direitos, assegurando que a defesa do consumidor não é uma questão meramente económica, mas antes um componente essencial do Estado de direito democrático.

Complementarmente, a Lei n.º 88/V/98, de 31 de dezembro de 1998, institui o regime jurídico de proteção e defesa dos consumidores em Cabo Verde. A lei define consumidor como “todo aquele a quem sejam fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos, destinados à uso não profissional, por pessoa que exerça com carácter profissional uma atividade económica que vise a obtenção de benefícios” (artigo 2.º) e estabelece os direitos dos consumidores: “a) À qualidade dos bens e serviços; b) À proteção da saúde e da segurança física; c) A formação e a educação para o consumo; d) À informação para o consumo; e) À proteção dos direitos económicos; f) À prevenção e à reparação dos danos patrimoniais ou não patrimoniais que resultem da ofensa de interesses ou direitos individuais homogêneos, coletivos ou difusos; g) À participação, por via representativa, na definição legal ou administrativa dos seus direitos e interesses; h) À resolução judicial dos seus conflitos em seja parte, pelo processo mais célebre previsto na Lei geral incluindo, as providências cautelares; i) À isenção de prepares de custas judiciais nos processos em que seja parte; j) À informação prévia em processos de corte ou interrupção de fornecimento de bens ou serviços prestados efetuados por empresas funcionando em regime de monopólio e exclusivo / ou que sejam concessionários de serviço público” (artigo 7.º).

No âmbito das responsabilidades institucionais, a mesma lei atribui ao Estado e às autarquias locais funções gerais de proteção do consumidor (artigo 4.º), através do apoio à constituição e funcionamento das associações de consumidores, e intervenção legislativa e regulamentar.

O direito do consumidor é “um direito de cuidado e de proximidade ao consumidor, pelo que a sua aplicação por órgãos tendencialmente mais próximos do consumidor oferece acrescidas garantias de sucesso e eficácia” (Figueiredo & Passos, 2025, p. 7). As autarquias locais são assim chamadas a desenvolver ações específicas ao nível da formação e informação dos consumidores. Incumbe ao Estado e autarquias locais promover a formação e educação para o consumo através da integração de programas no sistema educativo, do apoio a iniciativas das associações de consumidores, da realização de ações de educação permanente e da formação de formadores e técnicos especializados (artigo 5.º). Já na função de informação em geral, determina o artigo 6.º que “Incumbe às autarquias locais desenvolver ações e adotar medidas tendentes a informação em geral do consumidor designadamente através de: a) Integração da função informação e formação do consumidor nos serviços municipais competentes; b) Adoção de mecanismos de acompanhamento, supervisão e controlo das medidas de defesa do consumidor; c) Criação de serviços municipais de informação ao consumidor; d) Constituição de conselhos municipais de consumo, com representação, designadamente, de associações de interesses económicos e de interesses dos consumidores.” No plano local, as autarquias podem, pois, assumir um papel estratégico, designadamente através da criação de conselhos municipais de consumo e serviços de informação e apoio dirigidos diretamente às populações, o que permitiria uma resposta mais ágil e adequada às necessidades dos consumidores, sobretudo em áreas com realidades socioeconómicas específicas, como o município dos Mosteiros.

No Estatuto dos Municípios (Lei n.º 134/IV/1995, de 03 de julho) ainda vigente em Cabo Verde, a defesa do consumidor aparece meramente integrada no normativo relativo a polícia (artigo 43.º), que determina que “no domínio da polícia é, nomeadamente, atribuição do Município o que respeite à emissão e fiscalização do cumprimento de posturas e regulamentos policiais com vista, designadamente a defesa e proteção da saúde pública e do meio ambiente, à segurança na circulação de viaturas e peões nas vias públicas, ao respeito das normas de gestão urbanística, à garantia do abastecimento público e à defesa do consumidor”. Já o novo Estatuto dos Municípios (Lei n.º 48/X/2025, de 04 de abril) - que entrará em vigor a 1 de janeiro de 2026 - reformulou as atribuições municipais com a autonomização de novas áreas e o alargamento das existentes, incluindo a defesa do consumidor, com o propósito de reforçar “a intervenção política, social e económica dos municípios, em prol do desenvolvimento local e nacional” (ponto 3 do preâmbulo). Para além de manter, no seu artigo 91.º, a atribuição municipal relativa a polícia, o novo Estatuto autonomiza a defesa do consumidor no seu artigo 73.º nos seguintes termos:

“No domínio da defesa do consumidor é, nomeadamente, atribuição do município o que respeite a: a) Proteção, defesa e fiscalização do cumprimento dos direitos dos consumidores; b) Promoção de ações de informação e defesa dos direitos dos consumidores, em articulação com

o Departamento Governamental responsável pelo setor e as associações que têm por objeto a defesa do consumidor; c) Promoção de programas de educação do consumidor, especialmente para grupos vulneráveis, capacitando os munícipes a fazerem escolhas conscientes e seguras; d) Realização de formações relacionadas com o atendimento público; e) Articulação com a administração central e as associações de defesa dos consumidores na elaboração e implementação de políticas abrangentes e efetivas de proteção do consumidor; f) Instituição de mecanismos de mediação e conciliação de litígios de consumo; g) Participação em sistemas de arbitragem de conflito de consumo de âmbito municipal; h) Participação na fiscalização da qualidade dos serviços prestados nos locais de venda de produtos alimentares ao público e de bens e serviços perigosos para a saúde ou segurança dos consumidores; e i) Apoio às associações de consumidores”.

O novo Estatuto revela-se particularmente promissor no âmbito da presente dissertação, tanto pela ênfase na proteção dos consumidores como pelo potencial de reforço da atuação institucional a nível local nesta matéria. Para além dos diplomas estruturantes já referidos, o ordenamento jurídico cabo-verdiano inclui diversas leis ordinárias que regulam aspetos específicos da proteção dos consumidores. Embora não sejam objeto de análise detalhada neste trabalho, a enumeração sintética dos diplomas vigentes mais relevantes encontra-se sistematizada por ordem cronológica na Tabela 3.

**Tabela 3.** Diplomas jurídicos relevantes em matéria de defesa do consumidor.

<b>Referência Legal</b>	<b>Resumo</b>
Decreto n.º 8/1992, de 21 de janeiro	Estabelece normas para o licenciamento de estabelecimentos de saúde privados.
Decreto Regulamentar n.º 4/1994, de 14 de março	Regula o estatuto da indústria hoteleira e similar.
Lei n.º 27/V/1997, de 23 de junho	Proíbe a venda de bebidas alcoólicas a menores.
Lei n.º 88/V/1998, de 31 de dezembro	Estabelece o regime jurídico da proteção e defesa dos consumidores em Cabo Verde.
Lei n.º 134/V/2001, de 22 de janeiro	Regula o tratamento de dados pessoais no sector das telecomunicações.
Portaria n.º 45/2004, de 4 de outubro	Define produtos proibidos no comércio ambulante.
Lei n.º 76/VI/2005, de 16 de agosto	Regula a resolução de conflitos por arbitragem como meio alternativo ao judicial.
Decreto-Lei n.º 69/2005, de 31 de outubro	Regula o registo e exercício da atividade comercial por grosso e a retalho.
Decreto-Lei n.º 73/2005, de 7 de novembro	Altera normas relativas a jogos de fortuna ou azar.
Decreto-legislativo n.º 7/2005, de 28 de novembro	Estabelece o regime geral das comunicações eletrónicas e define competências do regulador.
Portaria n.º 35/2006, de 18 de dezembro	Liberta o preço do pão de 100g (carcaça).
Lei n.º 88/VI/2006, de 9 de janeiro	Define regras para a prestação de serviços públicos essenciais, visando a proteção do utente.
Lei n.º 2/VII/2006, de 28 de agosto	Define as bases dos serviços postais nacionais e internacionais.
Decreto-Lei n.º 59/2006, de 26 de dezembro	Regula o fabrico, comercialização e publicidade de medicamentos de uso humano.
Decreto-Lei n.º 34/2007, de 24 de setembro	Define as condições de acesso e exercício da atividade farmacêutica.
Decreto-Lei n.º 46/2007, de 10 de dezembro	Aprova o Código da Publicidade.
Decreto-Lei n.º 19/2008, de 9 de junho	Torna obrigatório o Livro de Reclamações, em todos os estabelecimentos de bens e serviços.
Decreto Legislativo n.º 2/2009, de 15 de junho	Define princípios gerais sobre infrações contra a economia e a saúde pública.
Decreto Legislativo n.º 3/2009, de 15 de junho	Estabelece os princípios para controlo da segurança e qualidade dos alimentos e rações.
Decreto-Lei n.º 24/2009, de 20 de julho	Estabelece normas de rotulagem de alimentos.
Decreto-Lei n.º 25/2009, de 20 de julho	Regula normas gerais de higiene alimentar.
Decreto-Lei n.º 30/2009, de 17 de agosto	Define o regime de vistoria e declaração prévia para estabelecimentos comerciais.
Deliberação n.º 002/CA/2010, de 28 de junho	Define regras para o envio de publicidade via SMS broadcast.
Lei n.º 62/VII/2010, de 31 de maio	Altera o regime jurídico dos jogos de fortuna ou azar.
Lei n.º 30/VIII/2013, de 13 de maio	Estabelece normas de segurança sanitária animal.
Decreto-Lei n.º 32/2014, de 27 de junho	Regula a atividade das agências de viagens.
Decreto-Lei n.º 35/2014, de 17 de julho	Regula os empreendimentos turísticos.
Decreto-Lei n.º 50/2014, de 17 de setembro	Regula os serviços de valor acrescentado (como SMS pagos e audiotexto) e a sua publicidade.
Decreto-Lei n.º 21/2015, de 31 de março	Estabelece o regime jurídico dos produtos cosméticos.
Decreto-Lei n.º 11/2015, de 12 de fevereiro	Estabelece o regime jurídico da produção de grogue.
Decreto-Lei n.º 67/2015, de 12 de dezembro	Altera e republica as normas de rotulagem dos alimentos.
Lei n.º 51/IX/2019, de 8 de abril	Regula a produção, comercialização, publicidade e consumo de bebidas alcoólicas em Cabo Verde.

Fonte: Elaboração própria.

A legislação nacional estabelece ainda o sistema de proteção do consumidor, que engloba as instituições responsáveis por promover e proteger os direitos do consumidor, designadamente as associações de consumidores, o Ministério Público e o Conselho Nacional do Consumo.

O Ministério Público tem a incumbência de defesa dos consumidores, intervindo em ações administrativas e cíveis tendentes à tutela dos interesses individuais homogêneos, bem como de interesses coletivos ou difusos dos consumidores (artigo 20.º). O Conselho Nacional do Consumo, criado em 2007, é um órgão consultivo, pedagógico e de prevenção, com competências de coordenação e execução de medidas de proteção, informação e apoio aos consumidores e suas organizações. Entre as suas funções destacam-se a emissão de pareceres, a formulação de propostas estratégicas, a aprovação de recomendações, a recolha de informações junto de entidades fornecedoras e a solicitação de medidas cautelares para salvaguarda dos direitos e interesses dos consumidores (artigo 21.º).

A atuação das associações de consumidores (artigo 17.º) é igualmente fundamental neste sistema. As associações de consumidores gozam de um conjunto alargado de direitos que visam reforçar a sua atuação na defesa dos interesses dos consumidores, incluindo o estatuto de parceiro social em matérias de política de consumo, o direito de antena, a participação em processos de consulta pública e de regulação de preços, bem como a possibilidade de intervir junto das autoridades para solicitar a retirada de produtos ou serviços prejudiciais. Têm ainda legitimidade para atuar judicialmente, apresentar queixas e denúncias, aceder a informação relevante sobre bens e serviços, solicitar análises laboratoriais, exercer o direito de resposta a publicidade enganosa, beneficiar de apoio estatal e isenção de custas, e usufruir de benefícios fiscais equiparados aos das instituições de utilidade pública (artigo 18.º). Constituída como associação regional em 1998 e transformada em associação de âmbito nacional em 2004, a Associação para Defesa do Consumidor (ADECO) é a única associação ativa no país dedicada à defesa dos consumidores, operando sem fins lucrativos e desenvolvendo ações de apoio jurídico, educação para o consumo, campanhas de sensibilização e pressão institucional. Tem por objeto “a defesa dos direitos e legítimos interesses dos consumidores em geral e dos consumidores seus associados, em particular das camadas mais desfavorecidas, bem como a proteção do ambiente, integradas no plano mais amplo do exercício da cidadania, devendo para o efeito desenvolver todas as atividades adequadas à realização dos fins preconizados” (ADECO, s.d.). A sua participação em conselhos nacionais e comissões regulamentares garante a inclusão da perspetiva dos consumidores na formulação e monitorização das políticas públicas. Além disso, a ADECO está integrada em redes internacionais, como a Consumers International e a Consumare, o que lhe permite trocar experiências e adotar boas práticas adaptadas ao contexto cabo-verdiano, fortalecendo assim a proteção dos consumidores. Em 2024, a ADECO registou um total de 31 reclamações, contra 20 empresas de diferentes áreas de atuação, maioritariamente das empresas distribuidoras de água e eletricidade, menos 11 queixas que no ano anterior. (ADECO, s.d.).

O sistema institucional de defesa do consumidor em Cabo Verde integra, também, outros órgãos públicos com funções definidas e complementares. A Autoridade da Concorrência (AdC) atua na promoção e fiscalização da concorrência justa nos mercados, combatendo práticas anti concorrenciais que podem lesar os consumidores. A participação da AdC em conselhos consultivos setoriais permite-lhe contribuir para a defesa dos direitos dos consumidores em diversos setores económicos, reforçando a integridade dos mercados.

Também a atuação da Agência Reguladora Multissetorial da Economia (ARME) está diretamente ligada à proteção dos direitos dos consumidores através da regulação de setores essenciais como energia, água, telecomunicações e transportes. A ARME assegura a transparência na fixação de tarifas, promove a informação dos consumidores por meio de guias e consultas públicas, supervisiona a qualidade dos serviços, e disponibiliza canais de reclamação acessíveis. De acordo com os últimos dados disponíveis no Portal do Consumidor ARME, em 2019 foram registadas pela ARME um total de 273 reclamações, 33,7 % relativas aos serviços de comunicações eletrónicas e postais, e 66,3 % referentes a água, saneamento e energia. (ARME, 2019).

A Inspeção-geral das Atividades Económicas (IGAE) é um órgão de polícia criminal responsável por prevenir e reprimir infrações contra a economia e a saúde pública. A sua missão centra-se na fiscalização e prevenção do cumprimento da legislação que regula as atividades económicas, tanto no setor alimentar como não alimentar, incluindo a avaliação e comunicação de riscos na cadeia alimentar. Os últimos dados estatísticos sobre inspeções, autos de notícia e taxas de incumprimento referem-se a 2018. Nesse ano, no total nacional foram realizadas 1.753 inspeções e lavrados 1.050 autos de notícia, com uma taxa média global de incumprimento de aproximadamente 60%; na ilha do Fogo, registaram-se 32 inspeções, das quais resultaram 28 autos de notícia, correspondendo a uma taxa de incumprimento de 88%. (IGAE, 2018).

A Tabela 4 sintetiza as principais entidades que integram o sistema institucional de defesa do consumidor em Cabo Verde, bem como as respetivas funções no âmbito da promoção e proteção dos direitos dos consumidores.

**Tabela 4.** Entidades do sistema institucional de defesa do consumidor em Cabo Verde e suas funções

Entidade	Funções principais na defesa do consumidor
Ministério Público	Intervém em processos administrativos e judiciais relacionados com interesses individuais, coletivos ou difusos dos consumidores.
Conselho Nacional do Consumo	Órgão consultivo e pedagógico que emite pareceres, propõe medidas e recomendações, e promove ações de proteção, informação e apoio aos consumidores.
Associações de Consumidores (ADECO)	Representam os consumidores, promovem a educação para o consumo, apresentam queixas, atuam judicialmente e participam na formulação de políticas públicas.
Autoridade da Concorrência (AdC)	Fiscaliza práticas anti concorrenciais e promove a concorrência justa nos mercados, contribuindo para a proteção dos consumidores.
Agência Reguladora Multissetorial da Economia (ARME)	Regula setores essenciais, assegura transparência nas tarifas, supervisiona a qualidade dos serviços e informa os consumidores.
Inspeção-Geral das Atividades Económicas (IGAE)	Fiscaliza o cumprimento da legislação nas atividades económicas, prevenindo infrações que possam afetar os consumidores e a saúde pública.

Fonte: Elaboração própria.

### 2.3. A Atuação do Município de Mosteiros na Defesa do Consumidor

O Município de Mosteiros, situado na costa nordeste da ilha do Fogo, representa um exemplo paradigmático dos desafios e potencialidades dos territórios periféricos de Cabo Verde. O programa Plataformas para o Desenvolvimento Local e ODS 2030 em Cabo Verde, financiado com 2 milhões de euros pelo Luxemburgo entre 2017 e 2019, é administrado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) em parceria com o Governo (Gabinete do Primeiro-Ministro) e a Associação Nacional dos Municípios Cabo-Verdianos (ANMCV) e executado localmente em nove municípios, incluindo Mosteiros. A iniciativa visa reforçar capacidades institucionais locais, promover articulação entre múltiplos atores e apoiar o planeamento estratégico de desenvolvimento económico territorial, bem como fomentar parcerias globais em inovação e governo local. Em Mosteiros, a plataforma foi criada em 2017 como projeto-piloto e envolveu uma ampla mobilização de atores locais (terceiro setor, setor privado, serviços públicos e sociedade civil). Após capacitações e validação de um diagnóstico territorial, elaborou-se o Plano Estratégico Municipal de Desenvolvimento Sustentável (PEMDS), apresentado em outubro de 2018. Em 2021, a Câmara Municipal dos Mosteiros aprovou o

lançamento de um novo instrumento de seguimento da implementação do PEMDS no âmbito da Agenda ODS 2030. Este instrumento visa medir o grau de execução do PEMDS, possibilitando a socialização dos resultados junto dos munícipes e parceiros, bem como ajustar, em tempo real, o curso da implementação do plano estratégico conforme os dados demonstram progresso ou necessidades de intervenção. No quadro da elaboração do PEMDS, o “Diagnóstico Territorial do Município de Mosteiros” (2018) faz um estudo aprofundado da realidade local, com base em dados estatísticos atualizados e numa análise multidimensional que abrange desde a geografia e estrutura político-administrativa, até à economia, infraestruturas, dinâmica social, participação cidadã, género e meio ambiente. O município é caracterizado por uma população jovem, densidade demográfica relevante e forte predominância da agricultura, pecuária e pesca, embora estas se mantenham maioritariamente em regime de subsistência. Os principais desafios identificados incluem a elevada taxa de pobreza (45,2%), o desemprego juvenil (especialmente entre as mulheres), a emigração acentuada, a fraca participação política feminina e as fragilidades do setor privado. O documento destaca, no entanto, recursos económicos e ambientais promissores como o café biológico do Fogo, o agroturismo e o perímetro florestal de Monte Velha, bem como o potencial do associativismo e da diáspora como motores de desenvolvimento. Apesar das carências em serviços de saúde e infraestruturas escolares, o município demonstra progresso em indicadores como eletrificação, acesso à água e alfabetização juvenil, sugerindo que o fortalecimento institucional, o investimento em políticas de igualdade e a valorização dos recursos locais podem sustentar um modelo de desenvolvimento mais equitativo e sustentável. (CMM, 2018).

As Estatísticas das Condições de Vida dos Agregados Familiares - Inquérito Multiobjectivo Contínuo (IMC) 2023, publicadas pelo Instituto Nacional de Estatística (INE) sobre o Município dos Mosteiros apresenta um retrato sociodemográfico detalhado desta localidade. A população residente é de 8 119 habitantes, com ligeira maioria masculina (50,5%) e uma estrutura etária jovem, em que 30,6% têm menos de 15 anos. A taxa de alfabetização é de 85%, sendo mais elevada entre os homens (89%) do que entre as mulheres (81,1%). Em termos de instrução formal, a maioria da população completou o ensino básico (50,7%) e secundário (42,6%), com apenas 1,8% com formação de nível médio ou superior. (INE, 2024).

No que respeita ao mercado de trabalho, a taxa de emprego entre a população com 15 ou mais anos é de apenas 28%, com forte disparidade de género (40% nos homens e 16,1% nas mulheres). A taxa de desemprego jovem (15-24 anos) é de 15,4%, enquanto o desemprego global situa-se em 4,3%, afetando de forma mais significativa as mulheres (5,9%) do que os homens (3,6%). O município conta com 2 320 agregados familiares, sendo predominantes os núcleos conjugais (27,9%) e monoparentais (20,3%). As condições de vida são, em geral, satisfatórias: 97,4% das habitações têm acesso à eletricidade, 94% à rede pública de água e 98,5% a instalações sanitárias. Em termos de acesso às tecnologias de informação e comunicação, 87,9% das habitações possuem internet, 78,4% têm televisão e 32,4%

subscrevem televisão por assinatura, embora apenas 26,4% tenham computador e 6,3% telefone fixo. Apesar de avanços evidentes nas infraestruturas e nos serviços básicos, persistem desafios ao nível do emprego, da inclusão digital e da qualificação escolar, especialmente entre as mulheres e os jovens. Este retrato evidencia a necessidade de políticas públicas integradas que promovam o desenvolvimento humano e a coesão social no contexto local.

De acordo com o Índice de Coesão Territorial (ICT) 2023, Mosteiros regista um Índice Compósito de Coesão Territorial (ICCTi) relativamente baixo, posicionando-se entre os municípios menos coesos do país. De acordo com dados do INE, o município ocupa a 20ª posição, com ICT = 74,9 e ICCT = 0,303, valores significativamente inferiores à média nacional. Este desempenho reflete desigualdades persistentes, particularmente nas dimensões económica e territorial, onde se observa elevada assimetria entre os municípios cabo-verdianos. A análise por dimensão revela que Mosteiros enfrenta fragilidades nos domínios económico e territorial, com os indicadores sociais a apresentarem menor variação. A dimensão económica, que mede capacidades produtivas, empregabilidade e diversificação, e a territorial, que avalia infraestruturas e conectividade, evidenciam lacunas estruturais no município. Em contraste, a dimensão social apresenta menor dispersão, o que indica que, apesar dos desafios, o município mantém níveis razoáveis de coesão em aspetos relacionados com educação, saúde e bem-estar. No conjunto, o município de Mosteiros destaca-se pela necessidade de reforçar o desenvolvimento regional, sobretudo através de políticas que promovam infraestrutura, dinamização económica e integração territorial. (INE, 2023)

Em termos de serviços públicos, Mosteiros dispõe de escolas, centro de saúde, estradas e outros equipamentos básicos. No entanto, as limitações em recursos humanos qualificados, literacia digital e capacidade administrativa dificultam a prestação de serviços de qualidade, sobretudo em áreas que exigem mediação entre o cidadão e o mercado, como a proteção do consumidor. Esta realidade reforça a pertinência da criação de serviços municipais de informação ao consumidor, que possam funcionar como instrumentos de correção das assimetrias informacionais, de promoção da literacia jurídica e de resolução informal de conflitos de consumo. O município possui património histórico e cultural significativo, marcado pela tradição agrícola, pelas festividades populares e por traços da arquitetura colonial. Embora o turismo ainda se encontre numa fase embrionária, o potencial natural e cultural de Mosteiros constitui uma oportunidade estratégica para um modelo de desenvolvimento mais sustentável, desde que acompanhado por políticas públicas adequadas.

O município dos Mosteiros dispõe de estruturas administrativas com competências na área social, mas não possui, até ao momento, um serviço específico de informação e apoio ao consumidor. O orçamento municipal afeto a esta área é inexistente ou residual, e não foi possível identificar técnicos especializados na área do direito do consumo ou da resolução de conflitos. A atuação municipal, neste contexto, é particularmente relevante. Através da criação de serviços

acessíveis e adaptados à realidade local, pode-se fortalecer o vínculo entre instituições públicas e cidadãos, promovendo a confiança nas entidades reguladoras e reduzindo a exclusão dos consumidores mais vulneráveis. A análise do Município de Mosteiros, neste estudo, assume por isso um valor ilustrativo, ao permitir explorar, em escala local, os mecanismos de articulação entre falhas de mercado, necessidades sociais e intervenção pública.

A justificação do ponto de vista empírico para a nossa investigação baseou-se em dados recolhidos junto dos responsáveis municipais de Mosteiros numa entrevista preliminar, realizada em maio de 2024, com questões relacionadas com: (1) Conflitualidade de Consumo; (2) Perceção dos Consumidores; (3) Principais Reclamações; (4) Necessidade de Serviços de Informação; (5) Serviços Existentes; (6) Integração com ODS 16; (7) Impacto da Educação do Consumidor; (8) Colaboração com Entidades Nacionais e Internacionais; (9) Desafios na Implementação e (10) Expectativas Futuras.

A análise da entrevista revela um panorama marcado pela ausência de dados sistematizados e por um nível ainda incipiente de desenvolvimento em matéria de proteção dos direitos do consumidor. Desde o início, evidencia-se uma lacuna estrutural importante: não há, até ao momento, dados oficiais disponíveis sobre os principais tipos de conflitos de consumo ocorridos no município, o que limita a capacidade de diagnóstico e, por conseguinte, a formulação de respostas mais eficazes.

No que se refere à perceção dos consumidores sobre os seus direitos, constata-se um cenário de desconhecimento generalizado. Ainda que não exista um estudo formal que o comprove, é perceptível, segundo a autarquia, que grande parte da população desconhece os seus direitos enquanto consumidores. A quase inexistência de denúncias, mesmo diante de irregularidades visíveis, como a venda de produtos fora do prazo de validade, é apontada como um indicativo claro dessa realidade.

Entre os conflitos mais comuns, destacam-se as reclamações relativas ao atendimento em serviços públicos, o que sugere que os problemas de consumo não se limitam ao setor privado, estendendo-se também às instituições públicas locais. Essa constatação reforça a ideia de que a defesa do consumidor deve ser compreendida como uma política transversal, que abarca múltiplos domínios da vida em sociedade. A necessidade de um serviço municipal específico para a informação e resolução de conflitos de consumo é referida como uma prioridade. A criação de tal estrutura é vista como uma estratégia fundamental para promover a literacia dos cidadãos nesta matéria, incentivar uma cultura de responsabilização entre os agentes económicos e, em última instância, fortalecer os mecanismos de cidadania ativa no município. Atualmente, não há, a nível municipal, um serviço dedicado exclusivamente à resolução de conflitos de consumo. Embora exista uma Ouvidoria Municipal, esta não contempla diretamente estas questões.

A pertinência da criação de um serviço deste tipo é ainda reforçada pela sua possível articulação com o ODS 16, que propõe a construção de sociedades mais justas, pacíficas e inclusivas. Nesse

sentido, a aposta na prevenção, na capacitação e na informação dos consumidores pode funcionar como um contributo direto para o cumprimento dessa meta global, traduzindo-a em ações concretas no plano local. Quanto ao impacto esperado da educação do consumidor, a autarquia reconhece a importância de programas que promovam maior conhecimento e consciência dos direitos por parte da população. Ainda que não exista um programa educativo formalizado, algumas ações têm sido conduzidas por entidades nacionais, como a Inspeção Geral das Atividades Económicas, a Entidade Reguladora da Saúde e organizações da sociedade civil, embora se reconheça a necessidade de tornar essas intervenções mais abrangentes, regulares e articuladas. Há, também, alguma colaboração com entidades nacionais no sentido de fortalecer os mecanismos de proteção ao consumidor em Mosteiros. No entanto, tal colaboração parece limitada e carece de maior institucionalização e continuidade.

Entre os principais desafios para a implementação de um serviço municipal nesta área, destaca-se a questão da adesão da população, sendo esta apontada como um obstáculo que poderá ser superado mediante ações prévias de sensibilização, informação e formação. Em termos de expectativas futuras, a autarquia demonstra a intenção de fomentar a participação cívica dos munícipes, abrindo canais de diálogo e promovendo o envolvimento da população nos processos de tomada de decisão. No que diz respeito especificamente aos direitos do consumidor, a meta traçada passa por elevar o nível de literacia, permitindo que os cidadãos compreendam que esta é uma área que influencia diretamente o bem-estar coletivo e que deve, por isso, ser encarada como parte integrante do desenvolvimento local.

Em suma, este capítulo 2 oferece uma análise aprofundada do contexto político, institucional e socioeconómico de Cabo Verde, com especial atenção ao papel das autarquias locais na proteção dos consumidores. A partir do enquadramento legislativo e da organização territorial do país, identificaram-se fragilidades estruturais, como a centralização das políticas públicas, a escassez de recursos técnicos nos municípios e a ausência de serviços municipais especializados em matéria de consumo. A caracterização do município de Mosteiros revelou desafios significativos, nomeadamente ao nível da literacia, da dispersão geográfica, da capacidade administrativa e da desinformação dos consumidores. Não obstante, evidenciaram-se também oportunidades estratégicas associadas à descentralização, à mobilização local para os ODS (em particular o ODS 16) e à receptividade institucional à criação de mecanismos de proximidade. Este diagnóstico contextual fundamenta a pertinência da abordagem empírica adotada, que será desenvolvida no capítulo seguinte com a apresentação da metodologia de investigação e das técnicas de recolha de dados utilizadas.

### 3. Metodologia

Na sequência do enquadramento teórico e da caracterização contextual do município de Mosteiros, o Capítulo 3 expõe a estratégia metodológica adotada na presente investigação. Reconhecendo-se a importância de aferir percepções e experiências concretas dos consumidores, optou-se por uma abordagem quantitativa, centrada na aplicação de um inquérito por questionário à população local. Este capítulo descreve os objetivos operacionais que orientaram a recolha de dados, bem como o desenho metodológico, os critérios de amostragem, os instrumentos utilizados e os procedimentos de tratamento e análise estatística. A opção por uma metodologia quantitativa visa garantir a objetividade da análise empírica e fornecer uma base sólida para a interpretação dos resultados, que serão aprofundados no capítulo seguinte com vista à formulação de propostas de intervenção ajustadas à realidade municipal.

#### 3.1. Objetivo do Estudo e Hipótese de Investigação

O objetivo geral do nosso estudo consiste em analisar as necessidades dos consumidores do município de Mosteiros no que respeita à informação e apoio nas relações de consumo, avaliando em que medida a criação de um serviço municipal poderá responder a essas necessidades e reduzir a assimetria de informação.

Como objetivos específicos, pretendemos (1) analisar o quadro legal de defesa do consumidor em Cabo Verde, no que toca às responsabilidades dos poderes públicos e às funções atribuídas às autarquias; (2) identificar as principais barreiras enfrentadas pelos consumidores devido à assimetria da informação; (3) avaliar a aceitação e a eficácia de um serviço municipal de informação ao consumidor; e (4) desenvolver uma proposta de modelo para o Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC).

Para a concretização dos objetivos definidos pretende dar resposta à seguinte questão de *investigação*: *Que necessidades dos consumidores do município de Mosteiros justificam a criação de um serviço municipal de informação e apoio ao consumidor?*

Com base no diagnóstico preliminar e na revisão teórica e normativa realizada, a hipótese de investigação que se pretende testar é a seguinte: *H1: A ausência de mecanismos locais estruturados de informação e apoio ao consumidor no município de Mosteiros contribui para níveis reduzidos de literacia contratual e para uma fraca percepção dos direitos dos consumidores.*

A formulação da hipótese constitui um momento crucial no processo de investigação científica, funcionando como uma hipótese de trabalho que estrutura e orienta a recolha e a análise dos dados empíricos. Segundo Quivy e Van Campenhoutt (2008), a hipótese deve apresentar-se

como uma proposição provisória sobre as relações entre fenómenos, devendo ser clara, plausível, empiricamente verificável e adequada aos objetivos definidos.

A hipótese formulada nesta investigação baseia-se numa leitura integrada da literatura económica sobre falhas de mercado, nomeadamente a assimetria de informação (Akerlof, 1970; Stiglitz, 2000), bem como da análise normativa e contextual do caso cabo-verdiano. Esta falha tende a manifestar-se com maior intensidade em contextos periféricos, caracterizados por baixos níveis de literacia, reduzida presença institucional do Estado e escassez de mecanismos locais de mediação e proteção do consumidor. Estes aspetos são reforçados por abordagens teóricas recentes sobre vulnerabilidade informacional (Bar-Gill, 2012; Nóvoa, 2023) e pelos compromissos assumidos no âmbito da Agenda 2030, nomeadamente o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 16, que destaca o acesso à informação, à justiça e a instituições eficazes, responsáveis e inclusivas.

Em Cabo Verde, embora exista um quadro legal de defesa do consumidor – consagrado na Lei n.º 88/V/98 – verifica-se uma lacuna significativa na concretização das competências municipais neste domínio, particularmente em municípios de pequena escala, como os de carácter insular e rural. Assim, será muito expectável que os consumidores revelem desconhecimento dos seus direitos, expressem sentimentos de desamparo perante práticas comerciais desleais e não identifiquem mecanismos acessíveis de apoio ou resolução de conflitos.

## **3.2. Estratégia e Design de Investigação**

A presente investigação adota uma perspetiva compreensiva, situada no paradigma interpretativo das ciências sociais. Este enquadramento parte da ideia de que os fenómenos sociais não podem ser compreendidos apenas por números ou dados objetivos, mas exigem uma atenção ao modo como as pessoas vivem, percebem e interpretam a sua realidade (Schwartz-Shea & Yanow, 2012). Ainda que esta investigação utilize exclusivamente uma abordagem quantitativa – através da aplicação de um inquérito por questionário –, o objetivo é ir além da mera contagem de respostas, procurando identificar padrões de perceção, práticas e necessidades no contexto estudado.

O paradigma interpretativo ajuda a enquadrar os dados recolhidos não como verdades absolutas, mas como expressões situadas das experiências dos participantes, marcadas pelo seu contexto social, económico e cultural. Mesmo com um instrumento estruturado como o questionário, o foco está em compreender o significado dos dados e o que eles revelam sobre a realidade vivida pelas pessoas, em especial no que respeita às condições de acesso à informação, à proteção do consumidor e à relação com os serviços públicos. Assim, esta investigação valoriza a compreensão das realidades locais, reconhecendo que as respostas obtidas refletem

experiências concretas e contribuem para uma leitura mais aprofundada dos desafios sociais que se pretendem estudar.

Quanto ao design de investigação, esta dissertação adota o estudo de caso, centrado no município de Mosteiros, localizado em Cabo Verde. Segundo Yin (2014), o estudo de caso é particularmente indicado quando se pretende estudar um fenómeno contemporâneo em profundidade, dentro do seu contexto real, sobretudo quando as fronteiras entre o fenómeno e o contexto são difusas. A escolha do município de Mosteiros foi intencional e fundamentada: trata-se de um território que reúne características estruturais comuns a muitos municípios de Cabo Verde (insularidade, dispersão geográfica, baixa densidade populacional e fragilidade institucional), o que o torna representativo dos desafios enfrentados por comunidades locais em matéria de proteção do consumidor.

A opção pelo estudo de caso permite ainda conjugar múltiplas fontes de informação, favorecendo uma abordagem compreensiva, intensiva e aplicada, compatível com os objetivos da investigação. Paralelamente, a orientação aplicada da investigação confere-lhe uma vocação interventiva: o objetivo não se esgota na descrição ou explicação de um fenómeno, mas estende-se à formulação de propostas viáveis de política pública, adaptadas à realidade local e inspiradas por princípios de justiça social e desenvolvimento sustentável.

### **3.3. Técnicas de Recolha de Dados**

Com vista a garantir a abrangência e a profundidade da análise empírica, foi utilizada como técnica de recolha de dados de natureza quantitativa o inquérito por questionário, aplicado aos consumidores do município de Mosteiros, com o objetivo de recolher dados quantitativos sobre os seus níveis de literacia económica e jurídica, as suas experiências de consumo, os conflitos enfrentados e as suas perceções relativamente à criação de um serviço municipal de apoio ao consumidor.

O inquérito por questionário aplicado aos consumidores do município de Mosteiros foi construído com base no enquadramento teórico desenvolvido anteriormente, que destaca a assimetria de informação como uma falha de mercado central nas relações de consumo. A revisão de literatura evidencia que a assimetria informacional compromete a racionalidade das decisões dos consumidores, distorce o funcionamento dos mercados e justifica a intervenção pública, especialmente ao nível local (Weimer & Vining, 2017; Nóvoa, 2023). Assim, o questionário visa recolher dados empíricos sobre o conhecimento, as experiências e as perceções dos consumidores quanto aos seus direitos e quanto à eventual criação de um serviço municipal de apoio, informação e resolução de conflitos de consumo.

O questionário encontra-se dividido em três partes principais, organizadas de forma a captar os diferentes domínios de análise definidos na investigação. A estrutura adotada visa assegurar a

coerência entre os objetivos do estudo e as variáveis observadas, conforme se justifica de forma discriminada nas secções seguintes.

A primeira parte do questionário (Parte I – Perfil do Consumidor) compreende questões de caracterização sociodemográfica dos inquiridos, essenciais para interpretar os dados à luz dos fatores de vulnerabilidade informacional identificados na literatura (Lunn, 2015; Nóvoa, 2023).

A pergunta “Sexo” permite conhecer eventuais diferenças de perceção e experiência associadas ao género, reconhecendo que algumas políticas públicas podem ter efeitos diferenciados sobre grupos sociais distintos (Valiante, 2011).

A pergunta “Faixa etária” tem por objetivo identificar perfis etários mais expostos a situações de desinformação, considerando que a literacia digital e contratual varia com a idade (Bar-Gill, 2012). A questão “Nível de escolaridade?” relaciona-se diretamente com a capacidade de compreensão dos contratos de adesão e da linguagem jurídica, que, conforme demonstrado por Howells e Weatherill (2017), condiciona o grau de autonomia do consumidor na tomada de decisão.

A pergunta “Situação profissional” visa aferir o grau de exposição dos consumidores a distintos serviços e experiências de mercado, em articulação com a lógica da vulnerabilidade económica destacada por Correia (2011).

Por sua vez, a questão de resposta aberta “Local de residência” visa identificar disparidades territoriais no acesso à informação e aos serviços públicos, de acordo com os princípios da descentralização administrativa e informacional defendidos por autores como Hayek (1945) e North (1990).

Finalmente, a questão “Que tipo de serviços/produtos utiliza com mais frequência?” permite mapear os setores em que a incidência de conflitos de consumo pode ser mais elevada. A escolha destes domínios reflete os setores em que a literatura reconhece maior risco de assimetria informacional e menor capacidade de escrutínio por parte dos consumidores (Smeral, 1998; Schneider, Meub & Bizer, 2016).

A segunda parte do questionário (Parte II – Conhecimento e Experiências) avalia o grau de literacia do consumidor, bem como a frequência e tipo de conflitos enfrentados, alinhando-se com a ideia de que a assimetria informacional se manifesta de forma prática nas relações quotidianas de consumo (Akerlof, 1970; Stiglitz, 2000).

A questão “Sabe que os consumidores têm direitos protegidos por lei?” procura aferir o grau de consciência legal dos inquiridos, correspondendo à dimensão ex ante da assimetria informacional (Spence, 1973). O desconhecimento dos próprios direitos é um indicador-chave da necessidade de políticas públicas de informação (Varian, 1992; OECD, 2010).

A pergunta “Já teve problemas com um produto ou serviço nos últimos 2 anos?”, seguida de “Se respondeu sim, qual foi o problema?”, permite identificar a prevalência de conflitos de consumo e a tipologia de situações mais frequentes. Estas respostas fornecem base empírica para sustentar a necessidade de mecanismos locais de mediação e resolução informal de conflitos.

A questão “Tentou resolver a situação com o fornecedor?” permite avaliar o grau de eficácia das soluções espontâneas de mercado e a predisposição do consumidor para agir, mesmo em situações de conflito. Uma baixa taxa de tentativa de resolução pode indicar desinformação ou desconfiança generalizada (Weimer & Vining, 2005; Fernández-Barcala, González-Díaz e Prieto, 2010).

A pergunta “Conhece algum serviço ou entidade que ajude a resolver conflitos de consumo?”, seguida de “Se respondeu sim, qual?” (resposta aberta), investiga a notoriedade dos mecanismos institucionais de apoio ao consumidor. Tal diagnóstico é essencial, considerando que a literatura sublinha a insuficiência das estruturas locais de proximidade em contextos periféricos e insulares (North, 1990; Nóvoa, 2023).

A terceira e última parte (Parte III – Perceção sobre um Serviço Municipal) centra-se na perceção da população quanto à utilidade e viabilidade de um serviço municipal de informação e apoio ao consumidor, articulando-se diretamente com a proposta de política pública em análise.

A questão “Considera importante haver um serviço municipal para ajudar a resolver conflitos de consumo?” visa testar o grau de legitimidade social da proposta de intervenção local, tal como defendida na abordagem de instrumentos hierárquicos e informacionais por Weimer e Vining (2017).

A pergunta “Se tivesse um problema com um fornecedor, usaria este serviço?” mede a predisposição para recorrer a este tipo de mecanismo. A intenção de uso é um indicador da confiança institucional e da utilidade percebida do serviço (Sunstein, 2013; Lande, 2008).

A pergunta aberta “O que acha que este serviço municipal deveria oferecer?” permite recolher expectativas concretas sobre o tipo de apoio desejado (informativo, jurídico, procedimental), fornecendo dados cruciais para o desenho e planeamento funcional do serviço (Salamon, 2002a).

A seguir, a questão “Que vantagens teria este serviço, na sua opinião?” visa captar perceções sobre o valor público da intervenção municipal. A literatura reconhece que serviços de informação ao consumidor funcionam como bens públicos locais, contribuindo para o bem-estar coletivo ao reduzir as assimetrias informacionais (Vining & Weimer, 1988).

Finalmente, a pergunta aberta “Que sugestões deixa para melhorar o apoio ao consumidor no município?” visa recolher contributos participativos que permitam alinhar a intervenção com as reais necessidades da população. A incorporação de propostas bottom-up coaduna-se com os

princípios de governança colaborativa e de responsividade institucional (Blair, 2002; Salamon, 2002b).

### **3.4. Técnicas de Tratamento e Análise de Dados**

A análise dos dados seguiu uma abordagem exclusiva com recursos a técnicas de tratamento quantitativo, centrada na aplicação de técnicas de estatística descritiva com recurso ao software Microsoft Excel. Este tratamento permitiu caracterizar o perfil sociodemográfico dos inquiridos, identificar padrões de comportamento nas relações de consumo e avaliar a perceção da população quanto ao papel da autarquia na defesa dos seus direitos. Embora o questionário incluísse perguntas abertas, estas foram tratadas de forma acessória, através de uma análise categorial simples, orientada para a identificação de tendências recorrentes. A utilização de dados primários, recolhidos diretamente junto dos consumidores, conferiu validade empírica à análise, permitindo sustentar, de forma fundamentada, a proposta de criação de um serviço municipal de informação e apoio ao consumidor (SMIAC), apresentada nos capítulos seguintes.

No âmbito de uma investigação aplicada em ciências sociais, especialmente quando envolve contacto direto com participantes humanos e instituições públicas, a consideração de princípios éticos e limitações metodológicas não são apenas exigências formais, mas dimensões estruturantes da qualidade científica e da responsabilidade social da investigação. Conforme refere Fortin (2009), a integridade ética de uma investigação implica o respeito pelos direitos dos participantes, a obtenção de consentimento livre e esclarecido, a proteção da privacidade e da confidencialidade dos dados, bem como a equidade no acesso à participação. Estas preocupações são ainda mais relevantes em contextos vulneráveis e de baixa literacia, como o município de Mosteiros. De acordo com Schwartz-Shea e Yanow (2012), a ética da investigação exige sensibilidade às especificidades culturais e uma postura dialogante e reflexiva. Assim, esta investigação adotou uma abordagem ética participativa, com respeito mútuo, escuta ativa e devolução dos resultados à comunidade. Paralelamente, reconhece-se que todo o processo de investigação é atravessado por limitações de ordem metodológica, logística, institucional e epistemológica, que devem ser devidamente identificadas, analisadas e, sempre que possível, mitigadas. As limitações não são, neste sentido, falhas ou lacunas a ocultar, mas elementos constitutivos de qualquer processo de produção de conhecimento situado, e que informam as possibilidades e os limites da generalização dos resultados.

Quanto às principais salvaguardas éticas, limitações do contexto e do desenho da amostra, bem como os desafios enfrentados na recolha, análise e interpretação dos dados, todos os participantes foram previamente informados sobre os objetivos do estudo e a natureza voluntária da sua participação. Os questionários foram anónimos e foram realizados apenas após consentimento informado, garantindo o respeito pela confidencialidade, privacidade e tratamento

ético das informações recolhidas. Os dados foram armazenados de forma segura e utilizados exclusivamente para fins académicos.

Embora o inquérito por questionário não tenha sido estatisticamente representativo, a expressividade da amostra (308 respostas válidas) e a diversidade dos perfis inquiridos permitem identificar tendências relevantes e sustentar reflexões úteis para a intervenção municipal na área da proteção do consumidor. Os dados revelam-se, assim, úteis enquanto indicadores qualitativos e exploratórios, contribuindo para uma melhor compreensão das necessidades locais e fundamentando intervenções municipais mais eficazes.

Em resumo, o capítulo 3 apresentou a estratégia metodológica que sustentou a investigação, ancorada numa abordagem quantitativa orientada para a recolha de dados primários junto da população do município de Mosteiros. Através da aplicação de um questionário estruturado, procurou-se aferir o grau de literacia dos consumidores, os seus comportamentos face à informação contratual e a perceção sobre o papel da autarquia na defesa dos seus direitos. Foram detalhados os objetivos operacionais, o universo e a amostra, os instrumentos de recolha de dados e os procedimentos de análise estatística. Esta opção metodológica permitiu assegurar a fiabilidade dos dados recolhidos e a sua relevância para a compreensão das dinâmicas locais, servindo de base empírica para a análise dos resultados apresentada no capítulo seguinte e para a construção da proposta de criação de um serviço municipal de apoio ao consumidor.

## **4. Apresentação e Análise dos Resultados**

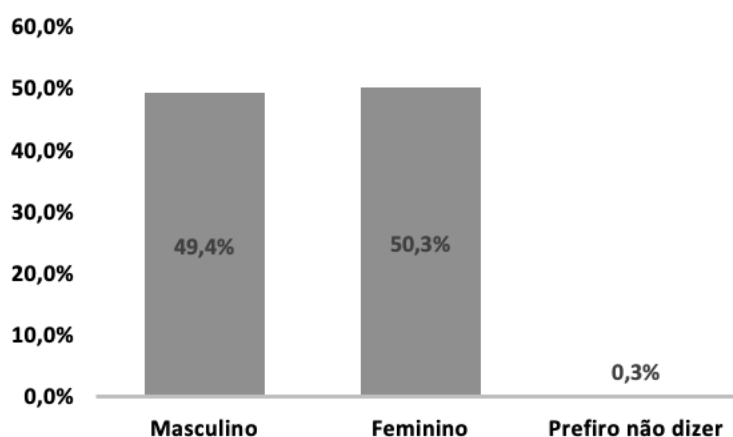
Dando seguimento à estratégia metodológica delineada, este Capítulo 4 apresenta e analisa os principais resultados obtidos a partir da aplicação do inquérito por questionário à população do município de Mosteiros. A análise estatística descritiva dos dados recolhidos permite traçar o perfil sociodemográfico dos inquiridos, bem como explorar as suas práticas de consumo, níveis de literacia contratual e perceções quanto ao papel da autarquia na defesa dos direitos dos consumidores. Os resultados são organizados em torno de eixos temáticos que refletem os objetivos da investigação, procurando-se identificar padrões, constrangimentos e oportunidades para a ação pública local. Esta leitura empírica constitui a base para a proposta de criação de um serviço municipal de informação e apoio ao consumidor, a desenvolver no subcapítulo final.

### **4.1. Caracterização da Amostra**

Na cidade de Mosteiros existem atualmente 8119 habitantes (INE, 2023), o que corresponde ao total da população-alvo desta investigação. A recolha de dados foi efetuada entre 21 de abril de 2025 e 3 de maio de 2025, na cidade de Mosteiros, através de questionários em formato presencial, mas registados diretamente no google forms. Foram recolhidas 308 respostas, das quais todas foram consideradas válidas para efeitos de análise, o que corresponde a uma taxa de 4%. A amostra inquirida é assim composta por 308 indivíduos residentes no município de Mosteiros, o que nos permite uma leitura estatisticamente mais robusta do perfil sociodemográfico da população local no que respeita às práticas e perceções dos consumidores.

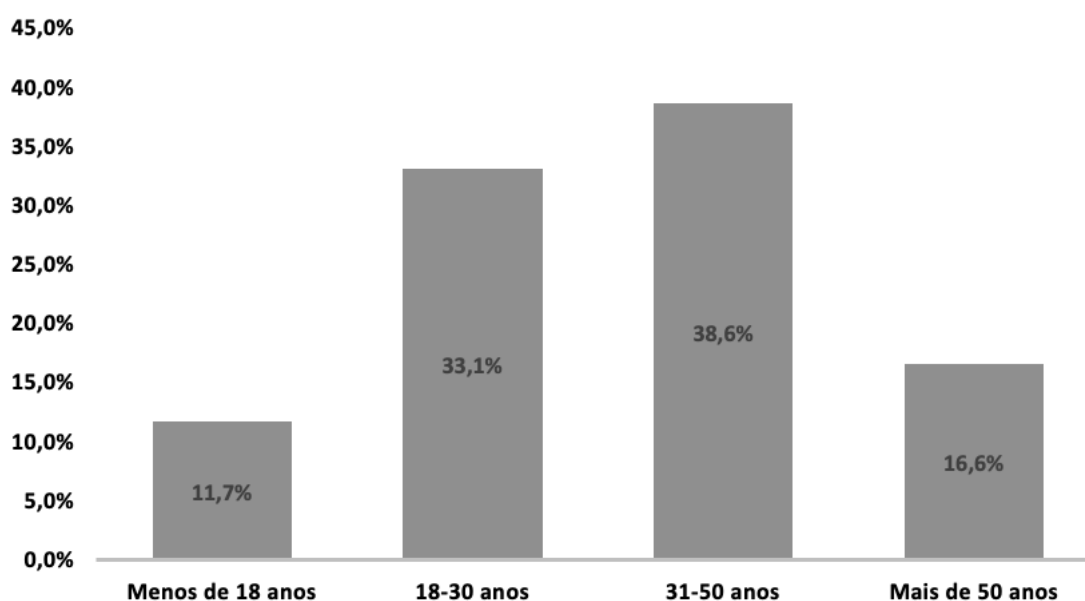
No que concerne à variável sexo, a amostra apresenta uma distribuição praticamente equilibrada: 50,3% dos inquiridos identificam-se como do sexo feminino e 49,4% como do sexo masculino. Apenas 0,3% optaram por não declarar o seu sexo, conforme evidencia o Gráfico 1. Ainda assim esta ligeira diferença pode refletir uma maior disponibilidade ou predisposição das mulheres para participar em inquéritos, fenómeno comum em estudos de base populacional.

**Gráfico 1.** Caraterização da amostra, por sexo.



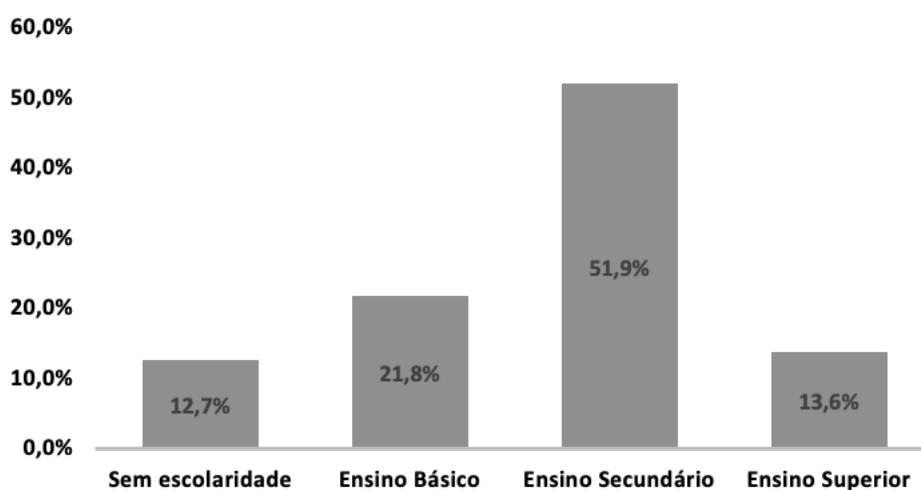
No que diz respeito à faixa etária, Gráfico 2, a maioria dos inquiridos situa-se entre os 31 e os 50 anos (38,6%), seguindo-se o grupo dos 18 aos 30 anos, que representa 33,1% da amostra. Os indivíduos com mais de 50 anos correspondem a 16,6%, enquanto os menores de 18 anos perfazem 11,7%. Estes dados evidenciam uma predominância de adultos em idade ativa entre os respondentes, o que é consistente com a natureza do inquérito e o seu foco nas práticas de consumo. A participação mais reduzida de jovens menores e de indivíduos com mais de 50 anos poderá refletir limitações no acesso ao inquérito ou menor envolvimento destes grupos em processos formais de reclamação e procura de informação contratual.

**Gráfico 2.** Caraterização da amostra, por faixa etária.



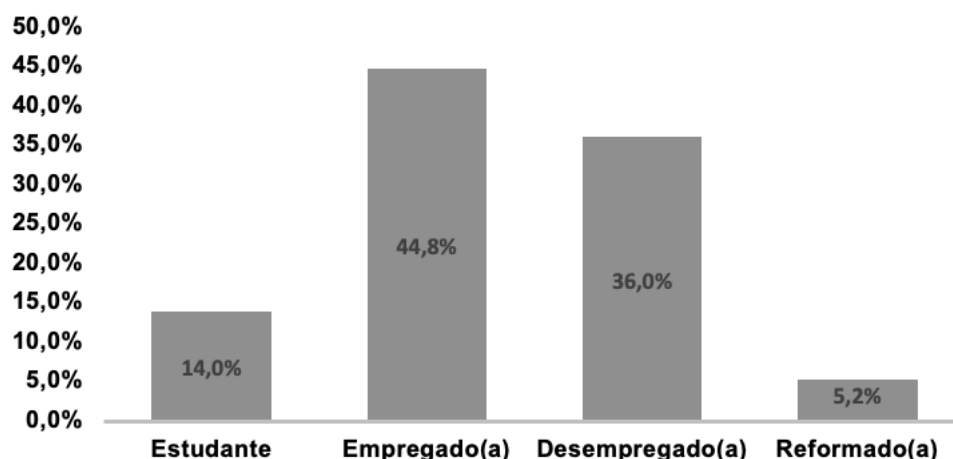
Considerando agora a escolaridade, Gráfico 3, mais de metade dos inquiridos (51,9%) completou o ensino secundário, o que revela um nível de instrução relativamente elevado no contexto local. Uma proporção significativa apresenta apenas o ensino básico (21,8%) e 12,7% declara não ter qualquer escolaridade formal, indicadores que apontam para persistentes desigualdades no acesso à educação. Por outro lado, 13,6% dos respondentes possui formação de nível superior, o que representa uma minoria, mas ainda assim relevante para efeitos de análise da literacia contratual e do potencial envolvimento cívico destes consumidores. Esta diversidade de níveis de instrução constitui um fator relevante para compreender a forma como a informação contratual é percebida, interpretada e valorizada no quotidiano dos consumidores da cidade de Mosteiros.

**Gráfico 3.** Caracterização da amostra, por nível de escolaridade.



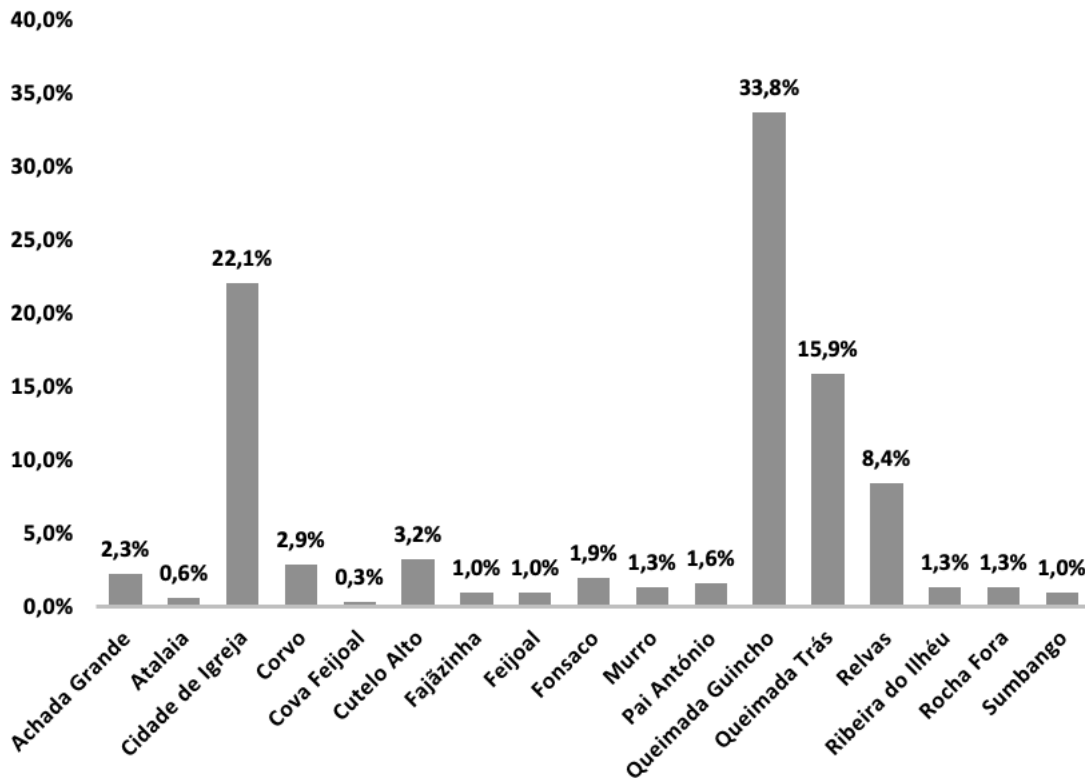
Em relação à situação profissional, Gráfico 4, a maioria dos inquiridos encontra-se empregada (44,8%), evidenciando uma predominância de indivíduos economicamente ativos. Ainda assim, uma proporção expressiva da amostra está em situação de desemprego (36,0%), o que poderá refletir fragilidades estruturais do mercado de trabalho local e potenciais constrangimentos na capacidade de consumo e de reivindicação de direitos. Os estudantes representam 14,0% da amostra, enquanto os reformados constituem apenas 5,2%, confirmando a sub-representação dos grupos etários mais avançados. Esta distribuição reforça a centralidade dos consumidores em idade ativa na amostra e revela, simultaneamente, a existência de situações de vulnerabilidade socioeconómica relevantes para a análise das relações de consumo no município.

**Gráfico 4.** Caraterização da amostra, por situação profissional.



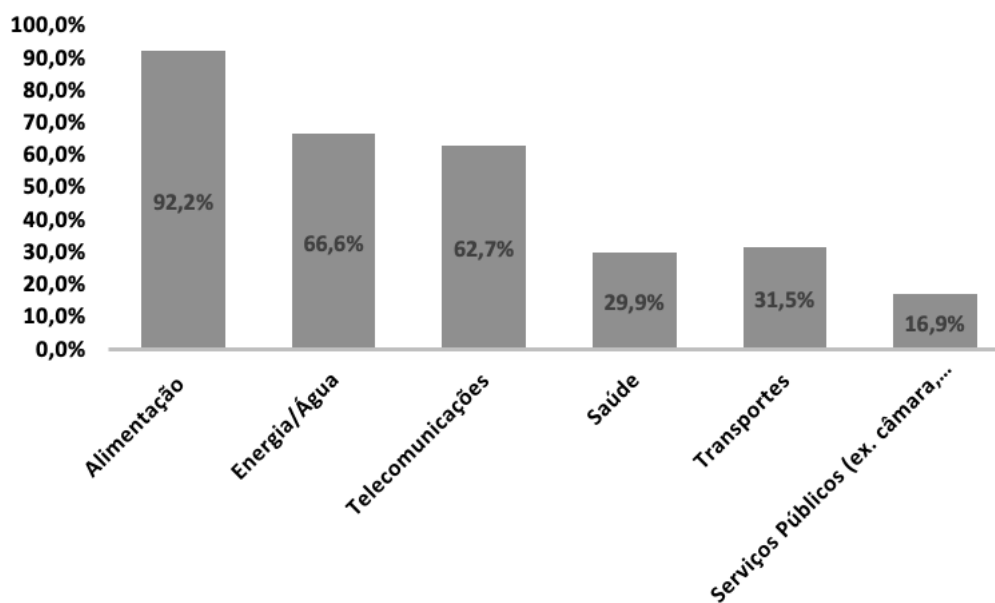
A análise da distribuição geográfica dos inquiridos revela uma maior concentração nas zonas de Queimadas/Guincho (33,8%) e Cidade de Igreja (22,1%), os dois principais aglomerados urbanos do município, onde se localizam diversos serviços públicos, estabelecimentos comerciais e centros escolares. Seguem-se as zonas de Queimada Trás (15,9%) e Relvas (8,4%), também com expressão significativa na amostra. As restantes localidades apresentam percentagens bastante inferiores, sendo que muitas registam valores residuais entre 0,3% e 3,2%. Esta dispersão confirma a diversidade espacial da amostra, embora com clara predominância das áreas mais centrais e populosas. A participação reduzida de localidades periféricas como Cova Feijoal, Cutelo Alto ou Sumbango pode refletir limitações no acesso ao inquérito, menor densidade populacional ou desigualdades no acesso à informação. Esta distribuição geográfica é relevante para compreender a territorialização dos problemas de consumo e a eventual desigualdade no acesso a serviços de informação e apoio. Reflete também a necessidade de que eventuais políticas públicas - como a criação de um serviço municipal de informação e apoio ao consumidor - tenham capacidade de cobertura descentralizada, assegurando equidade territorial na resposta às necessidades da população.

**Gráfico 5.** Caracterização da amostra, por local de residência.



Relativamente aos tipos de serviços e produtos mais utilizados pelos inquiridos, Gráfico 6, destaca-se a alimentação, assinalada por 92,2% dos respondentes, o que reflete a sua centralidade no quotidiano e a sua natureza essencial. Seguem-se os serviços de energia/água (66,6%) e telecomunicações (62,7%), ambos com taxas de resposta elevadas, o que evidencia a importância destes setores na vida doméstica e social, bem como o seu potencial para gerar conflitos de consumo. Os serviços de saúde (29,9%) e transportes (31,5%) surgem com níveis intermédios de frequência de uso, sugerindo uma utilização mais dependente de necessidades pontuais ou da disponibilidade local. Por fim, os serviços públicos, como os prestados pela câmara municipal ou outras entidades administrativas, são referidos por 16,9% dos inquiridos, o que pode indicar uma menor frequência de contacto direto ou uma menor perceção do seu papel enquanto prestadores de “serviços de consumo”. Estes dados permitem identificar as áreas prioritárias para intervenção pública, tanto ao nível da informação contratual como da mediação de conflitos, reforçando a importância de mecanismos locais adaptados aos setores com maior impacto na vida dos consumidores.

**Gráfico 6.** Caracterização da amostra, por tipo de produtos/serviços utilizados com mais frequência.



## 4.2. Análise Descritiva Exploratória

A presente secção incide sobre a análise descritiva das respostas obtidas nas Partes II e III do questionário, que procuram captar de forma empírica os efeitos da assimetria de informação nas práticas quotidianas de consumo, bem como a perceção da população face à eventual criação de um serviço municipal de apoio ao consumidor. Esta análise assume particular relevância para o diagnóstico do problema em estudo e para a fundamentação da proposta de política pública apresentada nos capítulos seguintes.

A Parte II avalia o conhecimento dos direitos dos consumidores, a ocorrência de problemas com bens ou serviços, as estratégias adotadas para os resolver e o conhecimento sobre entidades de apoio. Estas questões permitem observar como a assimetria de informação se manifesta nas relações de consumo (Akerlof, 1970; Stiglitz, 2000) e até que ponto os consumidores estão preparados para agir face a conflitos (Weimer & Vining, 2017). As respostas abertas fornecem ainda dados úteis sobre os tipos de conflitos mais frequentes e a notoriedade institucional local.

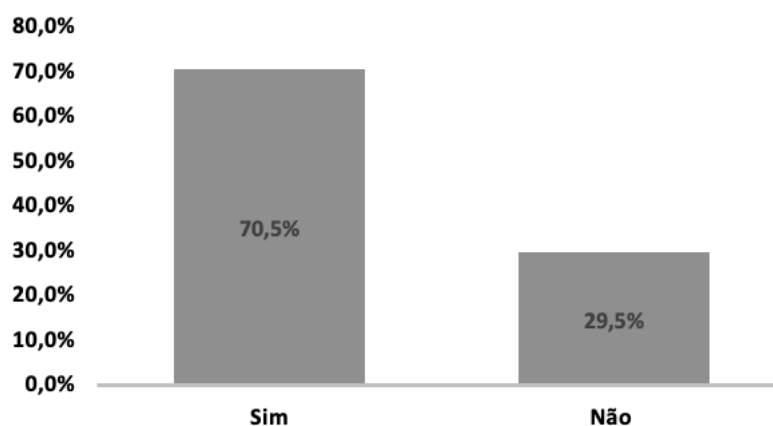
A Parte III recolhe a perceção da população sobre a utilidade e viabilidade de um serviço municipal dedicado à informação e resolução de conflitos de consumo. Questões como a importância atribuída a este serviço, a intenção de uso e as sugestões para o seu funcionamento ajudam a aferir o nível de aceitação e confiança institucional, servindo de base para a proposta de política pública apresentada no capítulo final.

### 4.2.1. Conhecimento e Experiências enquanto Consumidor

Quando questionados sobre o conhecimento de que os consumidores têm direitos protegidos por lei, e segundo o Gráfico 7, 70,5% dos inquiridos responderam afirmativamente, enquanto 29,5% declararam não ter conhecimento dessa proteção legal. Estes resultados revelam que, embora exista uma maioria com alguma consciência jurídica, cerca de um terço da população não reconhece a existência de direitos do consumidor, o que constitui um sinal claro de défice de literacia contratual.

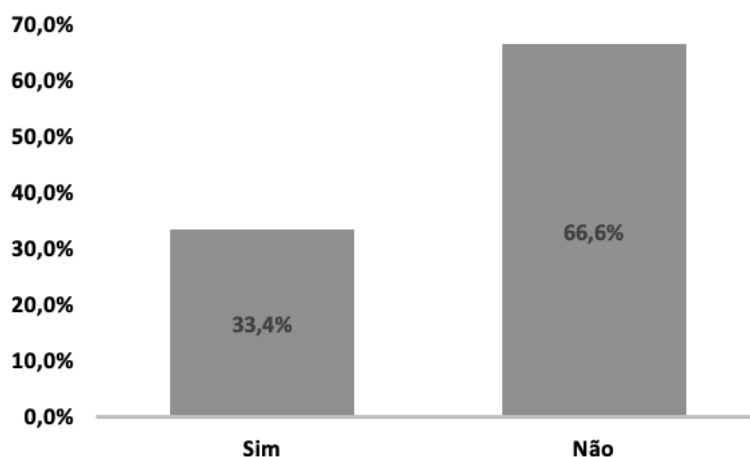
Este desconhecimento representa uma manifestação concreta da assimetria de informação na sua dimensão ex ante (Spence, 1973), comprometendo a capacidade dos indivíduos para tomar decisões informadas e para se protegerem em situações de conflito. Estes dados reforçam a necessidade de intervenções públicas de proximidade, orientadas para a informação e educação dos consumidores, como forma de garantir equidade nas relações de consumo e promover uma cidadania económica ativa.

**Gráfico 7.** Conhecimento sobre os direitos legais dos consumidores.



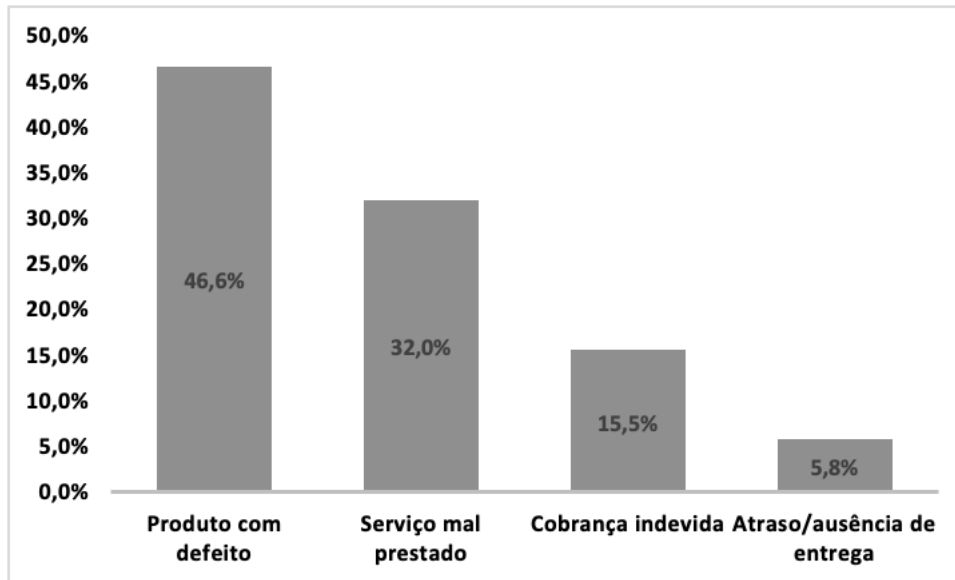
Os dados revelam ainda, Gráfico 8, que 33,4% dos inquiridos afirmam ter tido problemas com produtos ou serviços nos últimos dois anos, enquanto 66,6% indicam não ter enfrentado qualquer conflito no período em causa. Esta proporção significativa de consumidores com experiências negativas demonstra que as relações de consumo no município de Mosteiros não estão isentas de falhas ou litígios, ainda que a maioria refira não ter tido problemas recentes. A presença de um terço da população com experiências de conflito é um indicador relevante do risco real associado à assimetria de informação, seja por deficiências nos produtos ou serviços, seja pela dificuldade em aceder a mecanismos eficazes de resolução. Estes resultados justificam a pertinência de uma resposta institucional de proximidade, que promova não apenas a informação, mas também a mediação informal de conflitos, reforçando a proteção do consumidor ao nível local.

**Gráfico 8.** Incidência de conflitos de consumo nos últimos 2 anos.



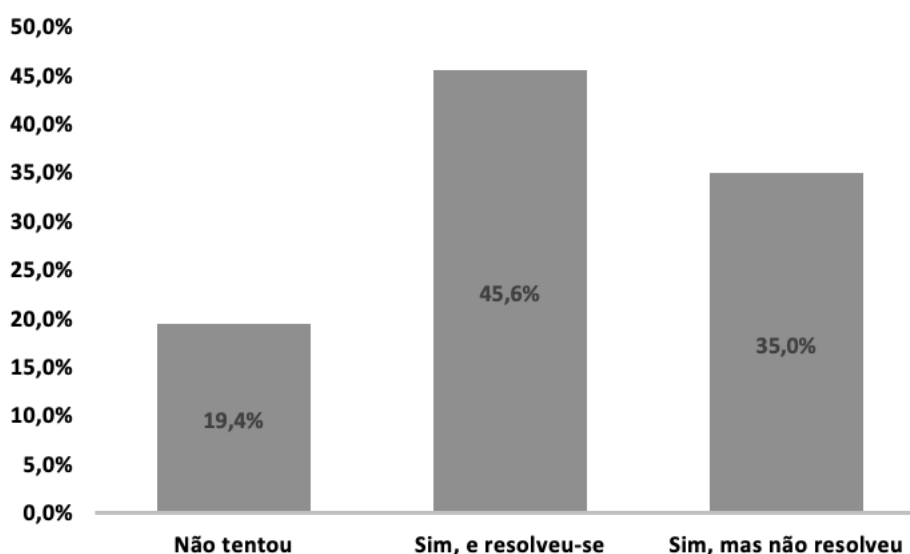
Entre os inquiridos que referiram ter tido problemas de consumo nos últimos dois anos, o tipo de conflito mais frequentemente apontado foi o produto com defeito, com 46,6% das respostas, destacando-se como a situação mais comum nas relações comerciais locais, conforme Gráfico 9. Em segundo lugar surge o serviço mal prestado (32,0%), o que confirma a relevância das falhas na execução de serviços como fonte de insatisfação e potencial litígio. Outros problemas identificados incluem cobranças indevidas (15,5%) e atrasos ou ausência de entrega (5,8%), refletindo dificuldades na fiabilidade dos operadores e na confiança dos consumidores. Esta diversidade de conflitos evidencia a necessidade de mecanismos de mediação e informação acessíveis, capazes de prevenir e resolver litígios sem recorrer a canais formais demorados ou inacessíveis. A predominância de problemas com produtos e serviços essenciais reforça o argumento para a criação de um serviço municipal de apoio ao consumidor, orientado para esclarecer, encaminhar e, sempre que possível, intervir de forma informal e célere.

**Gráfico 9.** Tipologia de conflitos de consumo reportados.



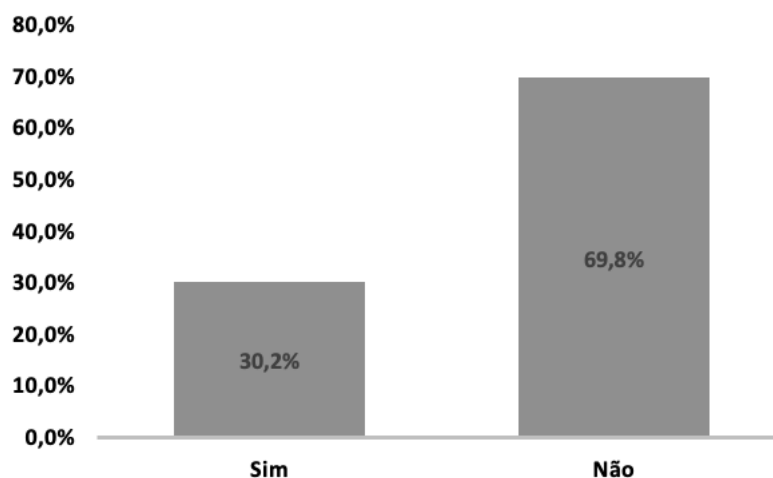
Entre os consumidores que referiram ter enfrentado problemas com produtos ou serviços, 45,6% afirmam ter tentado resolver a situação junto do fornecedor com sucesso, enquanto 35,0% tentaram, mas não conseguiram uma solução satisfatória. Já 19,4% não tentaram qualquer resolução direta, o que poderá refletir desconhecimento, desconfiança no sistema ou percepção de ineficácia por parte dos consumidores (Gráfico 10). Apesar de quase metade dos conflitos reportados terem sido resolvidos de forma informal, o facto de mais de um terço das tentativas não terem tido sucesso, aliado à percentagem que nem sequer procurou solução, evidencia limitações na capacidade espontânea do mercado para corrigir os desequilíbrios. Estes dados reforçam a importância de estruturas públicas de apoio ao consumidor que complementem ou substituam as vias diretas, sobretudo em contextos onde as relações comerciais são marcadas por assimetria de poder e informação (Weimer & Vining, 2017; Fernández-Barcala, González-Díaz e Prieto, 2010).

**Gráfico 10.** Tentativas de resolução direta de conflitos com o fornecedor.



Numa outra vertente, também quisemos perceber qual o conhecimento dos consumidores sobre entidades de apoio à resolução de conflitos de consumo. Os dados presentes no Gráfico 11 revelam que apenas 30,2% dos inquiridos afirmam conhecer algum serviço ou entidade que possa apoiar na resolução de conflitos de consumo, enquanto a maioria, 69,8%, declara desconhecer completamente a existência de tais mecanismos. Este resultado é particularmente relevante, pois indica um baixo grau de notoriedade institucional, mesmo entre indivíduos que já enfrentaram problemas com fornecedores. Este défice de conhecimento compromete a eficácia dos instrumentos de política pública já existentes e reforça a ideia de que a informação sobre os direitos e os meios de reclamação não está a circular adequadamente junto da população. Mesmo entre os que responderam afirmativamente, as instituições mencionadas foram extremamente diversas, com referências dispersas à ADECO, IGAE, polícia, tribunal e câmara municipal. A inconsistência e a imprecisão nas designações sugerem uma compreensão pouco clara da existência e do papel das entidades especializadas. Em contextos insulares e com limitações na literacia contratual, como o município de Mosteiros, este dado justifica a necessidade de serviços locais de proximidade que combinem funções informativas, educativas e de mediação (North, 1990; Nóvoa, 2023).

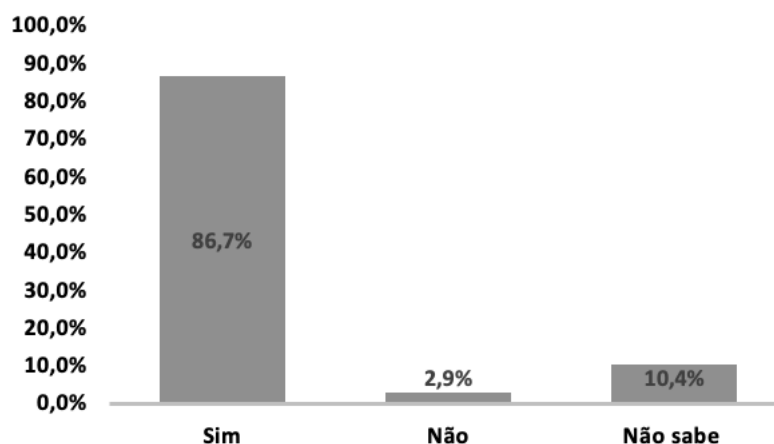
**Gráfico 11.** Conhecimento de entidades de apoio à resolução de conflitos de consumo.



#### **4.2.2. Percepção sobre um Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor**

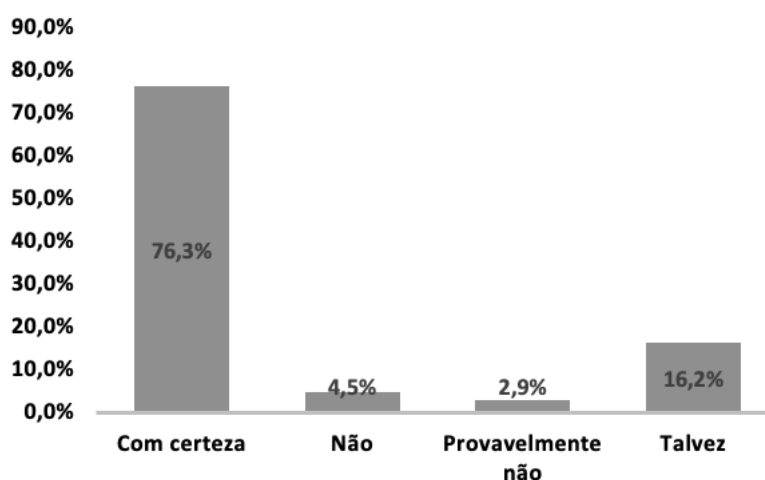
Chegados à parte III do inquérito por questionário, e considerando a primeira questão desta secção, os resultados do Gráfico 12 evidenciam um forte consenso social quanto à pertinência de criar um serviço municipal dedicado ao apoio ao consumidor: 86,7% dos inquiridos consideram essa medida importante, contra apenas 2,9% que a rejeitam e 10,4% que não têm opinião formada. Este nível elevado de aprovação indica não só a relevância prática percebida da proposta, mas também a existência de expectativas claras da população quanto ao papel da autarquia na proteção dos seus direitos. A expressiva valorização desta iniciativa sugere um elevado grau de legitimidade social, fundamental para sustentar uma proposta de política pública local. Num contexto marcado por fragilidades institucionais e défices de literacia contratual, como é o caso do município de Mosteiros, estes dados reforçam a urgência de desenvolver soluções de proximidade capazes de informar, orientar e intervir preventivamente nas relações de consumo.

**Gráfico 12.** Percepção sobre a importância de um serviço municipal de apoio ao consumidor.



Quando questionados se em caso de problemas com fornecedores usariam um serviço de apoio municipal, os resultados revelam uma intenção de uso muito expressiva: 76,3% dos inquiridos afirmam que usariam com certeza o serviço municipal em caso de conflito com um fornecedor (Gráfico 13). Outros 16,2% admitem essa possibilidade com alguma reserva (“talvez”), enquanto apenas uma minoria declara que provavelmente não o faria (2,9%) ou que não o usaria de todo (4,5%). Este elevado grau de predisposição demonstra confiança potencial na utilidade prática do serviço e reforça a pertinência da sua criação. A intenção de uso é um indicador crítico de viabilidade social e institucional, traduzindo não apenas reconhecimento da sua importância, mas também expectativas de eficácia e acessibilidade. Em contextos com histórico limitado de mecanismos formais de proteção ao consumidor, como o dos Mosteiros, esta disposição favorável representa uma janela de oportunidade para a afirmação da autarquia enquanto entidade promotora de justiça económica e proximidade institucional.

**Gráfico 13.** Intenção de uso de um serviço municipal de apoio ao consumidor.



Para além das questões de resposta fechada, o questionário incluiu também três perguntas abertas, com o objetivo de recolher contributos qualitativos que permitissem aprofundar a perceção dos inquiridos quanto ao desenho e funcionalidade de um eventual serviço municipal de apoio ao consumidor. As questões “O que acha que este serviço municipal deveria oferecer?”, “Que vantagens teria este serviço, na sua opinião?” e “Que sugestões deixa para melhorar o apoio ao consumidor no município?”, procuraram captar expectativas concretas, perceções sobre o valor público da intervenção e propostas de melhoria, em linha com os princípios da governação participativa e da responsividade institucional (Salamon, 2002a; Blair, 2002). As respostas obtidas foram analisadas por via de agrupamento temático simples, com identificação de categorias recorrentes e menções específicas que ilustram a diversidade de perspetivas da população. Esta componente qualitativa complementa os dados estatísticos apresentados nas secções anteriores, permitindo uma visão mais rica e contextualizada das necessidades sentidas e das soluções desejadas pelos consumidores de Mosteiros.

As respostas à pergunta “O que acha que este serviço municipal deveria oferecer?” evidenciam uma perceção clara da população quanto ao papel que um serviço local de apoio ao consumidor deve assumir. A expressão “*apoiar as pessoas com problemas*”, repetida em dezenas de respostas, revela uma expectativa dominante: a de um serviço público próximo, acessível e empático, capaz de acolher queixas, orientar soluções e defender os interesses dos munícipes perante situações de conflito. Esta visão de proximidade institucional e suporte direto é coerente com o que Salamon (2002a) designa como função relacional do Estado, sobretudo em contextos marcados por défice de literacia contratual e fraca capacidade de mobilização cívica.

Para além da função assistencial, muitos inquiridos sublinharam a necessidade de o serviço resolver conflitos de consumo de forma rápida e eficaz, utilizando termos como “*solução*”, “*rapidez*”, “*resposta à reclamação*”, “*mediação entre fornecedor e consumidor*” ou “*breve resolução dos problemas*”. Esta dimensão operacional aponta para a valorização da eficiência na gestão informal de litígios e do reforço dos mecanismos locais de mediação como forma de ultrapassar a morosidade e inacessibilidade da justiça formal, particularmente em territórios periféricos.

Diversas respostas também atribuem ao serviço uma função pedagógica, sugerindo que este deve informar, orientar e formar os consumidores. Expressões como “*informação ao consumidor*”, “*formação para consumidores*”, “*orientar as pessoas*” e “*mais conhecimento*” traduzem uma preocupação com o acesso ao conhecimento necessário para exercer direitos de forma autónoma. A literatura reconhece esta dimensão como central na redução da assimetria informacional ex ante (Spence, 1973), permitindo ao consumidor agir de forma mais racional no momento da escolha (Varian, 1992; OECD, 2010). Weimer e Vining (2017) classificam este tipo de política como instrumento informacional de primeira geração, essencial em contextos onde o desequilíbrio entre fornecedor e consumidor é estrutural.

Também os valores de justiça, proteção e confiança emergem com frequência nas respostas. Os inquiridos referem expressões como “defesa do consumidor”, “proteção ao consumidor”, “segurança”, “credibilidade e confiança”, “pode ser justo” ou “evitar injustiça”, sinalizando uma expectativa de que o serviço seja mais do que um canal de atendimento: um garante de equidade e reposição de direitos em situações de vulnerabilidade contratual. Esta visão está em consonância com autores como Sunstein (2013) ou Lande (2008), que associam a percepção de justiça institucional à efetiva disposição do cidadão em recorrer a mecanismos públicos de resolução de conflitos.

Importa ainda destacar que múltiplas respostas aludem à necessidade de “*mais condições*” e “*condições para município melhor*”, o que revela uma extensão da percepção do serviço para lá da resolução de problemas individuais. Neste sentido, o serviço é imaginado como um símbolo de modernização administrativa e bem-estar coletivo, coerente com a abordagem de Vining e Weimer (1988) sobre os serviços de informação ao consumidor enquanto bens públicos locais, com externalidades positivas ao nível da confiança social, regulação informal do mercado e coesão comunitária.

Por fim, algumas respostas sugerem funções específicas de regulação e fiscalização, como “*controlo sobre os produtos*”, “*fiscalização*”, “*multas para fornecedores*”, ou “*melhoria no controlo de meios digitais*”, sugerindo que uma parte da população reconhece no município capacidade (ou pelo menos legitimidade) para intervir no espaço económico local, não apenas como mediador, mas também como agente regulador. Embora este papel exceda muitas vezes as competências legalmente atribuídas às autarquias, o seu apelo reflete uma procura por autoridade pública visível e confiável no plano local (North, 1990; Nóvoa, 2023).

Em síntese, as respostas abertas confirmam que a população de Mosteiros deseja um serviço que vá muito além da função burocrática, combinando ajuda concreta, mediação eficaz, orientação pedagógica e compromisso com a justiça social. Este conjunto de expectativas deve ser encarado como uma base valiosa para o desenho institucional do serviço, garantindo que a proposta de política pública seja verdadeiramente sustentada nas necessidades sentidas e nas percepções da comunidade.

As respostas à pergunta “Que vantagens teria este serviço, na sua opinião?” confirmam a ampla aceitação da proposta de criação de um serviço municipal de apoio ao consumidor, e reforçam a percepção do mesmo como um instrumento com elevada utilidade pública. A ideia mais transversal nas respostas foi a de que o serviço serviria para “*ajudar as pessoas*”, expressão repetida por dezenas de inquiridos, quer de forma literal, quer através de variações como “*apoiar as pessoas*”, “*oferecer apoio*” ou “*resolver os problemas das pessoas*”. Este núcleo significativo traduz uma expectativa concreta: a existência de uma estrutura que responda a situações de conflito de forma próxima, eficaz e orientada para a solução, promovendo segurança e bem-estar entre os consumidores.

Paralelamente, muitos inquiridos associaram o serviço a maior justiça e respeito pelos direitos dos consumidores, utilizando expressões como “*mais justiça para os cidadãos*”, “*respeito ao próximo*”, “*preservação dos direitos dos consumidores*”, “*evitar injustiça*”, ou ainda “*todo mundo dentro dos seus direitos*”. Estas respostas refletem a perceção de que o serviço poderá atuar como um reparador de assimetrias de poder e informação nas relações de consumo, respondendo às fragilidades típicas de mercados locais com pouca regulação efetiva (Akerlof, 1970; Stiglitz, 2000). A literatura sublinha que, em contextos de exclusão informacional ou desigualdade contratual, os serviços públicos locais podem desempenhar um papel central na promoção da justiça económica e na credibilização das instituições (Sunstein, 2013; Weimer & Vining, 2017).

Outro conjunto significativo de respostas aponta para vantagens em termos de eficácia e rapidez na resolução de conflitos, com menções como “*resolução do problema*”, “*rapidez*”, “*melhor rapidez na resolução*”, “*menos desentendimentos*”, ou “*resolver sem ir a tribunal*”. Estes contributos sugerem uma valorização clara da capacidade de o serviço atuar como mecanismo informal e célere de mediação, reduzindo a necessidade de recorrer ao sistema judicial e permitindo uma resolução de proximidade.

As respostas também revelam perceções alargadas sobre o impacto do serviço no funcionamento do mercado local e na qualidade das relações comerciais. Expressões como “*melhoria na prestação de serviços*”, “*mais cuidado por parte dos comerciantes*”, “*limitação de abusos*”, “*as lojas tinham mais cuidado na venda*”, ou “*maior controlo*” indicam a expectativa de que o serviço tenha um efeito dissuasor e regulador, reforçando a transparência e a responsabilidade dos fornecedores. Esta função está em linha com o que Vining e Weimer (1988) definem como externalidades positivas de bens públicos locais, nomeadamente quando os serviços de informação e resolução de conflitos contribuem para elevar os padrões de conduta no mercado.

Muitos inquiridos vão mais longe e associam o serviço a benefícios coletivos e comunitários mais amplos, utilizando expressões como “*desenvolvimento do município*”, “*vai melhorar nosso município*”, “*uma sociedade mais organizada*”, “*crescimento do conselho*”, “*menos problemas*”, “*paz nos Mosteiros*”, ou “*confiança entre consumidores e prestadores*”. Estas visões demonstram que o serviço é encarado não apenas como um instrumento de resposta individual, mas como um símbolo de modernização institucional e coesão social. Neste sentido, a proposta está em sintonia com os princípios de governação local responsiva (Blair, 2002) e com o papel das autarquias na reconstrução da confiança entre cidadão e administração pública, sobretudo em territórios onde essa relação se encontra fragilizada.

Também foram mencionadas, ainda que pontualmente, vantagens adicionais como criação de emprego, educação para o consumo, poupança e economia e redução do stress nas famílias, o

que aponta para um entendimento multifacetado dos impactos do serviço, não apenas jurídicos, mas também sociais, económicos e até emocionais.

Apesar de algumas respostas mais vagas ou indecisas (“não sei”, “nenhum”), a esmagadora maioria dos inquiridos expressou com clareza o valor público atribuído ao serviço, associando-o a confiança, dignidade, resolução e justiça. Esta perceção reforça o argumento de que o serviço proposto não deve ser visto apenas como uma estrutura de atendimento, mas sim como um mecanismo estratégico de governação local e cidadania económica ativa, com capacidade para contribuir para a literacia contratual, a coesão social e a legitimidade institucional.

Por fim, as respostas à última pergunta “Que sugestões deixa para melhorar o apoio ao consumidor no município?” reforçam o diagnóstico previamente traçado sobre as lacunas na proteção contratual e informacional da população local, enquanto revelam um consenso claro quanto ao caminho a seguir: a criação de um serviço municipal estruturado, de proximidade, com funções claras de apoio, mediação e fiscalização.

De forma esmagadora, os inquiridos apontaram para a “*criação de um gabinete para estas situações*”, expressão repetida de forma quase uniforme em centenas de respostas. Tal convergência revela não apenas uma expectativa concreta, ou seja, a de que o município passe a dispor de uma estrutura institucional dedicada à defesa do consumidor, mas também a perceção de que essa estrutura está ausente e faz falta, apesar da relevância prática dos problemas enfrentados no quotidiano. Esta visão está alinhada com a literatura sobre falhas de mercado e a necessidade de intervenção pública para corrigir desequilíbrios estruturais (Akerlof, 1970; Stiglitz, 2000).

Para além do pedido recorrente pela criação de um serviço formalizado, surgiram também sugestões complementares que apontam para três eixos de intervenção adicionais: fiscalização, informação e proximidade. A fiscalização nos locais de venda foi uma das recomendações mais repetidas depois da criação do gabinete, refletindo a preocupação dos cidadãos com práticas abusivas, desrespeito pelos preços, ausência de recibos ou uso indevido de produtos químicos. Estas sugestões evidenciam que a simples existência de um serviço passivo poderá não ser suficiente; há uma expectativa de ação pública concreta e visível, com capacidade de monitorizar o mercado local e agir preventivamente (Weimer & Vining, 2017).

O segundo eixo diz respeito ao reforço da literacia e do conhecimento dos consumidores. Vários inquiridos referem a importância de “*ter bom conhecimento*”, “*munir os consumidores de conhecimentos*”, ou de “*saber onde procurar apoio*”, o que reflete a consciência de que muitos cidadãos ainda não dominam os seus direitos nem os mecanismos de que dispõem para os fazer valer. Esta preocupação insere-se naquilo que Varian (1992) e a OECD (2010) designam como deficiência de informação ex ante, que compromete a capacidade do consumidor para tomar

decisões racionais. Assim, o apelo não é apenas por um serviço que resolva problemas, mas que previna conflitos pela via da informação e da capacitação cívica.

Por último, surgem diversas respostas que enfatizam a necessidade de maior proximidade e disponibilidade da autarquia. Frases como “*estar mais próximo da comunidade*”, “*atender com agilidade*”, “*tratar bem os cidadãos*” ou “*estar atento à forma de tratar os consumidores*” revelam que a qualidade relacional da intervenção pública é um valor em si mesmo. Não se espera apenas eficácia técnica, mas também respeito, escuta e atenção ao cidadão comum, o que está em consonância com os princípios da governação responsiva e colaborativa (Blair, 2002; Salamon, 2002b).

Apesar de algumas respostas vagas ou de desconhecimento (“nada”, “não sabe”), o conjunto das contribuições demonstra uma forte predisposição para a construção de soluções institucionais locais, com apoio popular e base empírica. A criação de um Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC), proposta nesta dissertação, encontra assim respaldo não só nos dados estatísticos, mas também nas expectativas manifestadas pelos próprios cidadãos, tornando-se uma solução técnica com legitimidade social clara.

Em suma, podemos concluir que existe uma base sólida de apoio popular à criação de um SMIAC em Mosteiros. Os dados evidenciam lacunas sérias no conhecimento dos direitos e na utilização de mecanismos de resolução de conflitos, confirmando a pertinência e a necessidade da proposta apresentada nesta investigação.

### **4.3. Proposta de Criação de um Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC)**

Com base nos resultados empíricos obtidos através do inquérito aplicado aos consumidores do município de Mosteiros, e tendo por referência o enquadramento teórico e normativo anteriormente analisado, propõe-se a criação de um Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC). Esta proposta assume a forma de um instrumento de proximidade, com vocação preventiva e educativa, orientado para a correção de falhas de mercado, em particular da assimetria de informação, que constitui, como se demonstrou, uma das falhas mais persistentes e estruturalmente enraizadas nas relações de consumo.

#### **4.3.1. Análise SWOT**

A análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) permite sistematizar os fatores internos e externos que influenciam a implementação e sustentabilidade do SMIAC. Entre os pontos fortes da proposta destaca-se a sua ancoragem num modelo de governação de

proximidade, assente na relação direta entre a Câmara Municipal e os munícipes, permitindo um conhecimento aprofundado do território e das necessidades locais. O serviço apresenta também custos reduzidos de instalação e funcionamento, ao basear-se em recursos humanos mínimos e estruturas já existentes, podendo ainda beneficiar de sinergias com parceiros institucionais, como universidades, ONGs e entidades reguladoras nacionais.

Em contrapartida, as fraquezas incluem a limitação de recursos técnicos especializados e de orçamento próprio, que poderá comprometer a resposta inicial do serviço. Existe também o risco de baixa adesão dos consumidores, motivada pelo desconhecimento da existência do serviço ou pela ausência de uma cultura local de reivindicação informal. Acresce que a mediação extrajudicial de conflitos de consumo não está enraizada institucionalmente, o que poderá limitar o impacto das primeiras iniciativas.

No plano externo, identificam-se várias oportunidades relevantes. Desde logo, o alinhamento com os compromissos internacionais do país no âmbito do ODS 16 permite potenciar financiamento externo e apoio técnico internacional. A criação do SMIAC pode também funcionar como motor de reforço da cidadania ativa, contribuindo para o envolvimento dos consumidores na construção de mercados mais justos e transparentes. Adicionalmente, o modelo poderá ser replicado por outros municípios, criando uma rede intermunicipal de defesa do consumidor.

As ameaças principais incluem a instabilidade orçamental da administração local, que poderá afetar a continuidade do projeto, bem como a possível descontinuidade política, em caso de mudança de executivo municipal. Também é de prever alguma resistência dos operadores económicos locais, sobretudo se o serviço vier a ser percecionado como mecanismo de controlo em vez de parceria para a melhoria da confiança nas relações de consumo. A Tabela 5 apresenta, de forma sintética, os principais fatores internos (forças e fraquezas) e externos (oportunidades e ameaças) que influenciam a implementação e sustentabilidade do SMIAC.

**Tabela 5.** Análise SWOT da proposta do SMIAC

<b>Forças</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proximidade com os munícipes</li> <li>- Conhecimento das necessidades locais</li> <li>- Custos de instalação reduzidos</li> <li>- Uso de estruturas já existentes</li> <li>- Parcerias com universidades e ONGs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alinhamento com ODS 16</li> <li>- Financiamento e apoio técnico externo</li> <li>- Promoção da cidadania ativa</li> <li>- Possível replicação intermunicipal</li> </ul>
<b>Fraquezas</b>	<b>Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de técnicos especializados</li> <li>- Orçamento próprio limitado</li> <li>- Risco de baixa adesão</li> <li>- Fraca cultura de mediação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instabilidade orçamental local</li> <li>- Descontinuidade política</li> <li>- Resistência de operadores económicos</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria.

### **4.3.2. Criação e Implementação do SMIAC**

O SMIAC procura oferecer uma resposta local à vulnerabilidade informacional dos consumidores, através de mecanismos simples e adaptados à realidade sociocultural do município. A proposta tem como fundamento os princípios constitucionais de proteção dos consumidores e os compromissos internacionais assumidos por Cabo Verde, em especial no âmbito da Agenda 2030, designadamente o ODS 16, que apela ao reforço da justiça acessível, da informação pública e das instituições inclusivas, eficazes e responsáveis.

A proposta segue igualmente as boas práticas internacionais e inspira-se na experiência portuguesa dos Centros de Informação Autárquicos ao Consumidor (CIAC). Como observa Carvalho (2023), os CIAC assumem um papel estratégico na concretização das atribuições municipais em matéria de defesa do consumidor, assegurando gratuitamente aos cidadãos serviços de informação, mediação e educação para o consumo. Os CIAC, protocolados com a Direção-Geral do Consumidor, revelam uma grande heterogeneidade em termos de modelo, recursos e grau de autonomia, podendo desempenhar múltiplas funções: prestar aconselhamento jurídico-informativo, promover ações educativas, mediar conflitos de consumo, divulgar alertas sobre produtos perigosos ou práticas enganosas, e colaborar com entidades fiscalizadoras (Carvalho, 2023). Segundo Frota (2013), poderia ponderar-se a sua evolução para estruturas mais abrangentes que integrassem não apenas a função informativa, mas também a recolha sistemática de reclamações, a gestão de conflitos e a supervisão de práticas comerciais. Complementarmente, Frota (2011) defende a constituição efetiva de conselhos municipais de consumo com representação alargada da sociedade civil, incluindo associações de consumidores, associações de interesses económicas, escolas, universidades e magistrados do Ministério Público, como órgãos de consulta, monitorização e participação ativa.

À luz destes antecedentes e referências, o SMIAC proposto para o município de Mosteiros tem como missão garantir informação qualificada aos munícipes, fomentar a resolução informal de litígios de consumo, desenvolver ações de literacia económica e contratual, e produzir dados relevantes para orientar políticas públicas locais baseadas em evidência. O serviço deve assentar numa estrutura leve, tecnicamente credível e financeiramente viável, com um modelo de funcionamento em três fases: fase-piloto, avaliação participada e expansão gradual.

As componentes fundamentais do SMIAC incluem: (1) um gabinete físico ou móvel de atendimento presencial; (2) uma linha de apoio via telefone ou WhatsApp; (3) um ponto de mediação local para resolução informal de conflitos; (4) campanhas regulares de sensibilização e educação para o consumo; (5) parcerias estratégicas com entidades públicas e da sociedade civil; e (6) uma base de dados com registo sistemático de reclamações e ocorrências.

A operacionalização da proposta prevê um quadro mínimo de recursos: um técnico com formação jurídica (preferencialmente com especialização em direito do consumo e resolução de

conflitos), um espaço de atendimento (fixo ou partilhado), materiais de divulgação e um orçamento reduzido para ações educativas e deslocações. Com esta estrutura, pretende-se alcançar cinco resultados centrais: (1) reduzir a assimetria de informação, (2) aumentar a segurança e confiança dos consumidores, (3) promover a resolução célere de conflitos, (4) incentivar práticas comerciais mais éticas e (5) reforçar a participação cívica e a coesão social.

Com o objetivo de consolidar a proposta de criação do SMIAC, apresentamos de seguida uma proposta de quadro lógico de avaliação e um roteiro de implementação por fases. Estes elementos operacionais visam garantir a coerência da intervenção pública local com os princípios de eficácia, equidade e responsabilidade institucional, conforme preconizado nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e na literatura especializada em políticas públicas.

Para assegurar a monitorização sistemática do desempenho do SMIAC e permitir uma avaliação baseada em evidência, propõe-se um quadro lógico de avaliação com três objetivos específicos prioritários. O primeiro consiste em reduzir a assimetria de informação nas relações de consumo, o que será aferido através do número de atendimentos realizados (presenciais ou via WhatsApp), cuja medição será feita com base na base de dados interna do serviço. O segundo objetivo é promover a resolução informal de conflitos, sendo o principal indicador a percentagem de litígios solucionados localmente sem recurso a tribunais ou entidades externas, registada nos relatórios de mediação. O terceiro objetivo prende-se com o reforço da literacia contratual dos consumidores, monitorizado pelo número e alcance das ações de sensibilização realizadas anualmente. Estes indicadores exigem, contudo, um conjunto de pressupostos operacionais para a sua concretização. É essencial que o município disponha de, pelo menos, um técnico qualificado com formação jurídica, que assegure o atendimento, a mediação e a produção de conteúdos informativos. Exige-se ainda a colaboração ativa dos consumidores e comerciantes locais, tanto na apresentação de reclamações como na adesão aos mecanismos de mediação. Por fim, o envolvimento de instituições parceiras, nomeadamente escolas, ONGs e entidades reguladoras, é necessário para dar consistência técnica e educativa ao serviço.

O roteiro de implementação do SMIAC está estruturado em três fases sucessivas, com duração e objetivos distintos. A primeira corresponde à fase-piloto, com um período estimado de seis meses. Nesta etapa, deverá ser instalado o gabinete físico ou móvel, selecionado o técnico responsável e assegurada a sua formação inicial. Paralelamente, será necessário promover uma campanha pública de divulgação, sensibilizando a população para o novo serviço. O atendimento deverá iniciar-se com registo de reclamações e esclarecimento de dúvidas simples, permitindo simultaneamente recolher dados sobre os problemas mais frequentes enfrentados pelos consumidores locais.

A segunda etapa corresponde à avaliação participada, entre o sexto e o nono mês de funcionamento. Neste momento, a coordenação do SMIAC deverá envolver representantes da população, entidades parceiras e técnicos municipais na análise crítica do funcionamento do

serviço, recolhendo feedback sobre horários, canais de contacto, capacidade de resposta e utilidade percebida. Com base nesta auscultação, proceder-se-á ao ajustamento do modelo, quer no plano organizacional, quer nos conteúdos informativos e metodologias de atendimento.

A terceira fase será a de expansão gradual, a partir do nono mês, mediante a integração de novas funcionalidades como a mediação online, a criação de uma plataforma digital de atendimento ou a articulação intermunicipal com outros serviços congéneres. Esta fase deverá também explorar mecanismos de cooperação com centros de arbitragem ou conselhos municipais de consumo, contribuindo para a consolidação de uma rede local de defesa do consumidor com impacto estrutural no sistema de governança local.

A Tabela 6 sintetiza os elementos essenciais da proposta de criação do Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC), incluindo os seus objetivos, componentes operacionais, recursos necessários, fases de implementação e resultados esperados.

**Tabela 6.** Síntese da proposta de criação do SMIAC

<b>Elemento</b>	<b>Descrição</b>
1. Objetivo Geral	Criar um serviço municipal de proximidade que promova a literacia dos consumidores, previna conflitos de consumo e garanta o exercício dos direitos fundamentais consagrados na Constituição e no ODS 16.
2. Componentes do Serviço	
2.1. Gabinete Físico/Móvel	Atendimento presencial mínimo de 2 dias/semana; gabinete fixo ou itinerante no edifício da Câmara; orientação, dúvidas e receção de reclamações.
2.2. Linha de Apoio	Contacto via telefone ou WhatsApp; canal acessível e de resposta rápida, complementar ao atendimento presencial.
2.3. Ponto de Mediação Local	Mediação informal de pequenos litígios; técnico municipal como facilitador; possibilidade de encaminhamento para a IGAE ou outros órgãos.
2.4. Campanhas de Sensibilização	Ações regulares em escolas, mercados e bairros; temas: direitos do consumidor, leitura de faturas, produtos fora de prazo, contratos de serviços, etc.
2.5. Parcerias Estratégicas	Protocolos com IGAE, ERS, ONGs e associações; cooperação com universidades; formação contínua dos técnicos.
2.6. Base de Dados e Relatórios	Registo sistemático de queixas e problemas; elaboração de relatórios para apoio à decisão municipal e monitorização das práticas de consumo.
3. Recursos Mínimos	1 técnico jurídico; espaço partilhado; materiais informativos; pequeno orçamento operacional.
4. Fases de Implementação	
4.1. Fase-Piloto	Instalação inicial; divulgação do serviço; atendimento e recolha das primeiras ocorrências.
4.2. Avaliação Participada	Recolha de sugestões; ajustamento de horários, canais, prioridades com base em feedback dos cidadãos e parceiros.
4.3. Expansão Gradual	Introdução de novos serviços (ex. mediação online); articulação com outros municípios; possível rede intermunicipal de apoio ao consumidor.
5. Resultados Esperados	(1) Redução da assimetria de informação; (2) Confiança e segurança nas decisões de consumo; (3) Resolução informal de conflitos; (4) Estímulo à ética comercial; (5) Participação cívica e coesão social.

Fonte: Elaboração própria.

### **4.3.3. Regulamento Municipal do SMIAC**

Apresenta-se de seguida a proposta de Regulamento do Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC), a implementar pela Câmara Municipal de Mosteiros, em conformidade com as competências previstas no Estatuto dos Municípios e o Regime Jurídico de Proteção e Defesa dos Consumidores. O texto foi elaborado com base em boas práticas institucionais observadas em regulamentos municipais similares, adaptadas ao contexto jurídico e administrativo de Cabo Verde.

REPÚBLICA DE CABO VERDE  
CÂMARA MUNICIPAL DE MOSTEIROS

Regulamento n.º \_\_\_\_/2025

Regulamento do Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC)

#### **Preâmbulo**

Nos termos do artigo 73.º da Lei n.º 48/X/2025, de 4 de abril (em vigor a partir de 1 de janeiro de 2026), que aprova o Estatuto dos Municípios, conjugado com os artigos 4.º e alínea c) do n.º 6 do artigo 6.º da Lei n.º 88/V/98, de 31 de dezembro, que estabelece o Regime Jurídico de Proteção e Defesa dos Consumidores, e no uso da sua competência regulamentar, a Câmara Municipal de Mosteiros aprova o presente Regulamento do Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC), enquanto estrutura municipal vocacionada para a promoção e proteção dos direitos dos consumidores.

#### **CAPÍTULO I – Disposições gerais**

##### **Artigo 1.º** **Objeto**

O presente regulamento estabelece o regime de organização e funcionamento do Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC) do Município de Mosteiros, enquanto unidade funcional de apoio, informação e mediação no âmbito da defesa dos direitos do consumidor.

##### **Artigo 2.º** **Âmbito de aplicação**

1. O SMIAC exerce a sua atividade no território do Município de Mosteiros.
2. Os serviços são prestados preferencialmente a consumidores residentes no concelho.
3. Sempre que o caso apresentado exceda a sua competência territorial ou material, o SMIAC deve proceder ao respetivo encaminhamento para entidades competentes.

**Artigo 3.º**  
**Missão**

O SMIAC tem por missão assegurar a defesa e promoção dos direitos e interesses legítimos dos consumidores, contribuindo para o desenvolvimento de uma cultura de consumo consciente, responsável e sustentável.

**CAPÍTULO II – Objetivos e competências**

**Artigo 4.º**  
**Objetivos**

Constituem objetivos do SMIAC:

- a) Promover a literacia dos consumidores através da informação e formação;
- b) Assegurar o esclarecimento de dúvidas sobre direitos e deveres na relação de consumo;
- c) Prevenir conflitos emergentes das relações de consumo;
- d) Promover o acesso dos consumidores à justiça;
- e) Apoiar o consumo sustentável e eticamente responsável;
- f) Reforçar os mecanismos locais de cidadania e participação cívica.

**Artigo 5.º**  
**Competências**

Compete ao SMIAC:

- a) Prestar atendimento presencial ou à distância aos consumidores;
- b) Informar sobre direitos do consumidor, garantias legais, prazos e práticas comerciais;
- c) Mediar, de forma informal, conflitos entre consumidores e fornecedores;
- d) Encaminhar reclamações para entidades reguladoras ou competentes;
- e) Promover ações de sensibilização, formação e educação para o consumo;
- f) Recolher dados estatísticos sobre atendimentos e litígios tratados.

### **CAPÍTULO III – Organização e funcionamento**

#### **Artigo 6.º Funcionamento**

1. O SMIAC funciona em instalações afetas pela Câmara Municipal de Mosteiros.
2. O atendimento ao público é gratuito, presencial ou remoto, e realiza-se nos dias e horários definidos por despacho do Presidente da Câmara Municipal.
3. Sempre que necessário, pode ser exigida marcação prévia.

#### **Artigo 7.º Princípios de atuação**

A atuação do SMIAC rege-se pelos princípios da legalidade, imparcialidade, confidencialidade, gratuidade, proximidade e cooperação institucional.

### **CAPÍTULO IV – Colaboração institucional**

#### **Artigo 8.º Parcerias**

1. O SMIAC pode celebrar protocolos de cooperação com entidades públicas e privadas, nacionais ou estrangeiras, designadamente:
  - a) Associações de defesa do consumidor;
  - b) Centros de arbitragem ou mediação;
  - c) Instituições de ensino;
  - d) Entidades reguladoras ou administrativas.
2. As parcerias têm como objetivo reforçar a eficácia do serviço e ampliar a sua capacidade de resposta.

### **CAPÍTULO V – Disposições finais**

#### **Artigo 9.º Entrada em vigor**

O presente regulamento entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação no Boletim Oficial.

**Artigo 10.º**  
**Revisão**

O regulamento pode ser objeto de revisão, por iniciativa da Câmara Municipal ou mediante recomendação fundamentada de órgãos competentes, sempre que se justifique por razões legais, técnicas ou administrativas.

Aprovado em reunião da Câmara Municipal de Mosteiros em [data].

Aprovado pela Assembleia Municipal em [data].

Publique-se.

O Presidente da Câmara Municipal,

[Nome

## **Conclusões, Limitações do Estudo e Futuras Linhas de Investigação**

A identificação da assimetria de informação como falha estrutural do mercado, com impacto particularmente acentuado nas relações de consumo em contextos periféricos como o município de Mosteiros, esteve na base deste trabalho. A investigação partiu de uma abordagem teórica sobre o papel das políticas públicas na correção das distorções de mercado, procurando compreender em que medida as autarquias locais podem assumir um papel ativo nessa mitigação, através de mecanismos de proximidade que promovam o acesso à informação, a mediação de conflitos e o reforço dos direitos dos consumidores.

O objetivo geral consistiu em avaliar em que medida a criação de um serviço municipal de informação e apoio ao consumidor poderia constituir uma resposta institucional eficaz às necessidades da população local e contribuir para uma maior equidade nas relações de consumo. Para alcançar este propósito, foram definidos quatro objetivos específicos: avaliar o nível de conhecimento dos consumidores sobre os seus direitos; identificar experiências concretas de conflito de consumo e de práticas comerciais lesivas; perceber a receptividade à criação de um serviço municipal; e, por fim, desenvolver uma proposta concreta e adaptada de política pública local, baseada em evidência empírica e propor uma política pública local fundamentada em dados recolhidos. A investigação foi orientada por uma questão central: Que necessidades dos consumidores do Município de Mosteiros justificam a criação de um serviço municipal de informação e apoio ao consumidor?

A revisão da literatura permitiu construir um enquadramento teórico consistente, destacando a assimetria de informação como uma das falhas de mercado mais persistentes e prejudiciais, especialmente em contextos marcados por baixos níveis de literacia, informalidade económica e ausência de mecanismos adequados de regulação de proximidade. Esta falha contribui para fenómenos como a seleção adversa e a exploração da vantagem informacional por parte de agentes económicos mais instruídos ou estratégicos, em prejuízo dos consumidores. No domínio das relações de consumo, a desigualdade informacional assume um carácter estrutural, com consequências que transcendem a esfera económica, afetando também as dimensões ética, jurídica e social. Mesmo quando existe um enquadramento legal protetor, os consumidores permanecem frequentemente numa posição de inferioridade negocial, agravada pela complexidade dos contratos, pela linguagem opaca utilizada e pela escassez de mecanismos acessíveis para resolução de litígios. Neste contexto, ganha particular relevância a intervenção das autarquias, não apenas enquanto executoras de políticas públicas, mas como instituições próximas das populações, com capacidade para desenvolver respostas ajustadas às necessidades locais e promover soluções adequadas.

Os resultados do estudo empírico, obtidos através da aplicação de um inquérito por questionário

à população dos Mosteiros, reforçaram e contextualizaram as hipóteses construídas a partir da revisão teórica. A análise empírica, baseada num inquérito por questionário aplicado à população residente em Mosteiros, evidenciou de forma clara esta realidade. Cerca de 70% dos inquiridos afirmaram desconhecer as entidades públicas ou privadas às quais recorrer em caso de litígio. Dos consumidores que relataram já ter enfrentado situações de conflito de consumo, 54% não tentaram resolver ou não foram bem-sucedidos nessa tentativa. 79% das experiências reportadas dizem respeito a deficiências na qualidade dos bens e serviços consumidos, enquanto 21% referem-se a questões de natureza contratual, nomeadamente atrasos na execução e cobranças indevidas, revelando uma lacuna relevante na defesa dos consumidores e um défice estrutural de literacia contratual. Ao mesmo tempo, 87% dos respondentes consideraram importante a existência de um serviço municipal de apoio ao consumidor, e 93% manifestaram intenção de o utilizar, caso fosse implementado. Este elevado nível de receptividade por parte da população revela não apenas a urgência da intervenção, mas também a legitimidade social da proposta avançada.

Perante este quadro, a criação do Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC) surge como uma resposta institucional concreta, contextualizada e viável. A proposta foi desenhada com base numa análise SWOT, identificando oportunidades (apoio externo, potencial de replicação), forças (proximidade com os municípios, baixos custos de implementação), ameaças (descontinuidade política, resistência dos operadores económicos) e fraquezas (falta de recursos humanos especializados, risco de baixa adesão).

Enquanto instrumento de política pública, o SMIAC poderá materializar diversos objetivos estratégicos: promover a literacia dos consumidores através da disponibilização de informação acessível e compreensível; prevenir e mediar conflitos de consumo de forma célere e informal; recolher dados sobre práticas comerciais locais suscetíveis de intervenção; e reforçar o papel da autarquia na promoção da justiça económica e da confiança nas instituições. Para além da correção de falhas de mercado, a criação do SMIAC constitui um contributo direto para a prossecução do ODS 16, que preconiza a construção de instituições eficazes, responsáveis e inclusivas, promovendo o acesso à justiça e a transparência. Num país em que a maioria das estruturas de regulação e apoio ao consumidor se encontra centralizada ou distante da realidade quotidiana dos cidadãos, a atuação municipal representa não apenas uma alternativa técnica, mas uma opção política transformadora, capaz de reforçar o exercício de uma cidadania económica plena.

O estudo não está isento de limitações. Desde logo, o inquérito aos consumidores, apesar de abrangente, não obedeceu a critérios rigorosos de amostragem probabilística, pelo que os seus resultados devem ser lidos como indicativos, e não generalizáveis. Embora inicialmente estivesse prevista a realização de entrevistas a autarcas dos 22 municípios de Cabo Verde e a representantes de entidades com responsabilidade no domínio da proteção do consumidor

(como a IGAE, a ADECO, a ANMCV e a AdC), esta técnica de recolha de dados de natureza qualitativa acabou por não se concretizar, devido a constrangimentos logísticos, nomeadamente a dificuldade de contacto e agendamento com os interlocutores institucionais num prazo compatível com o calendário da investigação. Ainda que a ausência desta componente qualitativa tenha limitado a diversidade de perspetivas institucionais recolhidas, tal não compromete a robustez da análise realizada, sustentada numa base teórica sólida, no inquérito por questionário aos consumidores e na realidade observada no município em estudo. A proposta delineada mantém, assim, plena validade e relevância, mesmo sem esta dimensão complementar.

Além disso, a proposta apresentada não foi ainda testada na prática, o que impede, nesta fase, a aferição do seu impacto real. A sua implementação dependerá de fatores adicionais, como vontade política, disponibilidade orçamental e capacitação técnica dos recursos humanos municipais. Importa, contudo, sublinhar que já foi realizada uma apresentação preliminar da proposta à Câmara Municipal de Mosteiros, constituindo um passo relevante para a sua validação institucional e sinalizando uma abertura ao acolhimento da medida, na expectativa de que os resultados da investigação possam fundamentar decisões futuras.

Este trabalho abre espaço para diversas linhas de aprofundamento futuro. Uma das possibilidades consiste na avaliação do impacto da eventual implementação do Serviço Municipal de Informação e Apoio ao Consumidor (SMIAC), nomeadamente em termos de eficácia na resolução de conflitos, redução de práticas comerciais abusivas e reforço da confiança dos consumidores. Outra vertente relevante será a análise comparada com outros municípios cabo-verdianos, com o objetivo de identificar variações regionais e aferir a viabilidade de replicação do modelo proposto noutras realidades locais. Adicionalmente, importa estudar o papel das tecnologias digitais na aproximação entre os cidadãos e os serviços municipais de apoio ao consumidor, designadamente através do uso de plataformas móveis e sistemas de denúncia online. Por fim, poderá ser explorada a articulação entre a defesa do consumidor e outras políticas públicas de base local, como a educação, a inclusão digital e a promoção da coesão territorial, permitindo uma abordagem mais integrada e eficaz na resposta às necessidades da população.

Embora a vertente qualitativa da investigação (inicialmente prevista através da realização de entrevistas a representantes institucionais e autarcas) não tenha sido plenamente concretizada, foi possível recolher o contributo da Associação Nacional dos Municípios Cabo-Verdianos (ANMCV), cuja perspetiva se revelou particularmente relevante. As reflexões partilhadas neste diálogo permitiram confirmar algumas hipóteses formuladas no plano teórico, nomeadamente quanto à importância de uma articulação mais efetiva entre os municípios e a Associação para a Defesa do Consumidor, e à necessidade urgente de criação de estruturas municipais de informação e mediação de conflitos de consumo. A entrevista destacou, ainda, a ausência de um enquadramento normativo claro que atribua aos municípios essa competência, apesar do

seu papel determinante na proximidade com os cidadãos. A título conclusivo, sublinha-se que esta experiência reforça a relevância de futuras investigações qualitativas aprofundadas junto de atores institucionais, como representantes municipais, juristas locais e dirigentes associativos, com vista à construção de soluções realistas e operacionais para a implementação de serviços locais de defesa do consumidor, adaptados ao contexto cabo-verdiano.

Em face dos desafios da assimetria de informação, afirmar o direito à informação do consumidor a partir do poder local não é apenas uma resposta institucional, é um imperativo democrático. Quando o mercado falha, é ao poder público que cabe informar, esclarecer e proteger o consumidor, e o município emerge como o agente mais próximo, legítimo e eficaz para cumprir essa missão.

## Referências

Abreu, J., António, J. H. C., Cerol, J., Ferreira Reis, R., & Ribeiro, A. (2023). *Índice de Sustentabilidade Municipal 2023*. Universidade Católica Portuguesa.

Acemoglu, D., & Robinson, J. A. (2019). *The narrow corridor: States, societies, and the fate of liberty*. Penguin Press.

ADECO – Associação para Defesa do Consumidor. (s.d.). Recuperado em 12 de maio de 2025, de <https://adecocv.wordpress.com/about/>

Agência Reguladora Multissetorial da Economia. (2019). *Estatísticas de reclamações dos consumidores*. <https://consumidor.arme.cv/index.php/estatisticas>

Akerlof, G. A. (1970). The market for "lemons": Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488–500. <https://doi.org/10.2307/1879431>

Almeida, C. F. (2020). Invalidades em contratos de consumo. *De Legibus – Revista de Direito da Universidade Lusófona de Lisboa*, (22), 17–38.

Almeida, S., & Casal, L. (2022). The New Consumer Agenda and providing information on sustainable consumption: Greenwashing. *Revista Jurídica Portucalense*, 2022(1), 148–169. <https://revistas.rcaap.pt/juridica/article/view/26278>

Alves, A. A., & Moreira, J. M. (2004). *O que é a escolha pública? Para uma análise económica da política*. Principia.

Arrow, K. J. (1963). Uncertainty and the welfare economics of medical care. *American Economic Review*, 53(5), 941–973.

Asero, V., & Patti, S. (2009). Asymmetric information, tourist satisfaction and quality in tourism. *Annals of the University of Petroșani, Economics*, 9(3), 5–16.

Assembleia Nacional de Cabo Verde. (1998). *Lei n.º 88/V/98, de 31 de dezembro*. Cabo Verde.

Assembleia Nacional de Cabo Verde. (2025). *Lei n.º 48/X/2025, de 4 de abril*. Cabo Verde.

Baggio, R., & Baggio, J. A. (2011). Experiencing information asymmetries in tourism. Apresentado na *4th Advances in Tourism Marketing Conference*, Eslovénia, 6–9 September.

Baldwin, R., Cave, M., & Lodge, M. (2012). *Understanding regulation: Theory, strategy, and practice*. Oxford University Press.

Banco de Cabo Verde. (2025). *Relatório de Política Monetária – Abril de 2025*. <https://www.bcv.cv/SiteCollectionDocuments/2025/Relat%C3%B3rio%20de%20Pol%C3%ADtica%20Monet%C3%A1ria%20Abril%202025.pdf>

Banerjee, A. V., & Duflo, E. (2019). *Good economics for hard times*. PublicAffairs.

Barbaroux, P. (2014). Das falhas de mercado às oportunidades de mercado: Gerenciando a inovação sob informação assimétrica. *Revista de Inovação e Empreendedorismo*, 3(1), 5.

- Bar-Gill, O. (2012). *Seduction by contract: Law, economics and psychology in consumer markets* (NYU Law and Economics Working Paper No. 316). New York University School of Law. [https://lsr.nellco.org/nyu\\_lewp/316](https://lsr.nellco.org/nyu_lewp/316)
- Baumol, W. J. (1977). On the proper cost tests for natural monopoly in a multiproduct industry. *The American Economic Review*, 67(5), 809–822.
- Beam, D. R., & Conlan, T. J. (2002). Grants. In L. M. Salamon & O. Elliott (Eds.), *The tools of government: A guide to the new governance* (pp. 340–380). Oxford University Press.
- Benner, E., & Weiser, B. (2009). Verbraucherberatung in Verbraucherzentralen: Orientierung an den Interessen der Verbraucher und Instrument zur Weiterentwicklung der Verbraucherpolitik. *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, 78(3), 144–159. <https://doi.org/10.3790/vjh.78.3.144>
- Bikhchandani, S., Hirshleifer, D., & Welch, I. (1998). Learning from the behavior of others: Conformity, fads, and informational cascades. *Journal of Economic Perspectives*, 12(3), 151–170. <https://doi.org/10.1257/jep.12.3.151>
- Blair, R. (2002). Policy tools theory and implementation networks: Understanding state enterprise zone partnerships. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 12(2), 161–190.
- Bobbio, N. (2000). *O futuro da democracia*. Paz e Terra.
- Bouckaert, B., & de Geest, G. (Eds.). (2000). *The regulation of contracts* (Vol. 3). Edward Elgar Publishing.
- Boyd, N., & Lowman, J. (1998). The politics of prostitution and drug control. In K. Stenson & D. Cowell (Eds.), *The politics of crime control* (pp. 109–126). Sage Publications.
- Brito, C. R., Cordeiro, L. M., & Alonso, R. P. (2023). O papel do Estado e a função social do contrato como pilar para o desenvolvimento socioeconômico: Um estudo à luz do artigo 421 do Código Civil alterado pela Liberdade Econômica. In C. M. Bahia, K. B. B. Fritz, & V. C. S. Knoerr (Orgs.), *Anais do XII Encontro Internacional do CONPEDI – Buenos Aires, Argentina* (pp. 216–233). CONPEDI.
- Bruijn, H., & Hufen, H. A. (1998). The traditional approach to policy instruments. In B. G. Peters & F. K. M. Van Nispen (Eds.), *Public policy instruments: Evaluating the tools of public administration* (pp. 11–32). Edward Elgar Publishing.
- Brunnermeier, M. K., Eisenbach, T. M., & Sannikov, Y. (2020). Macroeconomics with financial frictions: A survey. *Journal of Economic Literature*, 58(1), 67–114.
- Burger, A. F., & Balbinot, C. (2010). A importância do sistema municipal de proteção do consumidor para a efetivação dos direitos. *Revista Portuguesa de Direito do Consumo*, (70), 161–172.
- Cai, X. (2024). A review of research progress on the impact of information asymmetry on green consumption. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 116, 43–47. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/116/20242361>

Câmara Municipal dos Mosteiros. (2018). *Diagnóstico territorial do Município dos Mosteiros*. <https://www.cmmost.cv/uploads/files/2018/05/diagno-stico-territorial-do-munici-pio-de-mosteiros.pdf>

Carvalho, J. (2023). A importância das autarquias locais na proteção dos consumidores em Portugal. In *Novo Liber Amicorum Mário Frota: Sempre a causa dos direitos dos consumidores* (pp. 575–596). Almedina.

Cherry, B. (1999). *The crisis in telecommunications carrier liability: Historical regulatory flaws and recommended reform*. Kluwer Academic Publishers.

Coase, R. H. (1960). The problem of social cost. *Journal of Law and Economics*, 3, 1–44.

Comissão Europeia. (2020). *Nova Agenda do Consumidor: Reforçar a resiliência dos consumidores para uma recuperação sustentável* (COM/2020/696 final). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0696>

Cordes, J. J. (2002). Corrective taxes, charges, and tradable permits. In L. M. Salamon & O. Elliott (Eds.), *The tools of government: A guide to the new governance* (pp. 255–281). Oxford University Press.

Correia, A. (2011). O dever de informar nas relações de consumo. *Revista da Escola da Magistratura do Distrito Federal*, (13), 79–95.

Costa, Â. B., & Hennigen, I. (2010). Processos de subjetivação nas políticas de defesa do consumidor: Vulnerabilidade e cidadania em questão. *Psico*, 41(3), 406–413. <https://pucrs.emnuvens.com.br/revistapsico/article/view/8168>

Costa, C. C. S. (2015). *Instrumentos de políticas públicas do turismo: Uma análise empírica dos municípios portugueses* [Tese de doutoramento, Instituto Politécnico de Bragança].

Costa, C. S. (2016). Falhas de mercado na atividade turística: Uma análise exploratória da atuação dos municípios portugueses. *GESTIN – Revista Internacional de Gestão, Direito e Turismo*, 13, 27–51.

Couto, R. (2016). Consumidor-cidadão: O Estado e os direitos dos consumidores. *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, 21, 13–32.

Cristino, J. M. F. M. (2021). *O papel das cidades na governança global: Um contributo para o desenvolvimento sustentável no quadro das alterações climáticas* [Tese de doutoramento].

Depoorter, B. W. (2000). Regulation of natural monopoly. In *Encyclopedia of Law and Economics*.

Dinis, M. (2014). O direito à informação: Consequências em caso de preterição dos deveres de informação. *Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo*, 4(16), 87–122.

Doern, G. B., & Phidd, R. W. (1983). *Canadian public policy: Ideas, structure, process*. Methuen.

Dolan, E. G., & Lindsey, D. E. (1987). *Economics*. Dryden Press.

Ebitu, E. T. (2014). Consumer rights, consumer protection and public policy in Nigeria: A critical review. *International Business Research*, 7(12), 120–130. <https://doi.org/10.5539/ibr.v7n12p120>

Etges, F., & Sobrinho, L. (2012). Criação do Procon Municipal: A municipalização do sistema de defesa do consumidor.

Falcão, D., & Falcão, M. (2022). O conceito de consumidor no pós DL84/2021, de 18 de outubro. *GESTIN – Revista Internacional de Gestão, Direito e Turismo*, (24) 43-50

Valiante, D. (2008). The market for subprime lending: A law and economics analysis of market failures and policy responses. SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1956463>

Farhi, E., & Tirole, J. (2020). Deadly embrace: Sovereign and financial balance sheets doom loops. *The Review of Economic Studies*, 87(3), 1339–1380.

Feldman, R. J. (2002). Government insurance. In L. M. Salamon & O. Elliott (Eds.), *The tools of government: A guide to the new governance* (pp. 186–216). Oxford University Press.

Fernandes, A. L. C. (2011). *Economia pública: Eficiência económica e teoria das escolhas colectivas*. Edições Sílabo.

Fernández-Barcala, M., González-Díaz, M., & Prieto-Rodríguez, J. (2010). Hotel quality appraisal on the internet: A market for lemons? *Tourism Economics*, 16(2), 345–360.

Ferreira, P. (2020). *Rumo a 2030: Os municípios e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável*. Instituto Marquês de Valle Flor.

Figueiredo, J. M., & Passos, S. L. (2025). O direito do consumidor e os municípios. *Revista de Direito Local*, (45), 7–28.

Friedman, L. S. (2002). *The microeconomics of public policy analysis*. Princeton University Press.

Frota, M. (2011). Municípios portugueses e proteção dos consumidores. *Revista Portuguesa de Direito do Consumo*, (66), 91–118.

Frota, M. (2013). Municípios e defesa do consumidor. *Revista Portuguesa de Direito do Consumo*, (74), 67–85.

Fullerton, D., & Wolverton, A. (2005). The two-part instrument in a second-best world. *Journal of Public Economics*, 89(9–10), 1961–1975.

Gheorghiu, G. (2013). Information asymmetries as the main source of market failure affecting the consumer. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, 13(1), 494–499.

Governo de Cabo Verde & Nações Unidas. (2021). *Voluntary national review: Sustainable Development Goals progress report at the High Level Political Forum – Cabo Verde*. United Nations.

Governo de Cabo Verde. (2018). *Voluntary national review on SDG implementation – Cabo Verde 2018*.

[https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/19580Cabo\\_Verde\\_VNR\\_SDG\\_Cabo\\_Verde\\_2018\\_ING\\_final\\_NU\\_280618.pdf](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/19580Cabo_Verde_VNR_SDG_Cabo_Verde_2018_ING_final_NU_280618.pdf)

Governo de Cabo Verde. (2021). *Voluntary national review on SDG implementation – Cabo Verde 2021*.

[https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/282392021\\_VNR\\_Report\\_Cabo\\_Verde.pdf](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/282392021_VNR_Report_Cabo_Verde.pdf)

Governo de Cabo Verde. (n.d.). O arquipélago de Cabo Verde: História. Recuperado a 2 de maio de 2025, de <https://www.governo.cv/o-arquipelago/historia/>

Hale, B. (2009). What's so moral about the moral hazard? *Public Affairs Quarterly*, 23(1), 1–25.

Hayek, F. A. (1945). The use of knowledge in society. *The American Economic Review*, 35(4), 519–530.

Hepburn, C. (2006). Regulation prices, quantities, or both: A review of instrument choice. *Oxford Review of Economic Policy*, 22(2), 226–247.

Hillman, A. L. (2003). *Public finance and public policy: Responsibilities and limitations of government*. Cambridge University Press.

Holmström, B. (1979). Moral hazard and observability. *The Bell Journal of Economics*, 10(1), 74–91. <https://doi.org/10.2307/3003320>

Holmström, B., & Tirole, J. (1997). Financial intermediation, loanable funds, and the real sector. *The Quarterly Journal of Economics*, 112(3), 663–691. <https://doi.org/10.1162/003355397555316>

Hood, C. (1983). *The tools of government (Public Policy and Politics)*. Palgrave Macmillan.

Howard, C. (2002). Tax expenditures. In L. M. Salamon & O. Elliott (Eds.), *The tools of government: A guide to the new governance* (pp. 410–444). Oxford University Press.

Howells, G., & Weatherill, S. (2017). *Consumer protection law*. Routledge.

Howlett, M. (2005). What is a policy instrument? Tools, mixes, and implementation styles. In F. P. Eliadis, M. M. Hill, & M. Howlett (Eds.), *Designing government: From instruments to governance* (pp. 31–50). McGill-Queen's University Press.

Inspeção-geral das Atividades Económicas. (2018). *Estatísticas de inspeção, auto de notícia e taxa de incumprimento por ilha*. <https://igae.cv/estatisticas/>

Instituto Nacional de Estatística. (2022). *Indicadores estatísticos do Município dos Mosteiros* [Ficheiro Excel]. <https://ine.cv/wp-content/uploads/2022/11/81-mosteiros.xlsx>

Instituto Nacional de Estatística. (2023). *Índice de Atividade Económica 2021 – Nota de imprensa*. <https://ine.cv/wp-content/uploads/2023/03/nota-imprensa-iae-2021.pdf>

Instituto Nacional de Estatística. (2023). *Relatório do Índice de Coesão Territorial 2023*. <https://ine.cv/wp-content/uploads/2023/11/relatorio-indice-coesao-territorial-2023.pdf>

Instituto Nacional de Estatística. (2024). *Anuário estatístico 2021* (versão corrigida). <https://ine.cv/wp-content/uploads/2024/04/anuario-estatistico-2021-corrigido.pdf>

- Instituto Nacional de Estatística. (2024). *Estatísticas das condições de vida – Inquérito Multidimensional de Condições de Vida 2023*. <https://ine.cv/wp-content/uploads/2024/05/estatisticas-das-condicoes-de-vida-imc-2023.pdf>
- Instituto Nacional de Estatística. (2024). *Perfil estatístico do Município dos Mosteiros 2024*. <https://ine.cv/wp-content/uploads/2024/08/municipio-dos-mosteiro-2024.pdf>
- Instituto Nacional de Estatística. (n.d.). *Censo 2021 – Resultados preliminares*. <https://ine.cv/censo-2021/>
- Instituto Nacional de Estatística. (n.d.). *Resumo dos indicadores RGPH 2010*. [https://ine.cv/censo\\_quadros/resumo-dos-indicadores-rgph-2010](https://ine.cv/censo_quadros/resumo-dos-indicadores-rgph-2010)
- Joskow, P. L. (2007). Regulation of natural monopoly. In A. M. Polinsky & S. Shavell (Eds.), *Handbook of law and economics* (Vol. 2, pp. 1227–1348). Elsevier.
- Keane, M. J. (1996). Sustaining quality in tourism destinations: An economic model with an application. *Applied Economics*, 28(12), 1545–1553. <https://doi.org/10.1080/000368496327525>
- Keane, M. J. (1997). Quality and pricing in tourism destinations. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 117–130.
- Koopman, C., Mitchell, M., & Thierer, A. (2015). The sharing economy and consumer protection regulation: The case for policy change. *Journal of Business, Entrepreneurship and the Law*, 8(2), 529–545.
- Lande, R. H. (2008). Market power without a large market share: The role of imperfect information and other “consumer protection” market failures. *Loyola Consumer Law Review*, 20(4), 651–674.
- Levy, J. M. (1995). *Essential microeconomics for public policy analysis*. Praeger.
- Lewis, G. (2009). Asymmetric information, adverse selection and online disclosure: The case of eBay Motors (Faculty Working Paper). Department of Economics, Harvard University.
- Lindert, P. H. (2004). *Growing public: Social spending and economic growth since the eighteenth century*. Cambridge University Press.
- Lunn, P. D. (2015). Are consumer decision-making phenomena a fourth market failure? *Journal of Consumer Policy*, 38(3), 315–330.
- Machete, I. F., Marques, R. C., Pires, J. S., Fernandes, E., & Brito, J. (2021). Elaboração de tarifas de saneamento sustentáveis: Caso de estudo de Cabo Verde. *Brazilian Journal of Development*, 7(8), 83436–83456. <https://doi.org/10.34117/bjdv7n8-515>
- Malmendier, U., & Nagel, S. (2011). Depression babies: Do macroeconomic experiences affect risk taking? *The Quarterly Journal of Economics*, 126(1), 373–416. <https://doi.org/10.1093/qje/qjq004>
- Mankiw, G. (2009). Smart taxes: An open invitation to join the Pigou club. *Eastern Economic Journal*, 35(1), 14–23.

- Marques, A., Lima, B. C. de, Franqueira, C. C., & Onodera, E. I. (2012). Assimetria da informação e falhas de mercado. *FATEC Sorocaba*. <https://efinfatecsor.files.wordpress.com/2012/11/informaccca7acc83o-assimecc81trica-e-falhas-de-mercado.pdf>
- Martins, S. H. (2013). *A percepção dos riscos alimentares na pequena burguesia – Praia – Cabo Verde* [Dissertação de mestrado].
- May, P. J. (2002). Social regulation. In L. M. Salamon & O. Elliott (Eds.), *The tools of government: A guide to the new governance* (pp. 156–185). Oxford University Press.
- McDonnell, L., & Elmore, R. (1987). Getting the job done: Alternative policy instruments. *Education Evaluation and Policy Analysis*, 9(2), 133–152.
- Milgrom, P., & Roberts, J. (1982). Limit pricing and entry under incomplete information: An equilibrium analysis. *Econometrica*, 50(2), 443–459.
- Monteiro, E. C. M. D. S. (2016). *Políticas públicas para a promoção do desenvolvimento sustentável em Cabo Verde*.
- Moreno, A. T. (2012). *Terciarização nas empresas privadas na cidade da Praia* [Licenciatura].
- Morris, K. S. (2013). Expanding local enforcement of state and federal consumer protection laws. *Fordham Urban Law Journal*, 40(5), 1903–1949. <https://ir.lawnet.fordham.edu/ulj/vol40/iss5/7>
- Nicolau, J. L., & Sellers, R. (2010). The quality of quality awards: Diminishing information asymmetries in a hotel chain. *Journal of Business Research*, 63(8), 832–839.
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511808678>
- Nóvoa, N. S. M. de. (2023). Transparência ativa e políticas públicas: A importância da informação na tomada de decisão do consumidor. *Revista Jurídica da Presidência*, 14, 203–217. <https://www.researchgate.net/publication/380513389>
- Nunez-Serrano, J. A., Turrión, J., & Velázquez, F. J. (2014). Are stars a good indicator of hotel quality? Asymmetric information and regulatory heterogeneity in Spain. *Tourism Management*, 42, 77–87.
- OECD. (2010). *Consumer policy toolkit*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264079663-en>
- Pêcego, L. M. G. de S. (2010). *O modelo de governação dos hospitais EPE: Estudo de caso comparado* [Dissertação de mestrado, Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Economia e Gestão].
- Peters, B. G., & Van Nispen, F. K. M. (1998). *Public policy instruments: Evaluating the tools of public administration* (pp. 1–8). Edward Elgar Publishing.
- Peters, B. G. (2000). Policy instruments and public management: Bridging the gaps. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 10(1), 35–47.

- Pigou, A. C. (1920). *The economics of welfare*. Macmillan.
- Pirttilä, J., & Tuomala, M. (1997). Income tax, commodity tax and environmental policy. *International Tax and Public Finance*, 4(3), 379–393.
- Posner, R. A. (1999). *Natural monopoly and its regulation*. Cato Institute.
- Quivy, R., & Van Campenhoudt, L. (2008). *Manual de investigação em ciências sociais*. Gradiva.
- Rawls, J. (1971). *A theory of justice*. Belknap Press.
- República de Cabo Verde. (1992). *Constituição da República de Cabo Verde*. Cabo Verde.
- Riker, W. H., & Ordeshook, P. (1973). Markets, Pareto optimality, and externalities. In *An introduction to positive political theory* (pp. 240–271). Prentice Hall.
- Rolph, E. S. (1983). Government allocation of property rights: Who gets what? *Journal of Policy Analysis and Management*, 3(1), 45–61.
- Rothschild, M., & Stiglitz, J. E. (1976). Equilibrium in competitive insurance markets: An essay on the economics of imperfect information. *The Quarterly Journal of Economics*, 90(4), 629–649. <https://doi.org/10.2307/1885326>
- Rubin, P. H. (2005). Legal systems as framework for market exchange. In C. Ménard & M. M. Shirley (Eds.), *Handbook of new institutional economics* (pp. 205–228). Springer.
- Sachs, J. D., Lafortune, G., Fuller, G., & Iablonski, G. (2025). *Financing sustainable development to 2030 and mid-century: Sustainable Development Report 2025*. Dublin University Press. <https://doi.org/10.25546/111909>
- Salamon, L. M. (1989). The changing tools of government action. In L. M. Salamon & M. S. Lund (Eds.), *Beyond privatization: The tools of government action* (pp. 3–22). Urban Institute Press.
- Salamon, L. M. (2002a). The new governance and the tools of public action. In L. M. Salamon & O. Elliott (Eds.), *The tools of government: A guide to the new governance* (pp. 1–47). Oxford University Press.
- Salamon, L. M. (2002b). Economic regulation. In L. M. Salamon & O. Elliott (Eds.), *The tools of government: A guide to the new governance* (pp. 117–155). Oxford University Press.
- Santos Chaveiro, S. F., & Borges, E. B. (2016). O papel das políticas públicas na defesa do consumidor. *Revista de Economia da UEG*, 12(1), 17–34.
- Santos, J. A. (2012). *Economia pública* (2.<sup>a</sup> ed.). Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- Schneider, T., Meub, L., & Bizer, K. (2016). Consumer information in a market for expert services: Experimental evidence (CEGE Discussion Paper No. 285). University of Göttingen, Centre for European, Governance and Economic Development Research (CEGE). <https://hdl.handle.net/10419/142689>

Schwartz, G., & Clements, B. (1999). Government subsidies. *Journal of Economic Surveys*, 13(2), 119–148. <https://doi.org/10.1111/1467-6419.00079>

Schwartz-Shea, P., & Yanow, D. (2012). *Interpretive research design: Concepts and processes* (1.ª ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203854907>

Secchi, L. (2014). *Políticas públicas: Conceitos, esquemas de análise, casos práticos*. Cengage Learning.

Shapiro, C., & Varian, H. (2008). *Information rules: A strategic guide to the network economy*. Harvard Business School Press.

Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1997). The limits of arbitrage. *Journal of Finance*, 52(1), 35–55. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1997.tb03807.x>

Silva, A. A. da, & Oliveira, L. L. (2024). Proteção do consumidor: Uma análise das relações contratuais diante de práticas comerciais abusivas e do princípio da vulnerabilidade. *Revista Acadêmica Online*, 10(50), 1–15. <https://revistaacademicaonline.com/index.php/rao/article/view/89>

Silva, M. F. D. F. (2005). *Hábitos de consumo e comportamento do consumidor: Estudo de caso da Ilha de Santiago* [Tese de doutoramento, ISA].

Silva, R. (2015). A defesa do consumidor: Políticas públicas e fortalecimento das estruturas que regulam as relações de consumo. In *Relações de consumo. Políticas públicas*, 6, 209–224.

Singh, R. (2002). Characterization of efficient product liability rules: When consumers are imperfectly informed (Working Paper No. 110). Delhi School of Economics, Centre for Development Economics.

Smeral, E. (1998). The impact of globalization on small and medium enterprises: New challenges for tourism policies in European countries. *Tourism Management*, 19(4), 371–380.

Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374. <https://doi.org/10.2307/1882010>

Stein, J. C. (2012). Monetary policy as financial-stability regulation. *The Quarterly Journal of Economics*, 127(1), 57–95. <https://doi.org/10.1093/qje/qjr054>

Steuerle, C. E., & Twombly, E. C. (2002). Vouchers. In L. M. Salamon & O. Elliott (Eds.), *The tools of government: A guide to the new governance* (pp. 445–465). Oxford University Press.

Stiglitz, J. E. (1989). Markets, market failures, and development. *American Economic Review*, 79(2), 197–203.

Stiglitz, J. E. (2000). The contributions of the economics of information to twentieth century economics. *The Quarterly Journal of Economics*, 115(4), 1441–1478. <https://doi.org/10.1162/003355300555015>

Stiglitz, J. E. (2001). Information and the change in the paradigm in economics [Conferência do Prémio Nobel]. *Nobel Prize in Economic Sciences*.

[https://business.columbia.edu/sites/default/files-efs/imce-uploads/Joseph\\_Stiglitz/2001\\_Nobel\\_Lecture.pdf](https://business.columbia.edu/sites/default/files-efs/imce-uploads/Joseph_Stiglitz/2001_Nobel_Lecture.pdf)

Sunstein, C. R. (2013). Nudges.gov: Behavioral economics and regulation. In E. Zamir & D. Teichman (Eds.), *Oxford handbook of behavioral economics and the law* (Forthcoming). Harvard Public Law Working Paper. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2220022>

Sustainable Development Report. (n.d.). Cabo Verde country profile. <https://dashboards.sdgindex.org/profiles/cabo-verde>

Tadelis, S., & Powell, M. J. (2013). A model of sales and leases in durable-goods markets with buyer heterogeneity. *American Economic Review*, 103(1), 119–143.

Teixeira, E. C. (2002). O papel das políticas públicas no desenvolvimento local e na transformação da realidade. *AATR*, (200), 1–11. [https://www.dhnet.org.br/dados/cursos/aatr2/a\\_pdf/03\\_aatr\\_pp\\_papel.pdf](https://www.dhnet.org.br/dados/cursos/aatr2/a_pdf/03_aatr_pp_papel.pdf)

Tietenberg, T. (2002). The tradable permits approach to protecting the commons: What have we learned? *Fondazione ENI Enrico Mattei*, Milano.

Trindade, A. (2005). Municípios e consumidor. *Revista Portuguesa de Direito do Consumo*, (4), 76–80.

United Nations Cabo Verde. (2022). *LNOB: Não deixar ninguém para trás – Relatório nacional*. [https://cabo Verde.un.org/sites/default/files/2022-07/LNOB\\_30.05.2022\\_v03final.pdf](https://cabo Verde.un.org/sites/default/files/2022-07/LNOB_30.05.2022_v03final.pdf)

United Nations Cabo Verde. (n.d.). *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável em Cabo Verde*. <https://cabo Verde.un.org/pt/sdgs>

United Nations Secretary-General. (2014, 16 de setembro). Secretary-General in message to UN-Habitat Governing Council, says “struggle for sustainability will be won or lost in cities” (SG/SM/16675). *United Nations*. <https://press.un.org/en/2015/sgsm16675.doc.htm>

Van Nispen, F. K. M., & Ringeling, A. B. (1998). On instruments and instrumentality: A critical assessment. In B. G. Peters & F. K. M. Van Nispen (Eds.), *Public policy instruments: Evaluating the tools of public administration* (pp. 204–217). Edward Elgar Publishing.

Varela, L. H. F. (2016). Desafios ao direito humano à água e à sustentabilidade dos serviços em Santa Cruz, Cabo Verde. *Ambiente & Sociedade*, 19, 207–226.

Varian, H. R. (1992). *Microeconomic analysis* (3.<sup>a</sup> ed.). W. W. Norton & Company.

Vedung, E. (1998). Policy instruments: Typologies and theories. In M.-L. Bemelmans-Videc, R. C. Rist, & E. Vedung (Eds.), *Carrots, sticks and sermons: Policy instruments and their evaluation* (pp. 21–58). Transaction Publishers.

Vining, A. R., & Weimer, D. L. (1988). Information asymmetry favoring sellers: A policy framework. *Policy Sciences*, 21(4), 281–303.

Weimer, D. L. (1992). The craft of policy design: Can it be more than art? *Review of Policy Research*, 11(3–4), 370–388.

Weimer, D. L., & Vining, A. R. (2017). *Policy analysis: Concepts and practice* (6th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315442129>

Weiss, J. A. (1999). Theoretical foundations of policy intervention. In H. G. Frederickson & J. M. Johnston (Eds.), *Public management reform and innovation: Research, theory, and application* (pp. 37–69). University of Alabama Press.

Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods* (5th ed.). Sage Publications.

Zerbe, R. O., Jr., & McCurdy, H. E. (1999). The failure of market failure. *Journal of Policy Analysis and Management*, 18(4), 558–578.

Zingales, L. (2017). The political economy of finance. *Journal of Economic Perspectives*, 31(1), 55–77.

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

# Apêndice 1

## Inquérito por Questionário (Consumidores)

Objetivo: Identificar as necessidades, experiências e percepções dos consumidores sobre a criação de um serviço de informação e resolução de conflitos de consumo no município.

Bom dia! O meu nome é [nome] e estou a realizar uma investigação do Instituto Politécnico de Bragança, em Portugal. Estamos a ouvir a opinião das pessoas sobre os direitos dos consumidores e sobre a ideia de criar um serviço na Câmara que ajude a resolver problemas de consumo. A sua participação é muito importante. As suas respostas são completamente anónimas e confidenciais. Posso fazer-lhe algumas perguntas? Demora só uns minutos.

### Parte I: Perfil do consumidor

1. Sexo

Masculino

Feminino

Outro

Prefiro não dizer

2. Faixa etária

Menos de 18 anos

18-30 anos

31-50 anos

Mais de 50 anos

3. Nível de escolaridade?

Sem escolaridade

Ensino Básico

Ensino Secundário

Ensino Superior

4. Situação profissional

Empregado(a)

- Desempregado(a)
- Reformado(a)
- Estudante
- 5. Local de residência (*Resposta aberta*)
  
- 6. Que tipo de serviços/produtos utiliza com mais frequência
  - Alimentação
  - Energia/Água
  - Telecomunicações
  - Saúde
  - Transportes
  - Serviços públicos (ex.: câmara, escola)

**Parte II: Conhecimento e experiências**

- 7. Sabe que os consumidores têm direitos protegidos por lei?
  - Sim
  - Não
  
- 8. Já teve problemas com um produto ou serviço nos últimos 2 anos?
  - Sim
  - Não
  
- 9. Se respondeu sim, qual foi o problema?
  - Produto com defeito
  - Atraso/ausência de entrega
  - Cobrança indevida
  - Serviço mal prestado
  
- 10. Tentou resolver a situação com o fornecedor?
  - Sim, e resolveu-se
  - Sim, mas não resolveu
  - Não tentou

11. Conhece algum serviço ou entidade que ajude a resolver conflitos de consumo?

Sim

Não

12. Se respondeu sim, qual? *(Resposta aberta)*

### **Parte III: Percepção sobre um serviço municipal**

13. Considera importante haver um serviço municipal para ajudar a resolver conflitos de consumo?

Sim

Não

Não sabe

14. Se tivesse um problema com um fornecedor, usaria este serviço?

Com certeza

Talvez

Provavelmente não

Não

15. O que acha que este serviço municipal deveria oferecer? *(Resposta aberta)*

16. Que vantagens teria este serviço, na sua opinião? *(Resposta aberta)*

17. Que sugestões deixa para melhorar o apoio ao consumidor no município? *(Resposta aberta)*