



**CENTRO DE ARBITRAGEM**  
DO SECTOR AUTOMÓVEL



1



# PLANO DE ACTIVIDADES E ORÇAMENTO

## 2015



**AUTOMÓVEL**  
CLUB DE PORTUGAL



**ANEPE**  
Associação Nacional de Empresas de Reparação Automóvel





## ÍNDICE

---

### APRESENTAÇÃO

### OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS DO CASA

### OBJECTIVOS DE COMUNICAÇÃO

### CRIAÇÃO DE NOVAS OPORTUNIDADES

### ORÇAMENTO

Receitas

Despesas

## APRESENTAÇÃO

### 20 ANOS EM REVISTA

No ano de 2014, o CASA cumpriu 20 anos ao serviço de consumidores e empresas.

Remontam a 1990 as razões que estiveram na origem da constituição deste Centro de Arbitragem, ano em que foi aprovado pelo Conselho Nacional de Qualidade, a Directiva 18/90 sobre Reparações em Veículos Automóveis.

A Directiva afirmava o interesse em constituir Comissões Arbitrais para resolver os litígios de reparação automóvel.

Em 24 de Maio de 1993, o Ministério da Justiça, o Instituto Português da Qualidade (IPQ), o Instituto Nacional da Defesa do Consumidor (INDC), a ACAP, a ANECRA e a ARAN, assinaram o Protocolo de constituição de uma entidade que tinha por objectivo colocar à disposição dos consumidores e dos profissionais

## 1990

### DIRECTIVA CNQ 18/90

#### Reparações em veículos automóveis

##### 0 Proâmbulo

O automóvel é considerado, desde há anos, como um produto de consumo imprescindível à vida moderna. Trata-se, porém, de um bem que carece de uma adequada assistência após-venda. Tal assistência é proporcionada pelas oficinas do sector, as quais são, assim, responsáveis pela manutenção e reparação do parque nacional automóvel. Atendendo à dimensão do sector e aos interesses legítimos dos consumidores e dos prestadores do serviço e ainda à necessidade de prevenir conflitos, o Conselho Nacional da Qualidade decidiu formular a presente Directiva, que contém princípios e formas de actuação tendentes a facilitar o relacionamento entre prestadores e utilizadores e a proporcionar uma maior garantia de qualidade nos serviços de assistência após-venda.

##### 1 Objectivo e âmbito de aplicação

A presente directiva estabelece os princípios gerais por que se devem pautar as relações entre a oficina e os clientes nos serviços de manutenção e reparação automóvel. Visa-se essencialmente melhorar o relacionamento entre reparadores e clientes para evitar reclamações e prevenir litígios, de forma a dar satisfação mútua aos intervenientes e contribuir para a boa qualidade do serviço.

##### 14 Reclamações

14.1 O cliente que tenha uma reclamação a apresentar sobre a reparação do veículo deve fazê-lo junto da própria oficina, preenchendo a respectiva folha ou livro de reclamações.

14.2 Em caso de litígio, devem os clientes e/ou as oficinas dirigir-se às Comissões Arbitrais, a constituir por iniciativa do Instituto Nacional de Defesa do Consumidor e das associações representativas do sector da reparação automóvel, de acordo com a legislação sobre arbitragem voluntária.

RUA FILIPE FOLGUE 2, 8.º DT. NOSSA LUSITANIA, PORTUGAL

CNQ

CONSELHO NACIONAL DA QUALIDADE



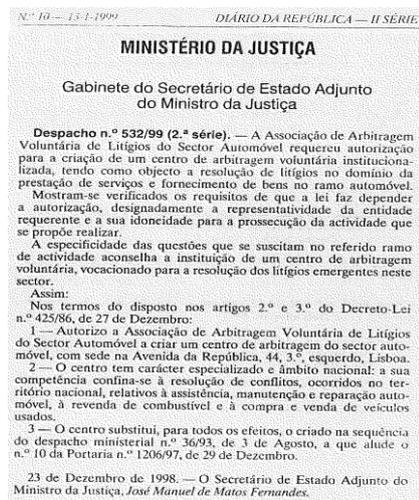
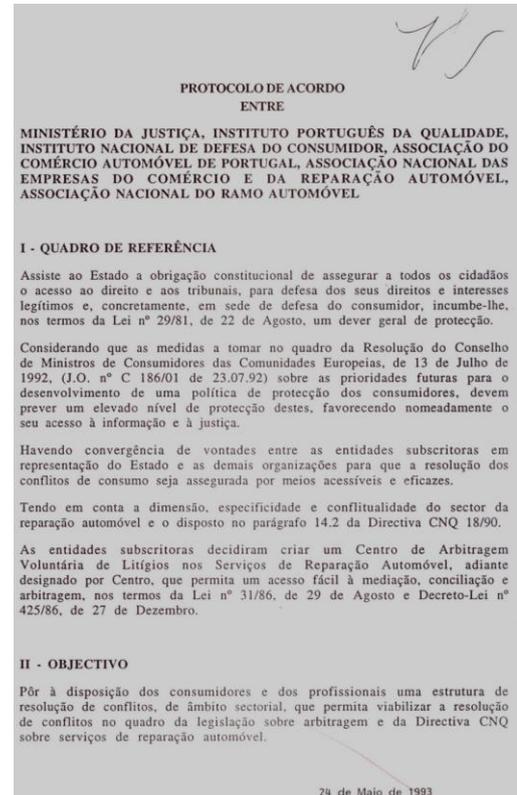


uma estrutura de resolução de conflitos, de âmbito nacional, que permitisse viabilizar a resolução de conflitos, no quadro da legislação sobre arbitragem e da Directiva 18/90 do CNQ.

Em 24 de Agosto de 1993 foi publicado em Diário da República, o Despacho do Ministro da Justiça que autorizou o funcionamento de um centro de arbitragem, com carácter especializado e âmbito nacional, com o objectivo de resolver litígios nos serviços de reparação automóvel – o Centro de Arbitragem de Litígios nos Serviços de Reparação Automóvel – que iniciou actividade no dia 4 de Abril de 1994.

Em 1999 foi constituída uma Associação privada sem fins lucrativos para tutelar o Centro – a Associação de Arbitragem Voluntária de Litígios do Sector Automóvel – que congrega, actualmente, as principais associações do sector automóvel – Associação Automóvel de Portugal (ACAP),

## 1993

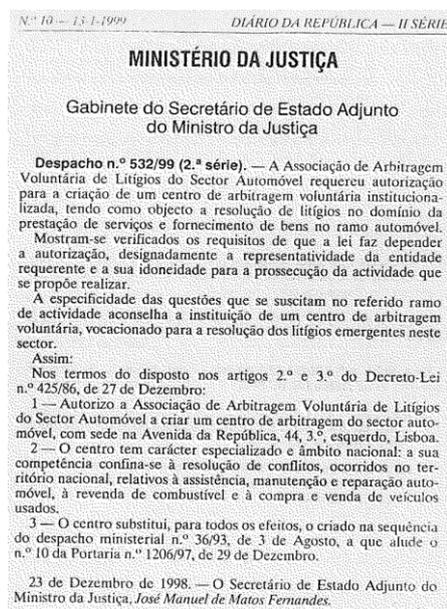


Associação Nacional das Empresas do Comércio e Reparação Automóvel (ANECRA), Associação Nacional das Empresas de Parques de Estacionamento (ANEPE), Associação Nacional do Ramo Automóvel (ARAN) — as principais associações de consumidores — Automóvel Clube de Portugal (ACP) e Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor (DECO) e o Centro de Formação Profissional para a Reparação Automóvel (CEPRA).

Foi igualmente solicitado o alargamento da competência material do Centro. O despacho de autorização, de 13 de Janeiro de 1999, extinguiu o Centro anterior e criou, em sua substituição, o **Centro de Arbitragem do Sector Automóvel** que, ao longo dos anos, se tem vindo a afirmar como um verdadeiro Centro de natureza sectorial.

O CASA tem, actualmente, competência para resolver litígios decorrentes de:

## 1999



- prestação de serviços de assistência, manutenção e reparação automóvel;
- revenda de combustíveis, óleos e lubrificantes;
- compra e venda de peças, órgãos ou quaisquer outros materiais destinados a serem aplicados em veículos automóveis;
- compra e venda de veículos novos ou usados;
- serviços prestados por empresas detentoras de parques de estacionamento.

## VALORES, VISÃO E MISSÃO

Os **valores** do CASA são a imparcialidade, isenção e independência dos serviços prestados, e a celeridade e desburocratização dos procedimentos.

O CASA tem como **visão** ser a entidade nacional de referência na resolução de conflitos do sector automóvel.

A sua **missão** consiste em contribuir para um nível acrescido de acesso dos cidadãos e das empresas ao direito e à justiça, através da mediação, da conciliação e da arbitragem de conflitos do sector automóvel.

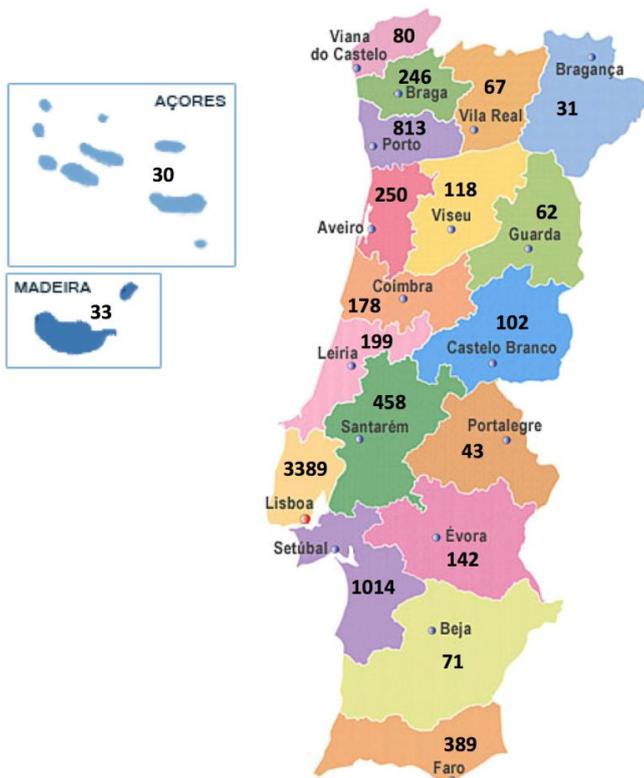
## SERVIÇOS PRESTADOS

O CASA presta os seguintes serviços:

- Informação jurídica
- Mediação
- Conciliação (pelo director do centro)
- Conciliação e Arbitragem (através do Tribunal Arbitral)

## RESUMO DE 20 ANOS DE ACTIVIDADE

O CASA foi o primeiro Centro de Arbitragem de conflitos de consumo criado com **âmbito nacional**. Em 20 anos, os processos de reclamação registam uma taxa global de descentralização superior a 56%, numa tendência crescente que, nos últimos 5 anos foi superior a 62%.

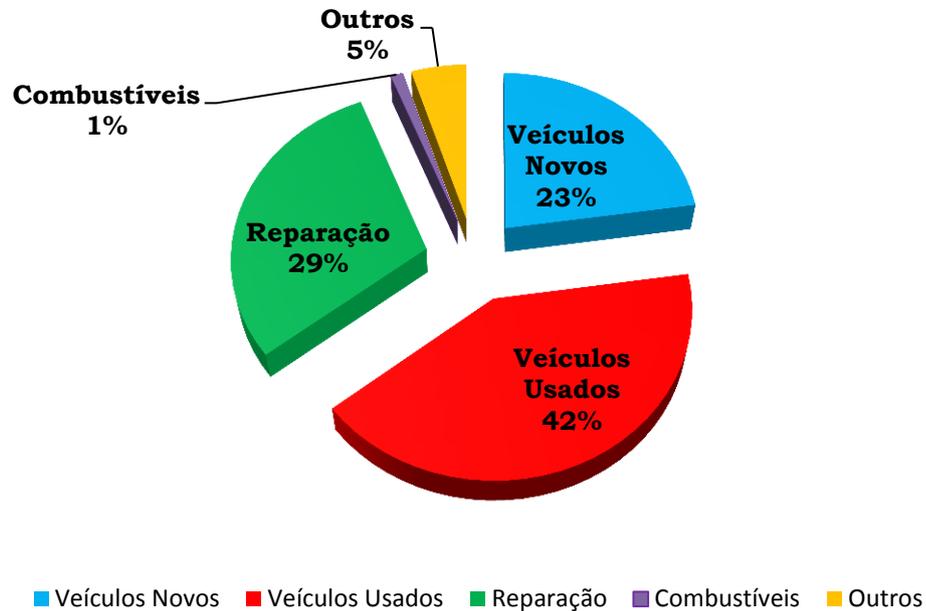


Com **competência material especializada**, o CASA foi pioneiro na especialização no domínio dos conflitos de consumo.

### **MATÉRIAS RECLAMADAS (1999 A 2013)**

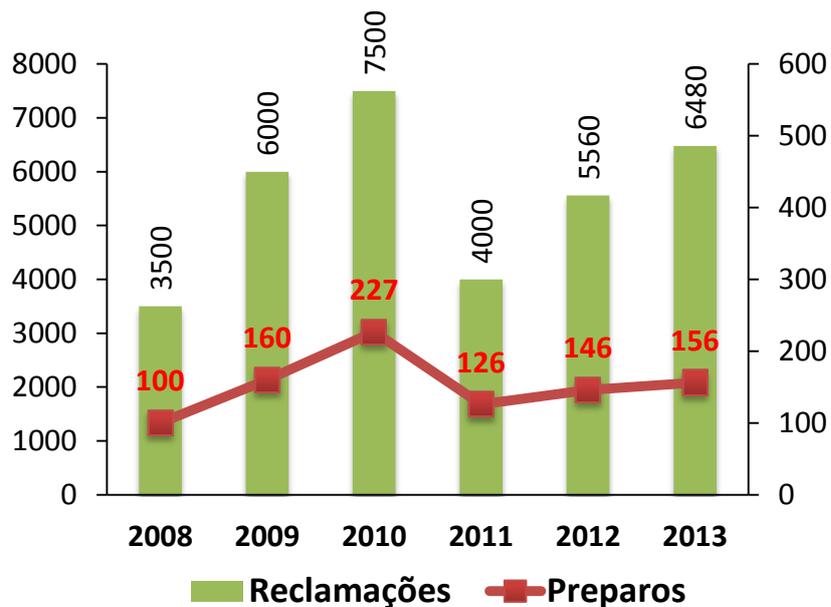
<b>VENDA DE VEÍCULOS USADOS</b>	<b>3.209</b>
<b>REPARAÇÃO</b>	<b>2.278</b>
<b>VENDA DE VEÍCULOS NOVOS</b>	<b>1.746</b>
<b>COMBUSTÍVEIS</b>	<b>83</b>

### MATÉRIAS RECLAMADAS (1999 A 2013)



Igualmente pioneiro nesta matéria, o CASA não tem limite de **valor para apresentação de reclamações**.

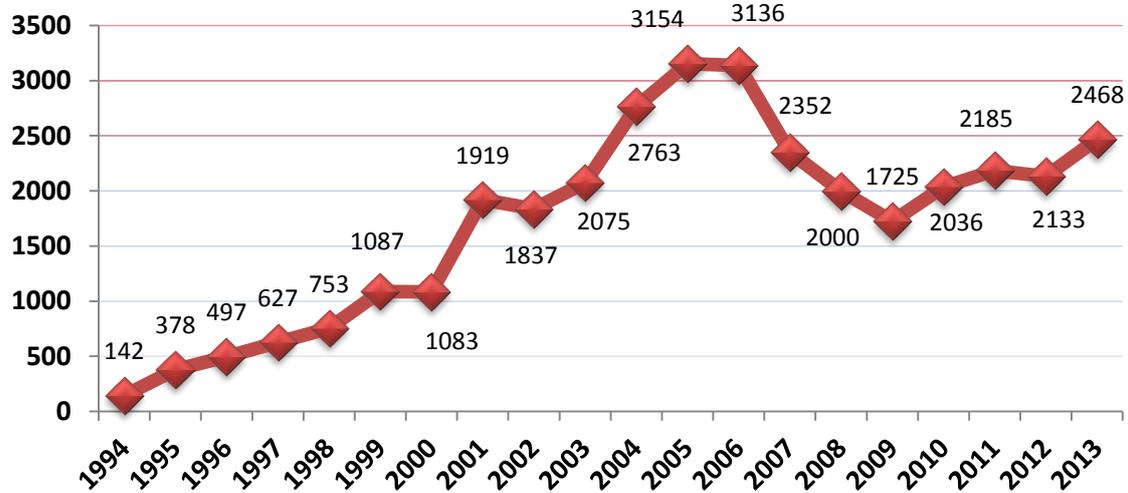
### VALOR MÉDIO DAS RECLAMAÇÕES E PREPAROS (€)



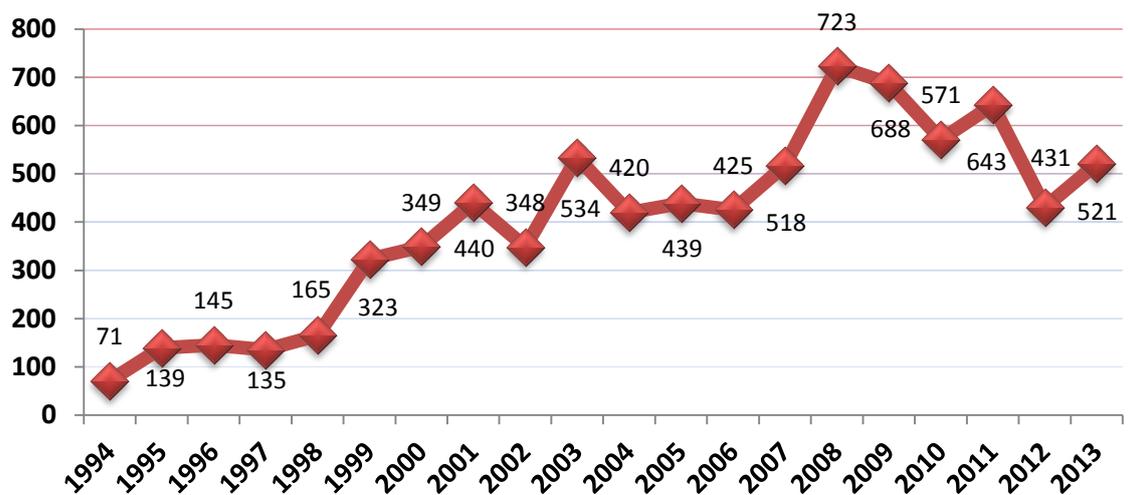


<b>Informações individuais</b>	<b>35.026</b>
<b>Processos de reclamação</b>	<b>8.167</b>

### Pedidos de Informação



### Processos de Reclamação



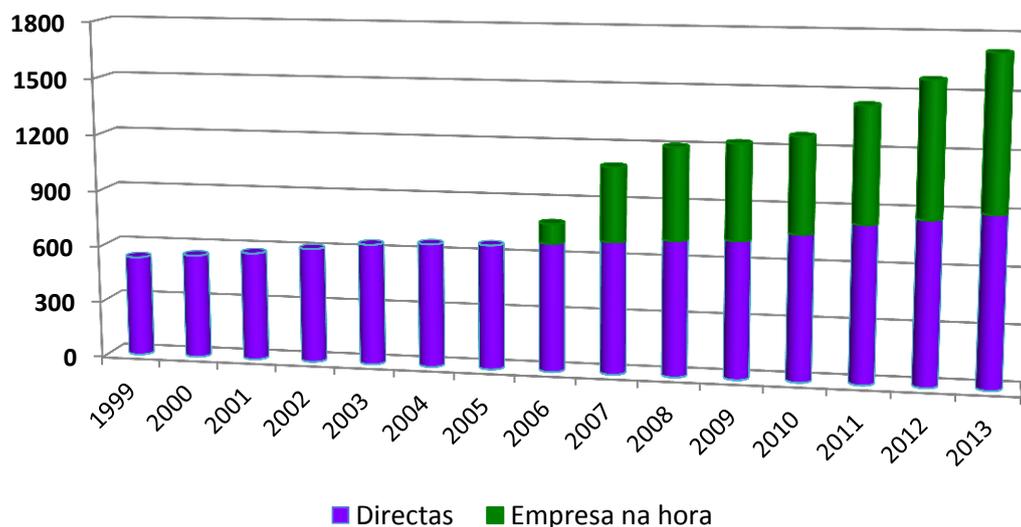


O Serviço de Mediação, reestruturado em 2008, passou a ser composto por mediadores habilitados com cursos reconhecidos pelo Ministério da Justiça e foi responsável pela resolução de 85% de todos os processos resolvidos pelo Centro nos últimos 5 anos.

O Tribunal Arbitral do CASA funciona de modo itinerante, é constituído por designação das partes e tem as suas decisões, quando necessário, fundamentadas em peritagens ou pareceres técnicos elaborados pelo CEPRA. Realizou, em 20 anos, 624 diligências, entre **223 conciliações** e **401 julgamentos**.

O CASA reuniu, de norte a sul de Portugal, incluindo ilhas, **1.758** empresas aderentes, que se comprometem perante os seus clientes a resolver qualquer conflito através dos seus serviços.

## Adesões





## MERCADOS-ALVO

O mercado de actuação do Centro de Arbitragem – a resolução de conflitos de consumo do sector automóvel – é bastante complexo, na Europa e em Portugal, por apresentar elevados índices de conflitualidade e baixos níveis de satisfação por parte dos consumidores.

Relativamente a Portugal, segundo os resultados do 10º Painel de Avaliação dos Mercados de Consumo, anunciados em Julho de 2014 pela Comissão Europeia, e divulgados por e-mail alerta da Direcção-Geral do Consumidor, foram indicados como um dos três piores mercados de produtos: a venda de carros de segunda mão; combustíveis, e venda de carros novos.

Os actores deste mercado são, por um lado, os consumidores, e por outro, as empresas de venda de veículos novos e usados, as empresas independentes que vendem veículos usados e as empresas de reparação.

## O MERCADO – ATUAL E POTENCIAL

- ✓ Números dos veículos ligeiros em circulação: em 2011 eram 6.181.188 unidades, em 2012 baixou para 5.556.041 unidades em circulação e em 2013 aumentou para 5.617.000;
- ✓ Em 2013, o parque automóvel ligeiro português apresentava uma média de 11 anos de idade;
- ✓ Em 2013, a maior parte dos veículos ligeiros estava distribuído pelas seguintes cidades: Lisboa 29%; Porto 16%; Braga 9%; Aveiro 7%; Setúbal 7%; Leiria 6%; Faro 5% e o restante distribuído por outras localidades em percentagens menos representativas.

NOTA: dados disponibilizados pela ACAP



AUTOMÓVEL  
CLUB DE PORTUGAL





## **CONSUMIDORES/UTENTES**

Os utentes dos serviços do CASA são, na sua grande maioria, consumidores que se sentiram lesados na relação de consumo, e empresas do sector.

Para os consumidores, os atributos do serviço mais valorizados são:

- a) o acesso gratuito a mecanismos de resolução do seu problema;
- b) a possibilidade de diálogo, por meio da mediação, com a outra parte que até então não estava aberta a tal;
- c) a obtenção de uma resolução definitiva de um problema, por meio da arbitragem;
- d) a celeridade processual;
- e) os custos reduzidos no acesso ao tribunal.

Frequentemente, os consumidores manifestam que seria importante alterar o regime de voluntariedade da arbitragem, ou seja, que todas as empresas demandadas fossem obrigadas a dirigir-se ao Centro e a sujeitar-se a uma decisão, situação que só se aplica às empresas aderentes.





## AS RECLAMAÇÕES DO SECTOR AUTOMÓVEL

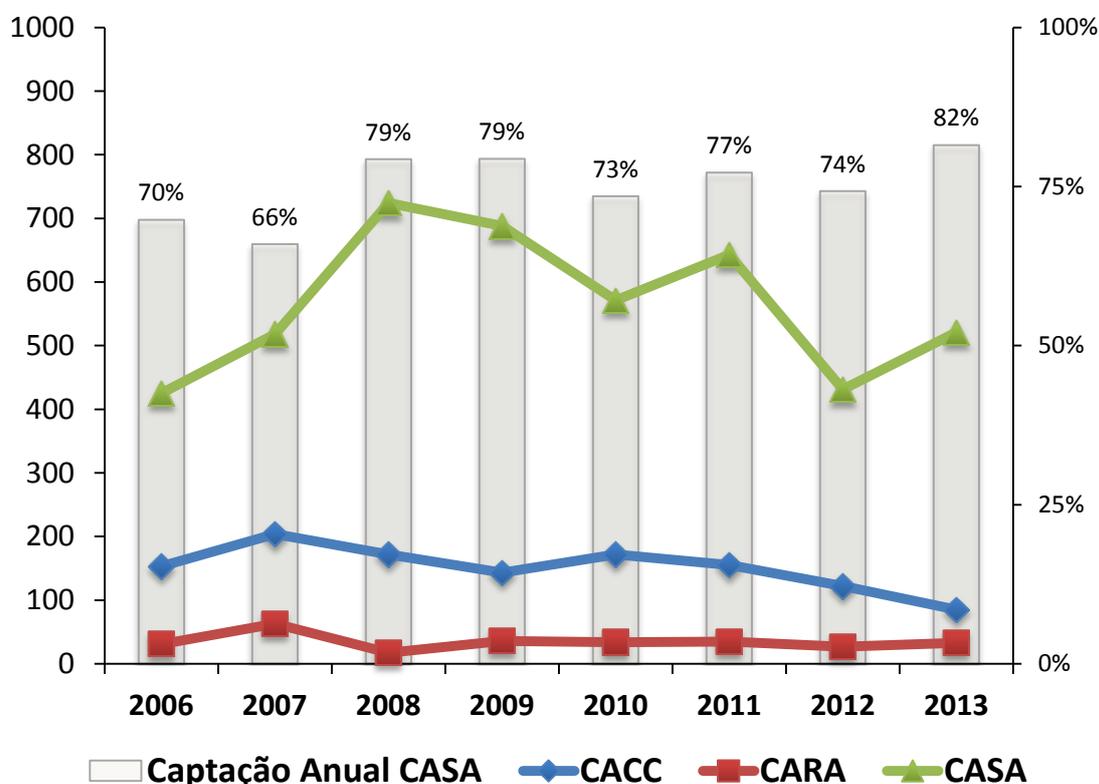
Nos anos de 2006 a 2013, a distribuição das reclamações referentes ao sector automóvel registadas em Portugal pelos Centros de Arbitragem autorizados pelo Ministério da Justiça foi a seguinte:

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Total
Vale do Cávado	66	74	60	54	72	49	36	31	<b>442</b>
Porto	35	46	42	38	28	35	34	19	<b>277</b>
Vale do Ave	26	36	27	12	28	24	13	10	<b>176</b>
Algarve	0	18	19	6	22	22	12	9	<b>108</b>
Lisboa	10	21	14	22	11	10	12	7	<b>107</b>
Coimbra	16	9	10	11	11	15	11	9	<b>92</b>
CNIACC	0	0	0	0	0	0	4	0	<b>4</b>
<b>Subtotal</b>	<b>153</b>	<b>204</b>	<b>172</b>	<b>143</b>	<b>172</b>	<b>155</b>	<b>122</b>	<b>85</b>	<b>1206</b>
Angra Heroísmo	16	24	0	0	3	0	0	0	<b>43</b>
Horta	0	4	0	0	3	3	0	0	<b>10</b>
Madeira	0	25	17	15	11	15	11	20	<b>114</b>
Ponta Delgada	15	10	0	21	17	17	16	13	<b>109</b>
<b>Subtotal</b>	<b>31</b>	<b>63</b>	<b>17</b>	<b>36</b>	<b>34</b>	<b>35</b>	<b>27</b>	<b>33</b>	<b>276</b>
<b>CASA</b>	<b>425</b>	<b>518</b>	<b>724</b>	<b>688</b>	<b>571</b>	<b>643</b>	<b>431</b>	<b>521</b>	<b>4521</b>
<b>TOTAL</b>	<b>609</b>	<b>785</b>	<b>913</b>	<b>867</b>	<b>777</b>	<b>833</b>	<b>580</b>	<b>639</b>	<b>6003</b>

De 2006 a 2013, o CASA foi responsável pela recepção, em média, de 75% dos processos de reclamação do sector automóvel.

Os Centros de Arbitragem de Conflitos de Consumo receberam, em conjunto, 20% de todos os processos registados no período e os Centros de Arbitragem das Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores, cerca de 5% da totalidade destes processos.

## Reclamações do Sector



No período em referência, o CASA proferiu 154 decisões arbitrais sobre litígios do sector automóvel. Os Centros de Arbitragem de Conflitos de Consumo, em conjunto, proferiram 47 decisões arbitrais sobre estas matérias e o Centro de Arbitragem da Madeira, proferiu 40 decisões arbitrais. O CASA detém 64% de quota de mercado na prestação do serviço de arbitragem.

De acordo com a estatística publicada do Ministério da Justiça referente à actividade dos Centros de Arbitragem autorizados ([www.dgpj.mj.pt](http://www.dgpj.mj.pt)), o sector automóvel (comércio, manutenção e reparação de veículos automóveis e motociclos) foi, de 2010 a 2012 a terceira matéria mais reclamada, tendo passado a quarta matéria mais reclamada em 2013. O quarto lugar em

matéria de reclamações foi ocupado, de 2010 a 2012, pelos serviços públicos essenciais de fornecimento de electricidade, gás e água que, em 2013 assumiram o terceiro lugar. O crescimento das reclamações sobre os Serviços Públicos Essenciais, cujo valor duplicou em apenas 2 anos, coincide temporalmente com a alteração da Lei dos Serviços Públicos Essenciais que, em 2011, consagrou a arbitragem necessária para os prestadores destes serviços (água, electricidade, gás e comunicações), atribuindo competência para o efeito aos Centros de Arbitragem de Conflitos de Consumo.



## ANÁLISE SWOT

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Celeridade</li> <li>- Acesso ao serviço sem recorrer a advogados</li> <li>- Serviços de custo reduzido e até gratuitos</li> <li>- Especialização no sector</li> <li>- Descentralização dos serviços a nível nacional</li> <li>- Primeira entidade a fazer arbitragem no sector automóvel, a nível nacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pouco visível para os possíveis utentes</li> <li>- Voluntariedade</li> <li>- Pouca adesão por parte das empresas</li> <li>- Elevada dependência de financiamento público</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Retoma da economia portuguesa</li> <li>- Crescente consciência dos cidadãos em procurar os seus direitos</li> <li>- Recomendação da Assembleia da República ao Governo para promover adopção de boas práticas no relacionamento entre fornecedores do sector automóvel e consumidores e dinamizar a implementação de um código de conduta, envolvendo para o efeito o CASA</li> <li>- O CASA vai integrar uma Comissão para elaborar uma norma portuguesa de qualidade para certificação de empresas de reparação automóvel</li> <li>- A Troika impôs ao Estado a adopção de medidas que favoreçam a arbitragem</li> <li>- O CASA vai solicitar à Assembleia da República a aprovação de lei que torne "obrigatória" a arbitragem dos conflitos da competência do CASA até ao limite de 15.000 euros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baixo estímulo à utilização dos mecanismos extrajudiciais de resolução de conflitos</li> <li>- Resistência dos advogados</li> <li>- Possível redução dos subsídios públicos pondo em causa a subsistência da entidade</li> </ul>

Elaborado com base em trabalho de conclusão de Curso de MBA em Marketing da Fundação Getúlio Vargas - Management, São Paulo, Brasil, em Agosto de 2014





## **OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS DO CASA**

---

O CASA tem por OBJECTO promover a informação, mediação, conciliação e arbitragem de litígios decorrentes da aquisição e utilização do veículo automóvel, com vista a uma resolução célere, eficaz, fácil e económica dos mesmos.

Tendo como VISÃO contribuir para um nível acrescido de acesso dos consumidores, das empresas e dos cidadãos à justiça, através do recurso a mecanismos de resolução extrajudicial de conflitos;

Podem ser apontados como OBJECTIVOS ESPECÍFICOS:

- aumentar a actividade dos Serviços de Apoio Jurídico, de Mediação e do Tribunal Arbitral;
- facultar às partes mecanismos de resolução de conflitos mais eficazes, numa óptica de melhoria permanente dos serviços prestados; e,
- disponibilizar serviços cada vez mais céleres, que garantam o acesso a uma justiça pronta e efectiva.

## **OBJECTIVOS QUANTITATIVOS DA ACTIVIDADE DO CASA**

Para o ano de 2015, são estabelecidos os seguintes objectivos de crescimento:

- Aumentar em 10% o número de pedidos de informação individuais;
- Aumentar em 5% o número de processos de reclamação;
- Aumentar em 8% o número de processos sujeitos a mediação;
- Aumentar em 10%, o número de processos sujeitos a instrução e a conciliação pelo director do Centro;
- Aumentar em 10% o número de arbitragens;
- Aumentar o número de empresas aderentes em 10%;





- Aumentar para 85%, o índice de recebimento de processos de reclamação referentes ao sector, apresentados nos Centros de Arbitragem autorizados pelo Ministério da Justiça;
- Aumentar para 70% de quota de mercado de arbitragem de conflitos do sector, nos Centros de Arbitragem autorizados pelo Ministério da Justiça.

## OBJECTIVOS QUALITATIVOS

Aumentar a eficácia consiste em incrementar o número de processos resolvidos e reduzir o número de recusas das empresas reclamadas na utilização dos serviços disponibilizados pelo CASA.

Para 2015, o CASA propõe-se incrementar a **eficácia** dos seus serviços:

- ✓ aumentando em 5% os processos **resolvidos**;
- ✓ mantendo abaixo de 30% a taxa de **recusa de arbitragem**;

Aumentar a eficiência depende da redução do tempo de pendência de processos e do aumento do número de processos arquivados no final do ano.

Para aumentar a **eficiência** dos seus serviços, em 2015, o CASA propõe-se:

- ✓ fixar a **duração média** de pendência dos processos arquivados entre 60 e 70 dias;
- ✓ reduzir em 10% o **número de processos pendentes** no final do ano.



## OBJECTIVOS DE COMUNICAÇÃO

---

Com vista a alcançar os objectivos identificados considera-se necessário investir em acções de comunicação e na divulgação do CASA. O plano de comunicação que ora se apresenta, não obstante elencar objectivos já antes identificados, e apresentar algumas acções já anteriormente realizadas, está fundamentado no Plano de Comunicação definido na Monografia de fim de Curso do MBA em Marketing da Fundação Getúlio Vargas - Management, São Paulo, Brasil, realizado com base na realidade sector automóvel em Portugal e num trabalho de pesquisa sobre a actividade do CASA.

### OBJECTIVOS:

- Fazer do CASA a entidade de referência nacional na resolução de conflitos do sector automóvel, ou seja, tornar o nome do CASA como a primeira entidade de resolução de conflitos automóveis, na mente dos portugueses quando têm um litígio que envolve um automóvel. Apesar do CASA ser a única entidade com competência especializada, a actividade de resolução de conflitos é partilhada com os Tribunais Estaduais, os outros Centros de Arbitragem, os Julgados de Paz e a DECO, no que diz respeito à obtenção de informações e abertura de processos, que representam grande parte da entrada de utentes nos Centros;
- Aumentar o conhecimento da população sobre o serviço de arbitragem – a maioria da população portuguesa, e dos profissionais, não sabe da existência deste serviço, sendo que se tivesse conhecimento, o número de arbitragens potencialmente aumentaria;
- Sensibilizar as empresas do sector automóvel a aderirem ao Centro, para garantirem aos seus clientes, de modo efectivo, a resolução de qualquer reclamação, por meio da utilização dos serviços do CASA. O facto de ser empresa aderente atribui um “selo de qualidade” à empresa, o que constitui um valor acrescentado na sua prestação de serviço;



AUTOMÓVEL  
CLUB DE PORTUGAL





- Sensibilizar os consumidores e os cidadãos em geral para preferirem as empresas aderentes do CASA, pois ficam com a garantia de que o conflito que surja na relação com a empresa será resolvido por um órgão específico de resolução de conflitos do sector.

## **ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO**

- Fortalecer a “marca” CASA;
- Divulgar a “marca” CASA;
- Divulgar, para a população portuguesa, e profissionais forenses, o serviço de arbitragem e os outros serviços disponíveis no Centro;
- Comunicar os benefícios da adesão às empresas;
- Comunicar à população os benefícios de terem relações de consumo com empresas aderentes.

## **FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO**

Para o efeito, o CASA deve desenvolver as seguintes ferramentas de comunicação, com vista a atingir os objectivos traçados:

### **1. MEDIAS DIGITAIS E MARKETING DIGITAL**

- Slideshare – disponibilizar as suas apresentações no Slideshare. Além das apresentações de carácter institucional, disponibilizar também apresentações temáticas, com dados relevantes do sector que podem ser fonte de informação em pesquisas;
- Facebook – continuar a disponibilizar frequentemente novos conteúdos, de interesse para o público em geral e para empresas e entidades do sector automóvel. Os associados também deveriam fazer “gosto” no facebook do CASA para divulgar a “marca” do CASA junto aos seus seguidores.
- Site – O site vai estar modernizado e mais interactivo no início do ano de 2015, disponibilizando novas ferramentas de comunicação, como um chat





através do qual vai ser possível colocar e obter resposta on-line, em tempo real.

- Mediação por videoconferência – o CASA vai disponibilizar, através desta ferramenta, as virtualidades da mediação presencial quando as partes não têm possibilidade de se deslocar aos locais de realização deste serviço.

## **2. RELAÇÕES PÚBLICAS**

- Assessoria de imprensa - envio de releases sobre as actividades do CASA para revistas dos Associados, revistas da especialidade dedicadas a oficinas como Turbo Oficina e Jornal das Oficinas, e em revistas do sector automóvel como Autoclássico, Autohoje e Jornal dos Clássicos. Os jornais de distribuição gratuita como Lidl, Destak e Metro também são veículos interessantes para difundir a informação sobre o CASA ao público geral. Os jornais de grande circulação também são veículos de grande relevância, pelo que, é importante apresentar a entidade aos jornalistas, para se tornar fonte de matérias sobre o tema.
- Participação em programas de Rádio e TV – é interessante manter contacto com jornalistas de programas de TV do sector e conseguir espaço nos programas da manhã e da tarde e na rádio.
- Realização de workshops para empresas – é importante realizar, em parceria com as Associações que representam os profissionais do sector, workshops de apresentação dos serviços do CASA e do interesse dos mesmos para as empresas, para que aceitem a intervenção do CASA sempre que têm um conflito com um cliente.
- Programas de visita à entidade – convidar jornalistas para conhecerem o funcionamento da organização.
- Participação em Feiras – manter a presença do CASA, com stand, nas feiras do sector automóvel, com o intuito de promover contactos com empresas e consumidores e difundir os seus serviços.





- Participação em eventos de associados – participar em Convenções e Encontros dos Associados com o objectivo de difundir os seus serviços junto dos profissionais do sector.
- Distribuir folheto, existente e já impresso, nas sedes dos associados, divulgando a “marca” CASA.
- Palestras em universidades e em entidades que dão cursos técnicos virados para a área automóvel, ou na área das profissões forenses.
- Realização de workshops para profissionais forenses – é importante realizar, eventualmente em parceria com outros Centros de Arbitragem, workshops de apresentação dos serviços do CASA e do interesse dos mesmos para os profissionais forenses, na perspectiva de melhor atender aos interesses dos seus clientes e às suas próprias necessidades.
- Relatórios para as entidades que financiam o CASA – continuar a produzir relatórios semestrais, de forma a manter as entidades informadas sobre o desempenho do CASA.

### **3. MARKETING DIRECTO**

- Telemarketing activo – realizar telemarketing activo para empresas do sector automóvel que sejam possíveis utentes dos serviços do CASA.

### **4. MARKETING DIGITAL**

- E-mail marketing para enviar para base de contactos dos associados e outras empresas do sector automóvel.

Considerando a existência de Programas de Estágio financiados em grande parte (80%) pelo IEF, considera-se a possibilidade de recorrer a um programa medida Estágio Emprego para um estagiário com competência na parte de criação e medias digitais, de forma a fomentar a actividade nestas áreas, desenvolvendo ainda e-mails marketing, folhetos, anúncios e todos os materiais de comunicação propostos e que se tornem necessários no decurso das actividades.





## **CRIAÇÃO DE NOVAS OPORTUNIDADES**

### **CÓDIGO DE CONDUTA PARA A VENDA DE VEÍCULOS**

Em Agosto de 2013, a Assembleia da República aprovou uma Resolução que recomenda ao Governo a adopção de medidas urgentes de apoio e sustentabilidade para o sector automóvel nacional.

O ponto 7 recomenda ao Governo que implemente um código de conduta, envolvendo o CASA.

Conforme anunciado publicamente na sessão comemorativa dos 20 anos do CASA, e tendo tomado conhecimento que a Direcção-Geral do Consumidor vai encetar esforços no sentido da elaboração do referido código de conduta, a Administração da Associação de Arbitragem solicitou à DGC a criação de um Grupo de Trabalho, no próximo ano, que integre o CASA e os representantes das empresas e dos consumidores, com o objectivo de dar cumprimento a esta Recomendação, de grande interesse para o sector, já que a maior causa de reclamações no CASA, tem origem na venda de veículos novos e usados.

*Diário da República, 1.ª série—N.º 151—7 de agosto de 2013*

#### **ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA**

#### **Resolução da Assembleia da República n.º 128/2013**

**Recomenda ao Governo o estudo e a adopção  
de medidas urgentes de apoio  
e sustentabilidade para o sector automóvel nacional**

A Assembleia da República resolve, nos termos do n.º 5 do artigo 166.º da Constituição, recomendar ao Governo que:

7 — Promova a adopção de boas práticas, no relacionamento entre os fornecedores/vendedores do sector automóvel e os consumidores, e dinamize a implementação do Código de Conduta para divulgar as boas práticas na venda de veículos novos e usados em vigor, envolvendo para o efeito o Centro de Arbitragem do Sector Automóvel (CASA).



## **NORMA PORTUGUESA DE QUALIDADE PARA A REPARAÇÃO AUTOMÓVEL**

Direccionado para as questões relacionadas com os serviços prestados pelas oficinas, o CASA vai integrar um Grupo de Trabalho, a constituir no seio do IPQ, para criação de uma norma portuguesa de qualidade para o sector da reparação automóvel, com base na Directiva 18/00 (que actualizou a Directiva 18/90) e na legislação em vigor, com o objectivo de orientar a certificação das empresas de reparação automóvel.

## **ARBITRAGEM NECESSÁRIA PARA OS LITÍGIOS DO SECTOR AUTOMÓVEL**

A Administração da Associação de Arbitragem vai apresentar um pedido de iniciativa legislativa no sentido de instituir a arbitragem necessária especializada para o CASA nos litígios da sua competência, até ao montante de € 15.000,00. Tendo presente que a principal causa de arquivamento dos processos sem resolução tem origem na recusa das empresas em recorrerem aos mecanismos disponibilizados pelo CASA e que os consumidores vêm manifestando o interesse crescente em sujeitar a resolução destes litígios à arbitragem necessária, a Administração considera que, desta forma, se garante aos consumidores a resolução de litígios de um sector que revela ser um dos mais problemáticos a nível nacional e europeu, através de uma instância célere, económica e eficaz, que garante o cumprimento de todas as regras dos princípios da igualdade, da legalidade e do contraditório.

Por outro lado, tendo presente a experiência resultante da consagração da arbitragem necessária para a resolução de litígios decorrentes da prestação de serviços essenciais, através da Lei n° 6/2011, de 10/03, que resultou no crescimento para o dobro, em apenas dois anos, de processos de reclamação com origem neste tipo de litígios nos Centros de Arbitragem de Conflitos de





Consumo, a Administração do CASA considera que desta forma dará um contributo para aumentar o índice de satisfação dos consumidores na resolução das reclamações, permitir às empresas recuperar e fidelizar os seus clientes, elevar o nível de pacificação no sector, garantir uma justiça especializada para o sector e descongestionar dos tribunais estaduais.

### **OPTIMIZAÇÃO DA REDE DE CENTROS DE ARBITRAGEM APOIADOS PELO MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E PELA DGC**

Com o objectivo de aumentar a complementaridade de acção entre os Centros de Arbitragem apoiados pelo Ministério da Justiça e pela Direcção-Geral do Consumidor, a Administração do CASA vai solicitar a estas duas entidades que, através da estreita articulação de serviços que promovem juntos dos Centros de Arbitragem, sejam definidos procedimentos de recepção e encaminhamento de processos recebidos pelos Centros de Arbitragem de Conflitos de Consumo para os Centros de Arbitragem Especializados, em função da competência em razão da matéria. Esta articulação, através da qual os Centros generalistas receberiam os processos da competência material dos Centros especializados e os reencaminham a estes a fim de aí serem tramitados, tem a virtualidade de manter as vantagens da relação de proximidade existente entre os Centros de Arbitragem regionais ou locais, garantido as vantagens da tramitação e tratamento das reclamações nos Centros de competência especializada.



AUTOMÓVEL  
CLUB DE PORTUGAL



ANEPE  
Associação Nacional de Engenheiros de Portugal de Engenharia





## ORÇAMENTO

### RECEITAS

RUBRICAS	Orçamento Corrigido 2014	Orçamento 2015
<b>A- QUOTIZAÇÕES</b>	<b>19 050 €</b>	<b>17 350 €</b>
1. ACAP	3 100 €	3 100 €
2. ANECRA	3 100 €	3 100 €
3. ARAN	1 550 €	1 550 €
4. CEPRA	2 500 €	2 500 €
5. DECO	2 000 €	2 000 €
6. ACP	2 000 €	2 000 €
7. ANAREC	1 700 €	0 €
8. ANEPE	3 100 €	3 100 €
9. Recuperação de quotas de anos anteriores (€ 3.400)	0 €	0 €
<b>B- SUBSÍDIOS</b>	<b>99 512 €</b>	<b>105 741 €</b>
1. Subsídios do Estado	94 524 €	98 758 €
1.1 Ministério da Justiça	73 624 €	73 624 €
1.2 Direcção Geral do Consumidor (FPDC)	20 900 €	21 000 €
1.3 IEFP (Estágio Profissional)		4 134 €
2. Câmaras Municipais	4 988 €	6 983 €
2.1 Protocolos 2014	4 988 €	3 990 €
2.2 Protocolos de anos anteriores	0 €	2 993 €
<b>C- RECEITAS PRÓPRIAS</b>	<b>9 000 €</b>	<b>10 000 €</b>
Arbitragens e Taxas de Abertura de Processo	9 000 €	10 000 €
<b>D- OUTRAS RECEITAS</b>	<b>250 €</b>	<b>100 €</b>
Juros	250 €	100 €
<b>E- RESULTADO ORÇAMENTOS ANTERIORES</b>	<b>1 227 €</b>	<b>10 000 €</b>
1. Resultado do Orçamento	1 227 €	4 775 €
2. Acréscimos aos orçamentos de anos anteriores		5 225 €
<b>TOTAL DE RECEITAS</b>	<b>129 039 €</b>	<b>143 191 €</b>
<b>SALDO DO ORÇAMENTO</b>	<b>-4 278 €</b>	<b>828 €</b>



## **DESPESAS**

RUBRICAS	Orçamento Corrigido 2014	Orçamento 2015
<b>ORÇAMENTO DE INVESTIMENTO</b>		
<b>I- EQUIPAMENTO</b>	<b>600 €</b>	<b>900 €</b>
1- Equipamento Informático	600 €	900 €
<b>ORÇAMENTO DE EXPLORAÇÃO</b>		
<b>I- DESPESAS DE FUNCIONAMENTO</b>	<b>29 860 €</b>	<b>29 333 €</b>
1- Limpeza, Higiene e Conforto	800 €	600 €
2- Material de Escritório	1 000 €	700 €
3- Comunicações	4 500 €	4 500 €
Telefone, Fax e Internet	3 500 €	3 500 €
Correios	1 000 €	1 000 €
4- Transportes e Deslocações	1 500 €	1 500 €
5- Livros e Documentação Técnica	300 €	150 €
6- Conservação e Reparação	2 700 €	3 000 €
7- Ferramentas e Utensílios	500 €	50 €
8- Serviços Bancários	400 €	400 €
9- Seguro do Equipamento	100 €	100 €
10-Mudança de Instalações/Obras de Adaptação	0 €	0 €
11-Rendas	12 500 €	12 673 €
12-Limpeza	4 060 €	4 060 €
13-Electricidade	1 300 €	1 400 €
14-Água	200 €	200 €
<b>II- OUTRAS ACTIVIDADES OPERACIONAIS</b>	<b>3 000 €</b>	<b>5 280 €</b>
1- FEIRAS	3 000 €	2 200 €
2- OUTROS		1 600 €
3- SITE/VIDEO CONFERÊNCIA		1 480 €
<b>III- PESSOAL</b>	<b>84 268 €</b>	<b>90 892 €</b>
1- Director do Centro	31 664 €	31 664 €
2- Arbitro	4 000 €	4 500 €
3- Juristas/Mediadores	31 400 €	30 000 €
4- Contabilista	3 370 €	3 370 €
5- Secretária	5 000 €	5 000 €
6- Apoio Administrativo	8 834 €	8 834 €
7- Encargos C/Estágio (Bolsa, sub.Ref e S.S.)		7 524 €
<b>IV- OUTROS ENCARGOS C/PESSOAL</b>	<b>14 789 €</b>	<b>15 249 €</b>
1- Subsídio de Refeição	2 962 €	2 962 €
2- Encargos c/TSU	7 844 €	8 780 €
3- IVA (Arbitro e Juristas )	3 420 €	2 906 €
4- Seguro de Acidentes de Trabalho	310 €	350 €
5- Passes	253 €	250 €
6- Fundo de Reserva p/Indemnizações Legais		
<b>V- DESPESAS EXTRAORDINÁRIAS</b>	<b>800 €</b>	<b>710 €</b>
1- Encargos Conta Dinâmica	200 €	210 €
2- Juros de Mora e Compensatórios	100 €	100 €
3- Imprevistos	500 €	400 €
<b>TOTAL DE DESPESAS</b>	<b>133 317 €</b>	<b>142 363 €</b>

## MAPA DE INVESTIMENTOS

Acções	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maió	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	TOTAL
<b>Equipamentos</b>													
Aquisição de AC para sala de reuniões			900 €										900 €
<b>Subtotal</b>													<b>900 €</b>
<b>Palestras/Workshops (4)</b>					Lisboa	Leiria			Lisboa	Porto			
Diversos					50 €	50 €			50 €	50 €			200 €
Deslocações						150 €				50 €			200 €
<b>Contactos com Media (2)</b>				Lisboa			Lisboa						
Diversos				50 €			50 €						100 €
<b>Seminários Empresas (2)</b>			Lisboa							Porto			
Diversos			50 €							50 €			100 €
Refeições			300 €							300 €			600 €
Formadores			200 €							200 €			400 €
<b>Feiras/Eventos Sector Automóvel (3)</b>										Porto	Leiria/Lisboa		
Alojamento										130 €			130 €
Diversos										100 €			100 €
Refeições										350 €	30 €		380 €
Honorários										860 €	180 €		1 040 €
Deslocações										400 €	150 €		550 €
<b>Novas Tecnologias</b>													
Modernização Site	1 000 €												1 000 €
Video-conferência						480 €							480 €
<b>Subtotal</b>													<b>5 280 €</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1 000 €</b>	<b>0 €</b>	<b>1 450 €</b>	<b>50 €</b>	<b>50 €</b>	<b>680 €</b>	<b>50 €</b>	<b>0 €</b>	<b>50 €</b>	<b>2 490 €</b>	<b>360 €</b>	<b>0 €</b>	<b>6 180 €</b>