AUTO REGULAÇÃO PUBLICITÁRIA

EXTRACTO DE ACTA

Reunida no décimo segundo dia do mês de Novembro do ano de dois mil e vinte e seis, a Primeira Secção do Júri de Ética da Auto Regulação Publicitária, apreciou o processo nº 10J/2026 tendo deliberado o seguinte:

«Processo n.º 10J/2026

1. Objeto dos Autos

1.1. Da queixa

Pessoa Singular (doravante "Requerente") apresentou queixa contra Gestadmefic – Gestão Eficiente de Condomínios, Sociedade Unipessoal, Lda. (adiante designada por "Requerida"), relativa à divulgação de referências à antiguidade da empresa no mercado da administração de condomínios, designadamente no respetivo sítio eletrónico e em documentos emitidos aos seus clientes.

Alega a Requerente que a Requerida publicita possuir dez ou onze anos de experiência e atividade no mercado da administração de condomínios, utilizando referências como "desde 2014" e "há 11 anos", apesar de a atual sociedade comercial ter sido constituída apenas em 16 de dezembro de 2024.

Acrescenta que uma sociedade anteriormente existente, denominada Gestadmefic+ – Gestão Eficiente de Condomínios, Sociedade Unipessoal, Lda., foi constituída em 27 de junho de 2016 e posteriormente dissolvida e liquidada, pelo que também não poderia justificar a antiguidade anunciada.

Sustenta que a utilização destas referências transmite aos destinatários uma perceção de antiguidade, experiência e estabilidade empresarial que não corresponde à realidade, podendo influenciar a escolha dos consumidores num setor em que a confiança na entidade responsável pela administração dos condomínios assume particular relevância.

Considera, assim, a Requerente que a comunicação comercial em causa viola o disposto no artigo 11.º do Código da Publicidade, por conter alegações falsas sobre a antiguidade e experiência da empresa, o artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março, relativo às práticas comerciais enganosas, por transmitir informações suscetíveis de induzir os consumidores em erro quanto à existência jurídica, qualificações, antiguidade e experiência da Requerida, influenciando as suas decisões de contratação, bem como os princípios da veracidade e da lealdade consagrados no Código de Conduta da ARP, por considerar que a utilização de uma data de fundação fictícia no sítio eletrónico e nos recibos emitidos aos clientes contraria as exigências de boa-fé e os padrões éticos aplicáveis à comunicação comercial.

1.2. Da contestação

Regularmente notificada, veio a Requerida apresentar contestação.

A Requerida sustenta, em síntese, que as referências à antiguidade da atividade não pretendem corresponder à data de constituição da atual sociedade comercial, mas antes ao percurso profissional e à experiência acumulada pelo seu gerente na administração de condomínios.

Alega que a experiência profissional dos responsáveis por uma atividade económica não se confunde necessariamente com a antiguidade jurídica da

sociedade através da qual essa atividade é exercida, podendo aquela anteceder a constituição da pessoa coletiva.

Esclarece que o gerente iniciou a sua atividade no setor anteriormente à constituição da sociedade atual, tendo desenvolvido um percurso profissional que esteve na origem da atividade empresarial posteriormente prosseguida através de diferentes estruturas societárias.

Mais refere que a evolução da atividade e o percurso profissional do gerente foram apresentados aos condóminos em reuniões e apresentações institucionais, tendo juntado documentação que descreve essa evolução, incluindo o número de condomínios sob gestão desde 2014.

A Requerida reconhece que a atual sociedade comercial foi constituída em dezembro de 2024, mas considera que tal circunstância não invalida a referência à experiência anteriormente adquirida no exercício da atividade.

Acrescenta que nunca pretendeu atribuir à sociedade uma data de constituição anterior à efetivamente registada, considerando que as referências utilizadas devem ser interpretadas no contexto do percurso profissional e empresarial que lhes está subjacente. Admite, não obstante, que determinadas formulações, quando apresentadas isoladamente, podem suscitar dúvidas quanto ao seu significado, manifestando disponibilidade para introduzir esclarecimentos adicionais na comunicação.

Conclui que a informação divulgada não é falsa nem constitui uma prática comercial enganosa, requerendo a improcedência da Queixa.

Dão-se por reproduzidos a Queixa, a Contestação e os documentos juntos aos autos.

2. Enquadramento ético-legal

A questão submetida à apreciação do JE consiste em determinar se a utilização da expressão "Grande Porto · desde 2014", no sítio eletrónico institucional da Requerida, bem como das referências a, e.o., "10 anos" e "11 anos" associadas à respetiva identidade gráfica nos recibos emitidos aos condóminos, respeita os princípios da honestidade e veracidade da comunicação comercial, atendendo à data de constituição da sociedade anunciante e à justificação apresentada na contestação.

Importa, desde logo, esclarecer que a apreciação do JE não incide sobre a regularidade dos recibos enquanto documentos comerciais ou contabilísticos, mas sobre a natureza e o significado das mensagens de caráter promocional neles incorporadas. Com efeito, a circunstância de determinada referência surgir num documento destinado a comprovar um pagamento não exclui que possa assumir uma finalidade publicitária, designadamente quando se encontra associada à identidade gráfica da empresa e visa comunicar atributos suscetíveis de valorizar a sua imagem comercial.

Nos termos do artigo 4.º do Código de Conduta da ARP, a comunicação comercial deve respeitar os princípios da legalidade, decência, honestidade e veracidade, devendo ser concebida com sentido de responsabilidade social e profissional.

Por seu turno, o artigo 7.º estabelece o princípio da honestidade, estabelecendo no seu n.º 2 que "Os factores pertinentes susceptíveis de afectarem a decisão dos Consumidores devem-lhes ser comunicados na forma e no momento que possam, por si, ser tidos em consideração, tendo em conta, além do mais, as particulares características do Meio utilizado", e o artigo 9.º proíbe a comunicação comercial que, pela sua apresentação ou conteúdo, seja suscetível de induzir em erro os destinatários.

Acresce que, nos termos do artigo 12.º do Código de Conduta da ARP, as alegações publicitárias relativas a factos objetivamente verificáveis devem ser suscetíveis de comprovação, em linha com o estabelecido no Código da Publicidade, cujo artigo 10.º, n.º 2 determina que as afirmações relativas às características dos bens ou serviços publicitados sejam exatas e passíveis de prova.

Quanto a este ponto, refira-se desde que no caso em apreço, a Requerida não demonstrou que a empresa desenvolve a sua atividade desde 2014, conforme resulta da comunicação comercial reclamada, tendo antes procurado justificar a antiguidade anunciada com a experiência profissional do seu gerente. Ora, ainda que tal experiência fosse comprovada, a mesma não permitiria sustentar as alegações utilizadas, conforme melhor fundamentado adiante, uma vez que estas se encontram associadas à própria identidade empresarial da Requerida, sem qualquer referência ao percurso profissional dos seus responsáveis.

De referir, ainda, que, nos termos do artigo 11.º do Código da Publicidade, é proibida toda a publicidade que seja enganosa nos termos do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de Março, relativo às práticas comerciais desleais das empresas nas relações com os consumidores, sendo que, nos termos do artigo 7.º, n.º 1, deste diploma, uma prática comercial pode ser considerada enganosa quando contenha informações falsas ou quando, mesmo sendo factualmente correta, pela sua apresentação geral seja suscetível de induzir em erro o consumidor médio e de o levar a tomar uma decisão de transação que, de outro modo, não teria tomado. Já a alínea f) do referido preceito inclui, entre os elementos relevantes para essa apreciação, a natureza, os atributos e as qualificações do profissional.

Deste quadro normativo decorre que a conformidade da comunicação comercial não depende exclusivamente da veracidade isolada dos factos

invocados pelo anunciante, exigindo igualmente que a mensagem transmitida, considerada na sua globalidade, não seja suscetível de criar nos destinatários uma perceção inexata da realidade anunciada.

2.1. Do mérito

No caso em apreço, verifica-se que a comunicação comercial difundida no sítio eletrónico institucional da Requerida contém a expressão "Grande Porto · desde 2014", apresentada no contexto da identificação e promoção da empresa e dos serviços de administração de condomínios que disponibiliza.
Acresce que, conforme resulta dos documentos juntos aos autos, a Requerida utiliza igualmente referências à sua antiguidade nos recibos emitidos aos condóminos, nomeadamente, através da indicação de "10 anos", em 2025, e "11 anos", em 2026.

Estas referências não surgem como informações autónomas ou como explicações do percurso profissional dos responsáveis pela atividade, mas antes associadas à composição gráfica que identifica a própria empresa, imediatamente junto ao respetivo logótipo e à designação «Gestão Eficiente de Condomínios».

Considera o JE que esta apresentação assume particular relevância na apreciação da mensagem transmitida, na medida em que a associação visual da referência temporal à identidade comercial da Requerida é suscetível de reforçar, junto dos destinatários, a perceção de que os anos indicados correspondem à antiguidade da própria empresa.

A atualização da referência de "10 anos" para "11 anos", acompanhando o decurso do tempo, contribui igualmente para transmitir uma ideia de continuidade da atividade empresarial, em consonância com a expressão "Grande Porto · desde 2014" utilizada no sítio eletrónico.

Importa salientar que nenhuma destas referências contém qualquer menção à experiência profissional do gerente, dos trabalhadores ou de outros elementos da estrutura da Requerida, nem identifica a data de 2014 como correspondendo ao início de um percurso profissional individual.

Considera o JE que, atendendo ao contexto em que são apresentadas, as expressões em causa são suscetíveis de transmitir ao destinatário médio a ideia de que a própria empresa anunciante desenvolve a sua atividade na região do Grande Porto desde 2014, possuindo uma antiguidade empresarial correspondente ao número de anos indicado.

Não se trata, por conseguinte, de alegações expressamente relativas às qualificações ou à experiência profissional de determinada pessoa singular, mas de referências temporais associadas à própria identidade comercial da entidade anunciante.

Ora, resulta dos elementos constantes dos autos que a atual sociedade comercial foi constituída em 16 de dezembro de 2024, tendo a sociedade anteriormente existente sido constituída em 27 de junho de 2016 e posteriormente dissolvida e liquidada. Nenhuma destas datas corresponde ao ano de 2014 indicado na comunicação comercial.

A Requerida procura justificar a utilização daquelas referências temporais através da experiência profissional anteriormente adquirida pelo seu gerente na administração de condomínios. Todavia, considera o JE que tal argumentação não permite afastar a suscetibilidade de indução em erro da comunicação reclamada, porquanto as alegações publicitárias não se reportam à experiência profissional do gerente, mas são apresentadas no contexto da identificação e promoção da própria empresa.

Não está em causa questionar a possibilidade de o gerente possuir experiência profissional anterior à constituição da sociedade, nem a legitimidade de essa experiência ser valorizada na promoção dos serviços prestados. O que releva é que essa não é a informação que resulta das mensagens efetivamente transmitidas aos destinatários.

Com efeito, se a Requerida pretendia comunicar que o seu gerente exerce a atividade de administração de condomínios desde 2014, poderia tê-lo feito através de uma referência expressa a essa circunstância, identificando a experiência como pertencente ao profissional em causa.

Acresce que não é exigível ao destinatário médio que conheça o percurso profissional do gerente, a sucessão das estruturas societárias ou a informação eventualmente prestada em reuniões com condóminos para interpretar corretamente alegações apresentadas no sítio eletrónico e nos elementos gráficos utilizados pela empresa. A circunstância de a Requerida ter divulgado informações adicionais sobre a evolução da atividade, designadamente através de apresentações institucionais, não afasta a necessidade de a comunicação comercial em apreciação respeitar, por si mesma e no respetivo contexto, as exigências de honestidade e veracidade.

Importa igualmente salientar que a antiguidade de uma empresa pode constituir um elemento relevante na escolha de um prestador de serviços, particularmente no setor da administração de condomínios, no qual a continuidade da atividade, a experiência acumulada e a estabilidade empresarial são suscetíveis de influenciar a confiança dos consumidores.

A referência “desde 2014”, associada à identidade comercial da Requerida, bem como a indicação de uma contagem de anos incorporada na sua apresentação gráfica, são suscetíveis de transmitir uma perceção de

continuidade e presença no mercado superior àquela que resulta da antiguidade da atual sociedade e da sociedade anteriormente existente.

Tal circunstância assume relevância para efeitos do artigo 7.º do Decreto-Lei n.º 57/2008, uma vez que a suscetibilidade de indução em erro não depende necessariamente da existência de uma afirmação expressamente falsa, podendo resultar da forma como a informação é apresentada e da impressão global criada junto do consumidor médio.

No caso concreto, ainda que se admitisse como demonstrada a experiência profissional do gerente desde 2014, tal facto não seria suficiente para considerar conformes comunicações que não atribuem expressamente essa experiência ao referido profissional, antes associando as referências temporais à própria empresa.

Por outro lado, a Requerida reconhece, na sua contestação, que determinadas referências temporais isoladas podem suscitar dúvidas quanto ao respetivo significado, manifestando disponibilidade para proceder à sua clarificação. Tal disponibilidade não deixa de ser valorizada pelo JE, mas não afasta a necessidade de apreciar a conformidade das comunicações nos termos em que foram efetivamente difundidas.

Face ao exposto, considera o JE que a utilização da expressão «Grande Porto · desde 2014», bem como das referências a «10 anos» e «11 anos» associadas à identidade gráfica da Requerida, desacompanhadas de qualquer referência à experiência profissional do gerente ou de outros profissionais, é suscetível de atribuir à Requerida uma antiguidade e continuidade de atividade empresarial que não encontram correspondência nos elementos societários apresentados.

A comunicação não respeita, por conseguinte, as exigências de honestidade e veracidade que devem presidir à publicidade, mostrando-se suscetível de induzir os destinatários em erro quanto à antiguidade da empresa anunciante.

Considera, assim, o JE que as comunicações comerciais reclamadas se encontram em desconformidade com os princípios consagrados nos artigos 4.º, 5.º e 9.º do Código de Conduta da ARP, em consonância com o disposto nos artigos 10.º e 11.º do Código da Publicidade, conjugados com o artigo 7.º, n.º 1, alínea f), do Decreto-Lei n.º 57/2008, de 26 de março.

3. Deliberação

Pelo exposto, delibera a Primeira Secção do Júri de Ética da ARP julgar a Queixa procedente, por considerar que as comunicações comerciais em apreciação se encontram em desconformidade com o disposto nos artigos 4.º, 5.º e 9.º do Código de Conduta da ARP, por serem suscetíveis de induzir os destinatários em erro quanto à antiguidade e continuidade da atividade da entidade anunciante, determinando a cessação das comunicações comerciais reclamadas nos moldes apreciados nos presentes autos e a sua não reposição, total ou parcial, em qualquer suporte, enquanto subsistirem os tipos de desconformidade ora identificados.».

A Presidente da Primeira Secção do Júri de Ética da Auto Regulação Publicitária