

FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE SERGIPE  
BACHARELADO EM DIREITO

LUDMARY MENESES GÓES

RECLAMAÇÕES RECORRENTES NO MERCADO DE CONSUMO DO MUNICÍPIO  
DE ARACAJU EM 2015

Aracaju  
2015

LUDMARY MENESES GÓES

**RECLAMAÇÕES RECORRENTES NO MERCADO DE CONSUMO DO MUNICÍPIO  
DE ARACAJU EM 2015**

Monografia apresentada como requisito para a obtenção do Grau de Bacharel em Direito, pela Faculdade de Administração e Negócio de Sergipe – FANESE, graduação em Direito.

Orientadora:

Prof.<sup>a</sup> Fernanda Gurgel Raposo

Aracaju

2015

G508r GÓES, Ludmary Meneses

Reclamações Recorrentes No Mercado De Consumo Do Município de Aracaju em 2015 / Ludmary Meneses Góes. Aracaju, 2015. 54 f.

Monografia (Graduação) – Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe. Departamento de Direito, 2015.

Orientadora: Profa. Ma. Fernanda Gurgel Raposo

1. Reclamações 2. Proteger 3. Consumidor 4. Recorrência I.  
TÍTULO.

CDU 346.548(813.7)

LUDMARY MENESES GÓES

**RECLAMAÇÕES RECORRENTES NO MERCADO DE CONSUMO DO  
MUNICÍPIO DE ARACAJU EM 2015**

Trabalho monográfico submetido à Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe - FANESE, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Direito e aprovada pela seguinte banca examinadora:

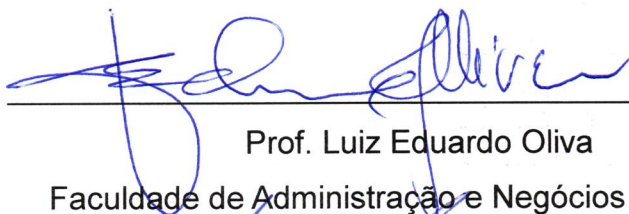
Aprovado em: 03/12/2015.

**BANCA EXAMINADORA**



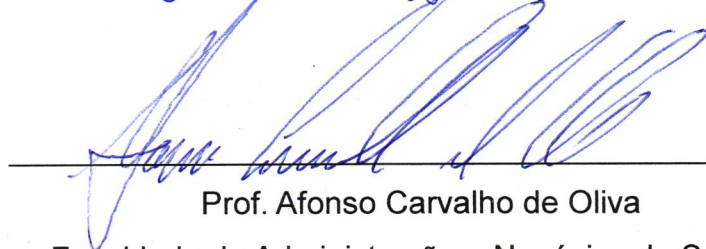
Prof.<sup>a</sup> Fernanda Gurgel Raposo

Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe



Prof. Luiz Eduardo Oliva

Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe



Prof. Afonso Carvalho de Oliva

Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe

As três grandes inspirações da minha vida, minha prima Rafaela, minha madrinha Vilma e ao meu lindo vizinho Estevam (in memoriam), que infelizmente não podem estar presente neste momento tão feliz da minha vida, mas que não poderia deixar de dedicar a elas, pois se hoje estou aqui, é graças aos seus ensinamentos e valores passados. Obrigada por tudo! Saudades eternas!

Ao momô da minha vida, meu marido Allan, por toda paciência, compreensão, carinho e amor, e por me ajudar muitas vezes a achar soluções quando elas pareciam não aparecer. Você é a pessoa que compartilha comigo os momentos de tristezas e alegrias da minha vida. Além deste trabalho, dedico todo meu amor a você.

A estes dedico meu trabalho.

## AGRADECIMENTOS

Mais uma etapa vencida, um sonho que se realiza, dentre os muitos que haverei de realizar. Sozinha seria impossível contabilizar essa vitória em minha vida. Sou muito grata a Deus, pois ele permitiu e me deu forças para que hoje isso acontecesse.

Agradeço muito a minha família, aos meus pais que sempre me apoiaram sem eles nada disso seria possível, eles foram a peça fundamental para a concretização do meu trabalho. A vocês expresseo o meu maior agradecimento.

Ao meu maninho Neto, por sempre acreditar que eu conseguiria realizar tudo, mesmo quando eu achava que não dava conta, ele sempre confiou que eu conseguiria, e me motivava com sangue no olho e faca na caveira risos.

As minhas "vovys" do coração Lúcia e Carmosa, que sempre oram por mim, me protegendo e dando força.

Agradeço a minhas tias/mães de coração, Luciane, Carminha, Meire e Luiza Portinari. E aos meus tios/pais Luiz e Nil.

Agradeço também aos meus primos, tios e tias.

As minhas amigas Michelle Oliveira, Rose Hurt, Regina e Evinha por todo carinho e preocupação para comigo, a vocês minhas amigas, meu muito obrigada.

A minha orientadora fofa Fernanda Gurgel pela paciência e ensinamentos. Por sempre aberta minha mente risos me motivando a dar o meu melhor.

Ao nobre professor Pedro Durão, por todo apoio, dedicação e carinho que tem por mim. Obrigada por me inspirar a querer galgar vãos mais altos.

Ao professor Lucas Cardinali, você é uma pessoa sensata, compreensiva, sensível para com seus alunos um verdadeiro mestre, admirável, além de dar uma aula maravilhosa, você é show.

Ao meu maridolino Allan, a tampa da minha panela, o presente de Deus na minha vida, melhor amigo, e companheiro de todas as horas, meu porto seguro. Obrigada amor da minha vida por sonhar junto comigo, por me apoiar em todas as minhas decisões, por sempre acreditar que posso melhorar e por nunca me deixar desistir. Hoje meu mais que lindo o primeiro passo foi dado para conquistar nossos objetivos. Amo muito muito você.

Em fim a todos que indiretamente contribuíram para realização dessa monografia.

*Cada fracasso supõe um capítulo a mais na história da nossa vida e uma lição que nos ajuda a crescer. Não desanime com os fracassos. Aprenda com eles, e siga em frente. Portanto se você quer vencer, não fique olhando a escada. Comece a subir, degrau por degrau, até chegar ao topo.*

*Artista desconhecido.*

## RESUMO

A presente monografia se justifica pelo aumento dos números de reclamações de consumo que ao longo do tempo evoluíram de forma significativa. Do primitivo escambo e das minúsculas operações mercantis tem se hoje complexas operações de compra e venda que envolve milhões de reais ou de dólares. A preocupação com essa questão é tão grande que levou o legislador a editar um estatuto que buscasse proteger a parte vista como vulnerável e hipossuficiente, e, por conseguinte, equilibrasse o mercado de consumo entre fornecedor e consumidor. Para efetuar o presente trabalho foi escolhido o município de Aracaju, tendo com objetivo geral verificar, junto aos Órgãos de Defesa do Consumidor do município de Aracaju, as reclamações recorrentes. E objetivos específicos qual ramo que recebe o maior número de reclamações dos consumidores de Aracaju, até que ponto, as reclamações dos consumidores são realmente pertinentes, identificar quais os sentimentos e condutas dos consumidores prejudicados, e por fim, qual a posição do Código de Defesa do Consumidor sobre tema. Para elaboração dessa monografia, foram utilizados como base teórica, vários autores e a entrevista realizada no PROCON/SE, onde foram de suma importância seus questionamentos e ensinamentos que serviram de base para esta da pesquisa.

**Palavras-chave:** Reclamações. Proteger. Consumidor. Recorrência.

## ABSTRACT

This monograph is justified by the increase in the market claims nowadays and that have evolved significantly. From the primitive barter and small market operations, today we have complex negotiations involving millions of Brazilian real or US dollars. The concern with such a question is so big that it took the legislator to edit a statute which seeks to protect the ones seen as vulnerable and underprivileged and therefore balance the consumer market between supplier and consumer. To perform this study, Aracaju city was chosen, and the general purpose is to check with Consumer Protection Institution in Aracaju the recurrent complaints. And the specific objective is: to observe which branch receives the highest number of consumer complaints in Aracaju; to see how far the consumer complaints are really relevant; to identify the feelings and behavior of the impaired consumers; and what is the position of the Consumer Defense Code on this subject. For the preparation of this monograph were used as a theoretical basis, several authors and the interviews held at PROCON/SE, which were of great importance their questions and teachings that served as the basis for this research.

**Keywords:** Complaints.Protect.Consumer.Recurrence.

## LISTA DE ABREVIATURAS

**CDC** – Código de Defesa do Consumidor

**CEAC** – Centro de Atendimento ao Cidadão

**CIP** – Cadastro de Informação Preliminar

**DPDC** – Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor

**IDEC** – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

**MEI** – Micro Empreendedor Individual

**OAB** – Ordem dos Advogados do Brasil

**SAC** – Serviço de Atendimento ao Consumidor

**SNDC** – Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>2. O DIREITO DO CONSUMIDOR NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO</b>	14
2.1 Lei dos Juizados Especiais .....	15
<b>3. FIGURAS ENVOLVIDAS NA RELAÇÃO DE CONSUMO</b> .....	17
3.1 Conceito de Consumidor.....	17
3.2 Consumidor e Cliente.....	19
3.3 Consumidor, Cliente e <i>Marketing</i> .....	20
3.4 Satisfação do Consumidor/Cliente .....	20
3.5 Conceito de Fornecedor.....	21
3.6 Demais Modalidades de Fornecedor.....	22
3.7 Relação de Consumo.....	24
<b>4. AS NORMAS ADMINISTRATIVAS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR</b> .....	26
4.1 Por que os consumidores/Clientes reclamam? .....	27
4.2 O PROCON/SE .....	28
4.2.1 O que o PROCON/SE faz para frear as reclamações.....	29
4.2.2 Qual o ramo de maior reclamação .....	30
4.3 Na esfera administrativa como o consumidor pode reclamar.....	30
<b>5. O ENTENDIMENTO JURISPRUDENCIAL CORRELACIONANDO COM AS EMPRESAS QUE TEM RECLAMAÇÕES MAIS RECORRENTES NO MUNICÍPIO DE ARACAJU</b> .....	33
CONCLUSÃO .....	39
REFERÊNCIAS.....	41
QUESTIONÁRIO APLICADO AOS FUNCIONÁRIOS DO PROCON/SE .....	43
RANKING DAS EMPRESAS QUE RECEBERAM MAIS RECLAMAÇÕES .....	45
RANKING DAS EMPRESAS QUE NÃO SOLUCIONARAM A RECLAMAÇÃO PELO CIP .....	46
ENTREVISTA DO DIRETOR DO PROCON/SE .....	47

## 1. INTRODUÇÃO

O assunto “mercado de consumo”, dado aos seus aspectos relevantes no que diz respeito ao consumidor e ao fornecedor, tem sido motivo de preocupação de diversos setores da sociedade organizada, até mesmo de muito de nossos governantes. Muitos consumidores (considerados hipossuficiente na relação consumerista têm os seus sonhos e anseios frustrados em função dos abusos cometidos pelas empresas, ou seja, pela parte mais forte. A criminalização dessa conduta lesiva ao consumidor ajuda, visto que há uma inibição do agente ativo).

Dadas às devidas alterações, em 1990 foi editado o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078), que consiste num conjunto de normas e princípios que disciplina a relação de consumo.

O Código de Defesa do Consumidor tutela as reclamações de consumo, e a sua abrangência está adstrita às relações negociais, das quais participam, necessariamente, o consumidor e o fornecedor transacionado produto e serviço. Desta feita, para que seja amparado pelos ditames do CDC, o mercado tem que possuir esses aspectos, isto é, possuir de um lado um consumidor e do outro um fornecedor, visando à transação de produtos e/ou serviços.

O cidadão ao realizar alguma atividade comercial, nem sempre tem consciência dos seus direitos, além de desconhecer quais os meios mais eficazes de tutela na hipótese de lesão. Por outro lado, as empresas (fornecedores) se aproveitam dessa situação para abusarem daqueles que, quer direta ou indiretamente, “sustentam” as mesmas com aquisições de produtos e/ou serviços.

Para realização dessa monografia foi escolhida para análise a cidade de Aracaju, de acordo com a estimativa de 2014, sua população é de 623.766 habitantes. Aracaju possui um centro comercial, com grandes lojas, como, por exemplo, a C&A, Lojas Emanuelle, Lojas Riachuelo, Lojas Renner, Lojas Americanas, Esplanada, Ricardo Eletro, Magazine Luiza, Insinuante, Casas Bahia e as redes de supermercado Gbarbosa que tem sua sede em Aracaju, o Bompreço, Atacadão, Makro, Extra, Mercantil Rodrigues, Todo Dia e outros.

A cidade conta também com dois shoppings, Shopping Jardins, localizado no Bairro Jardins, e RioMar Shopping, situado no bairro Bairro Coroa do Meio, as

margens do Rio Sergipe, próximo a Avenida Beira Mar. Ainda na região metropolitana de Aracaju, há também o Shopping Prêmio. O modo de organização do comércio local foi sofrendo algumas alterações no seu processo histórico. Aracaju tem resistido ao capital estrangeiro através da descentralização do seu comércio, onde se destaca o crescimento de lojas nos bairros aracajuanos.

Diante da estima crescente e da ascensão comercial da cidade em questão, e devido à temática aqui estudada que apesar de ser relativamente nova no Brasil, mas muita gente conhece de perto o problema e o que ela se refere (abuso, negligência e omissão do fornecedor – empresa, para com o consumidor), é importante analisar: quais as reflexões, os debates e o grau de conhecimento sobre o mercado de consumo Aracajuano.

As questões norteadoras que serviram de base para essa monografia foram qual ramo com maior número de reclamações, identificando o nível de pertinência das reclamações dos consumidores, e, por fim qual a posição do Código de Defesa do Consumidor sobre tema.

Foi utilizado como fonte primária, o Código de Defesa do Consumidor. A fonte secundária utilizada foi o uso de questionários, formulados e realizados no PROCON/SE.

O tipo de estudo escolhido foi o estudo de campo no local da pesquisa no PROCON/SE, que fica situado na cidade de Aracaju do Estado de Sergipe. O estudo de campo foi realizado no período de 02 meses, os dados para realização dessa pesquisa, foram fornecidos pelo PROCON, que tem todos os registros dos consumidores lesados da cidade de Aracaju, que procuraram o referido órgão na tentativa de solucionar seus problemas.

Com os dados em mãos, foi elaborada uma pesquisa bibliográfica, tomando como base o CDC e toda literatura disponível relacionada ao assunto, assim como as publicações periódicas em jornais e revistas, sites especializados, teses e monografias que versam sobre o tema. Foi realizada também uma pesquisa exploratória por meio de levantamento bibliográfico e entrevistas realizadas com os funcionários do PROCON da cidade de Aracaju.

O método realizado foi o dedutivo, a abordagem feita foi à qualitativa, onde foram aplicados os questionários no momento da pesquisa. Foi escolhida essa abordagem na tentativa de obter a maior precisão dos resultados.

O universo e amostra forma totalidade das reclamações realizadas nos respectivos órgãos de defesa do consumidor.

Cumprir frisar que o Código de Defesa do Consumidor tutela as reclamações de consumo, e a sua abrangência está adstrita às relações negociais, das quais participam, o consumidor e o fornecedor transacionando produto e serviço. Desta feita, para que seja amparado pelos ditames do CDC, o mercado tem que possuir esses aspectos, isto é, possuir de um lado um consumidor e de outro um fornecedor, visando à transação de produtos e/ou serviços.

Perante tal realidade, a pesquisa pretende esclarecer para sociedade em geral quais os problemas e qual ramo tem o maior número de reclamações dos consumidores e, dessa maneira, procurar soluções cabíveis com o intuito de melhorar o mercado e a relação de consumo entre consumidor e fornecedor. A finalidade precípua deste estudo é prestar esclarecimentos à sociedade Aracajuense acerca do diagnóstico das recorrentes reclamações do mercado de consumo no município de Aracaju. Desta forma, com a realização desta monografia, espera-se a obtenção dos seguintes resultados: a identificação e a análise das recorrências das reclamações dos consumidores da cidade mencionada; e, por fim, a constatação de como o ordenamento jurídico pátrio trata ou legisla sobre o assunto.

## 2. O DIREITO DO CONSUMIDOR NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO

Antigamente não existia uma lei específica que protegesse as pessoas que adquirissem um produto ou contratassem qualquer serviço. O código civil era responsável por versar sobre esses assuntos.

Lembra Maria Antonieta Zanardo Donato (1994, p.59) que:

O trâmite legislativo para elaboração de uma lei constitui-se numa tarefa extenuante, e a promulgação do Código de Defesa do Consumidor não se mostrou diversa, especialmente por toda a democracia com que foi elaborado, constituindo-se certamente numa enorme vitória para todos aqueles que se empenharam tão arduamente para vê-lo transformado em lei.

Em março de 1991 entrou em vigor a lei nº 8.078/90, que é mais conhecida como Código de Defesa do Consumidor. O objetivo é proteger os que fazem compras ou contratam algum serviço.

A criação do PROCON de São Paulo marca o primeiro passo efetivo para o reconhecimento dos direitos e proteção do consumidor. Sendo criado em 1976, o primeiro órgão público de proteção ao consumidor. Em meio ao cenário dos anos 30 e 50 com os movimentos populares que reivindicavam os direitos do consumidor, sendo marco histórico quando a população saiu às ruas para protestar contra a falta e altos preços de alguns produtos.

No site do [procon.sp.gov.br](http://procon.sp.gov.br) foi encontrado também, o relato que os anos 80 foram marcados por profundas transformações políticas e pelos planos econômicos, com intensa participação popular nas questões envolvendo consumo. Na ocasião, varias entidades civis se organizaram em segmentos específicos para a proteção do consumidor. Em 1987, foi fundado o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) e em 1989 foi constituída a Comissão de Defesa do Consumidor da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), em São Paulo.

A Constituição Federal de 1988 contemplou, pela primeira vez na história jurídica, os direitos no consumidor. No inciso XXII do artigo 5º dispõe a Carta: "O Estado promoverá, na forma de lei, a defesa do consumidor". Neste dispositivo Estado está como denominação genérica de administração pública, em todos os

níveis. Mas a legitimação dos direitos do consumidor só ocorreu em 1990, com a sanção da lei 8.078, conhecida como Código de Defesa do Consumidor.

Além de normatizar os direitos e garantir a proteção dos consumidores, a legislação estabeleceu responsabilidades, tipificou crimes e delimitou penalidades para as infrações cometidas nas relações de consumo.

## **2.1. Lei dos Juizados Especiais**

Os juizados especiais, regulamentado pela Lei n. 9; 099/95, foram recebidos como grande esperança de melhorias no Judiciário, sendo competentes para decidir causas em virtude do valor (até 40 salários mínimos) da matéria (aquelas tidas como de menor complexidade). O processo nesses juízos valoriza os critérios da oralidade, simplicidade, informalidade, economia processual e celeridade, buscando sempre que possível a conciliação das partes.

Eles possibilitam a prestação jurisdicional de forma rápida e simples, o que contribui para desafogar os órgãos judiciários comuns, pois os recursos são julgados por turmas de juízes de primeira instância.

No que diz respeito à proteção ao consumidor, cumpre frisar que os Juízes de Juizados Especiais Cíveis do Rio de Janeiro aprovaram novos anúncios em seu site, [tjrj.jus.br](http://tjrj.jus.br) que reforçam a tal tutela e, destarte, “todas as ações que envolvam relação de consumo poderão ser propostas no Juizado Especial Cível do domicílio do autor, de modo a facilitar a vida do consumidor“. Considerando que, devido à informalidade do Juizado Especial, a própria pessoa pode redigir a sua petição, o juiz poderá dar uma real e mais ampla abrangência ao pedido inicial que contenha expressões imprecisas.

Também as microempresas poderão propor ação nos Juizados Especiais Cíveis, desde que apresente original ou cópia autenticada da declaração de enquadramento feita junto ao órgão de registro. Estes são alguns dos enunciados aprovados durante o II Encontro de Juízes de Juizados Cíveis e Turmas Recursais, realizado em Conservatória, pelo Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro, com o objetivo de unificar o entendimento em relação a diversos pontos polêmicos, de modo a dar mais segurança ao cidadão que procura a Justiça para resolver questões com valor até 40 salários mínimos.

Os juízes entenderam ainda que são admissíveis nos Juizados ações objetivando a revisão de cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou se tornem excessivamente onerosas, desde que o consumidor apresente, com a petição inicial, planilha discriminada do valor que considera devido.

Aberto pelo presidente do TJ/RJ, desembargador Humberto de Mendonça Manes, o encontro contou com a participação dos desembargadores Paulo Gomes da Silva Filho (corregedor-geral da Justiça), Wilson Santiago Mesquita de Mello e Semy Glanz (vice-presidente do TJ/RJ), Thiago Ribas Filho e Sérgio Cavaliere Filho (da Comissão Estadual dos Juizados), Leila Maria Carrilo Cavalcante Ribeiro Mariano (presidente da Escola de Administração da Justiça) e Luiz Fernando de Carvalho (TJ/RJ).

A criação dos juizados especiais se justifica para dar ao cidadão uma nova possibilidade de agilidade e tratamento específico ao caso concreto, estimulando assim o cidadão pela busca dos seus direitos, desafogando também o judiciário.

### 3. FIGURAS ENVOLVIDAS NA RELAÇÃO DE CONSUMO

A relação de consumo existe quando uma operação comercial é estabelecida entre duas partes: consumidor e fornecedor. Para entender a relação de consumo é válido compreender os significados de consumidor e fornecedor.

#### 3.1. Conceito de Consumidor

Evidentemente devemos partir do conceito fornecido pelo próprio código em seu artigo 2º: “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”. Trata-se de uma definição objetiva que tem como única restrição que seja a utilização do produto ou do serviço feita por destinatário final, de forma que, surge a dúvida em relação aquele que consome para utilização em sua profissão, com fim de lucro.

Pela análise do código, pode-se perceber que o consumidor tanto pode ser uma pessoa física<sup>1</sup> como jurídica<sup>2</sup>. De modo geral, o consumidor pessoa física não precisa ser maior ou menor de 21 anos, jovem ou velho, homem ou mulher. Para ser destinatário final e ser considerado consumidor, basta ser participante da relação de consumo com papel de comprador de um produto ou usuário de serviço. É claro que certas operações por sua natureza ou vulto, exigem consumidor maior de 18 anos e capaz de consumir direitos e obrigações, e, em outras operações, o consumidor pode ser um menor de 18 anos.

Gera dúvida o significado da expressão “destinatário final” inserida no código. Para alguns, designa a relação jurídica de consumo estabelecida entre o vendedor e o comprador, permanecendo o primeiro alheio a ela quanto á responsabilidade por eventual indenização de dano sofrido pelo consumidor. Este posicionamento é contraditório, visto que o próprio código informa no seu artigo 13

---

<sup>1</sup>Pessoa física é a pessoa natural, isto é, todo indivíduo (homem ou mulher), desde o nascimento até a morte.

<sup>2</sup>Pessoa jurídica é a unidade de pessoas naturais ou de patrimônio visando ao atingimento de determinados objetivos. Pode ser composta de pessoas físicas ou de outras pessoas jurídicas, como por exemplo, uma associação, empresa, companhia, legalmente autorizada. Em última análise é composta por pessoas.

que há casos em que o vendedor ou comerciante é responsável pela reparação do prejuízo sofrido pelo consumidor.

Outra versão é a de que a expressão “destinatário final” designa o consumidor que adquire um produto para satisfazer a uma necessidade pessoal ou a uma necessidade desvinculada da atividade básica em se tratando de pessoa jurídica. Está implícito nesse entendimento que o produto há de estar acabado, apto a atender ao fim desejado pelo consumidor.

Segundo Saad (1999, p.60) “não é consumidor o empresário que recebe de alguns fornecedores componentes para montar o produto final capaz de atender a uma necessidade do consumidor”. Nesse sentido, Gama (2001, p.12) afirma que:

[...] bastará numa relação jurídica com o fornecedor, que alguém (pessoa física ou jurídica) se posicione como destinatário final de um produto ou serviço, para que a saibamos consumidora. O estado, grandes empresas ou um só cidadão, quando são destinatários finais de produtos ou serviços, são eles consumidores. Não é consumidor quem adquire bem para transformar, repassar, parcelar ou revender, pois nesse caso não se trata de destino final.

Analisando o consumidor sob um ponto de vista econômico, ele pode ser considerado todo indivíduo que se faz destinatário da produção de bens, seja ele ou não adquirente. Já do ponto de vista sociológico pode ser considerado consumidor qualquer cidadão que desfruta ou se utiliza de bens e serviços, mas deve permanecer a uma determinada categoria ou classe social.

Para Rizzatto Nunes (2005, p. 73):

[...] a norma define como consumidor tanto quem efetivamente adquire (obtem) o produto ou o serviço como aquele que, não o tendo adquirido, utiliza-o ou o consome. Assim, por exemplo, se uma pessoa compra cerveja para oferecer aos amigos numa festa, todos aqueles que a tomarem serão considerados consumidores.

Desta forma, podemos conceituar consumidor como sendo qualquer pessoa, natural ou jurídica, que contrata para sua utilização a aquisição de mercadorias ou a prestação de serviços, independentemente do modo de manifestação da vontade; isto é, sem forma especial, salvo quando a lei expressamente a exigir.

De acordo com a Teoria Maximalista, destinatário final é todo aquele consumidor que adquire o produto ou serviço para seu uso próprio, não se preocupando com a destinação econômica do mesmo.

Já a teoria Finalista, entende destinatário final como todo aquele que utiliza o produto como consumidor final, de modo econômico e de fato.

O STJ tem manifestado o entendimento das suas decisões adotando a teoria finalista mitigada, de acordo com essa teoria o consumidor tanto pode ser quem adquire um produto para uso pessoal, quanto os profissionais liberais e os pequenos e micro empreendedores que conferem ao bem adquirido a participação no implemento de sua unidade produtiva, porém deve ser demonstrada a hipossuficiência, caso não seja demonstrada a relação será julgada sob ótica do Código Civil. Entende-se que a pessoa jurídica também pode ser considerada consumidor desde que comprove seu estado de vulnerabilidade e hipossuficiência na aquisição de serviços ou bens e não podem ter ligação direta com as matérias primas utilizadas no produto.

### **3.2. Consumidor e Cliente**

Cliente é um termo costumeiramente usado para aqueles consumidores que utilizam do serviço várias vezes, ou consomem um produto de determinado estabelecimento repetidas vezes. Mas, tanto o cliente como o consumidor, quando sentirem lesados por um serviço mal prestado, ou um produto estragado, deverão recorrer à mesma lei: Código de Defesa do Consumidor. Para o direito não há diferença. Ambos são amparados pelo código de defesa do consumidor.

De acordo com André Carneiro (2008, p.1):

[...] até os anos 90 o Marketing direcionava suas ações a um público denominado consumidor. A partir daquela década temos vivenciado uma mudança na forma de nomear este público: de consumidor para cliente. Era o que os estudiosos chamaram de início da era do cliente. [...] O significado clássico da palavra consumidor é de uma pessoa que compra para gasto próprio, enquanto o de cliente é de uma pessoa ou organização que desempenha um papel no processo de transação com uma empresa ou organização.

Portanto, cliente é aquele que adquire ou utiliza um produto ou serviço oferecido pelo estabelecimento, já consumidor é quem consome, utiliza o produto ou serviço, mesmo sem tê-lo adquirido. Assim sendo, costumamos dizer que o consumidor é aquele que consome bens ou produtos (p. ex. mercadorias em um supermercado) e clientes aqueles que consomem serviços (p. ex. de um médico).

### **3.3. Consumidor, Cliente e *Marketing***

As estratégias de *marketing* nos seduzem de tal forma, que sempre somos levados a consumir algo relacionado com o produto que nos é mostrado de forma tendenciosa, enganosa e muitas vezes mascarada. Isto porque vivemos em uma sociedade de consumo, profundamente marcada pela compulsiva aquisição de bens, dominada por comerciantes, produtores e fornecedores, capazes dos mais insinuantes ardis com o intuito de repassar suas mercadorias.

Com o processo de *marketing* se consegue inverter toda a estrutura comunicativa que é o mercado, unilateralmente, em favor dos interesses empresariais. O consumidor é levado a consumir os produtos e serviços que os industriais e comerciantes têm interesse em lhes fornecer, na quantidade por eles pré-fixada, na qualidade que lhes é imposta.

Destarte, a influência de *marketing* e suas estratégias no mercado de consumo atual são exercidas de forma, infelizmente, tendenciosa a ludibriar o consumidor/cliente que, por conseguinte, acabam por ficar a mercê dos “gigantes” que atuam no mercado.

### **3.4. Satisfação do Consumidor/Cliente**

Em geral o ser humano tem necessidades, anseios e desejos que precisam ser atendidos e uma das formas que as pessoas buscam para satisfazer esses sentimentos é através do ato da compra.

Para Philip Kotler (1998, p.53):

[...] satisfação é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto (ou resultado) em relação às expectativas da pessoa. Com esta

definição deixa claro, a satisfação é a função do desempenho percebido e das expectativas. Se o desempenho ficar longe das expectativas, o consumidor estará insatisfeito. Se o desempenho atender suas expectativas, o consumidor estará satisfeito e se excedê-las estará altamente satisfeito ou encantado.

Antigamente o cliente se dava por satisfeito, e quase grato, pelo simples fato de comprar um produto e ele funcionar. Hoje o cliente conhece seus direitos e sabe que pode e deve exigir máxima qualidade dos produtos ou serviços que adquire. Portanto satisfazer um cliente que na atualidade se tornou tão exigente, não basta apenas fazer o que ele pede, mas sim surpreendê-lo com aquele algo a mais.

### **3.5. Conceito de Fornecedor**

Dispõe o art. 3º do CDC: “Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”. Sendo que, como serviço, o parágrafo 2º entende também as atividades bancária, financeira, de crédito e securitária, ficando excluídas somente as trabalhistas. A definição é ampla, ficando claro que o legislador pretendeu assegurar a inclusão de um grande número de prestadores de serviço, ficando ‘a aplicação na dependência única de ser o co-contratante um consumidor, para a definição da outra parte como fornecedor.

Fornecedor, o exercente das atividades econômicas que discrimina, está a dizer que se trata de pessoa física ou jurídica que exerce profissionalmente, isto é, com continuidade, essa atividade. Fica, portanto, excluído do conceito de fornecedor aquele que vendeu um bem móvel ou imóvel, mas que tem ofício muito diferente do de vender tais bens (SAAD, 1999).

Ao definir fornecedor, assim se manifesta Plácido e Silva (2006, p. 633):

[...] derivado do francês “fournir” (fornecer, prover), de que se compôs “fournisseur” (fornecedor), entende-se todo comerciante ou estabelecimento que abastece ou fornece habitualmente uma casa ou outro estabelecimento do gênero e mercadorias necessários a seu consumo.

E, nesse sentido, por certo que são compreendidos todos quantos propiciem a oferta de bens e serviços no mercado de consumo, de molde a atender as necessidades, pouco importando a que título, tendo relevância à distinção apenas, como se verá, quando se cuidar da responsabilidade de cada “fornecedor” em casos de danos aos consumidores.

Sílvia Luís Ferreira Rocha (1992, p. 72) chama atenção para outras definições de fornecedor. Assim sendo, o autor conceitua fornecedor real ou produtor real como sendo:

[...] o realizador do produto, a pessoa física ou jurídica que sob a sua responsabilidade participa do processo de fabricação ou produção do produto acabado, de uma parte componente ou de matéria-prima, podendo ser o fabricante, o produtor e o construtor, nacional ou estrangeiro.

Para o mesmo doutrinador (1992, p. 73), o fornecedor pode ser classificado ainda como fornecedor presumido ou produtor presumido, isto é, “aquele que importou os produtos, ou vende produtos sem identificação clara do seu fabricante, produtor, importador ou construtor”.

Cumprido frisar que em uma operação de compra e venda em que o vendedor é um particular onde o mesmo aliena o que lhe pertence, não é ele classificado como fornecedor, ou seja, a pessoa que eventualmente venda um bem ou preste um serviço, sem caráter de habitualidade, não será considerada fornecedora e seus negócios não são abrangidos pelas proteções ensejadas pelo código de defesa do consumidor.

### **3.6. Demais Modalidades de Fornecedor**

Conforme abordado no tópico acima, apregoando o conceito geral de fornecedor, deve-se, portanto, agora, trazer à baila, suas distinções conforme disciplina o CDC.

Neste diapasão, fornecedor se apresenta como o gênero, porém suas espécies não estão somente elencadas no caput do art. 12. Portanto suas espécies mais abordadas são: fabricante, produtor, construtor e importador.

Art. 12. da lei 8078/90: O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

Cabe uma ressalva, o fabricante, o produtor, o importador, o construtor são responsáveis independentemente de culpa. O caput do artigo 12 do CDC não menciona fornecedor, excluindo assim o comerciante. Porém o artigo 13 do CDC dá ao comerciante uma responsabilidade subsidiária em relação às pessoas mencionadas no artigo 12.

Art. 13. Da lei 8078/90: O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

I - o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;

II - o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador;

III - não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.

Em um primeiro momento, por fabricante, entende-se aquela pessoa física ou jurídica que assumi o risco no mercado financeiro, colocando a disposição das pessoas, para promover a relação de consumo, produtos por eles produzidos.

Observa-se:

É toda pessoa física ou jurídica que põe à disposição no mercado, produtos industrializados, podendo ser estes manipulados ou processados, acabados ou semi-acabados, abrangendo tanto aquele que produz produtos em fase final, como também aquele que produz matéria-prima, componentes ou peças para serem utilizados na fabricação de outros bens (FILOMENO, 1999).

Em outra banda, produtor foi apregoado na relação de consumo, como uma espécie de fornecedor que produz, bem como comercializa seus produtos de forma não industrializada.

Destaca-se:

É todo aquele que coloca no mercado produtos naturais, ou produtos não-industrializados (FILOMENO, 1999).

Outra importante espécie trazida pelo CDC foi o construtor. Sendo este, responsável pela parte estrutural ou física da relação de consumo.

Observa-se:

Consiste no responsável pela inserção no mercado de produtos imobiliários, tais como apartamentos residências e comerciais, casas etc. (FILOMENO, 1999).

A última espécie trazida pelo CDC foi o importador. Sendo este um importante elo entre as relações de consumo nacionais e internacionais, pois é o indivíduo responsável em trazer produtos industrializados ou não, de fora para dentro do país, enriquecendo, bem como fortalecendo a indústria nacional.

Destaca-se:

É aquele que introduz no mercado de um determinado país produtos industrializados ou naturais (não-industrializados) (FILOMENO, 1999).

Nesse ínterim, deve-se observar a importância que cada espécie de fornecedor subdividida pelo CDC acrescenta para relação de consumo, pois sabendo o consumidor o responsável pelas fases de processamento até o produto final, estará mais seguro a fim de exercer os seus direitos, podendo saber quem são os responsáveis ou legitimados ativos em uma futura reparação de dano.

Portanto, entende-se também que todo fornecedor de produtos e serviços deve ser responsável pelos produtos e serviços que são objetos na sua atividade de relação de consumo.

### **3.7. Relação de Consumo**

Quando alguém compra um produto para satisfazer necessidade pessoal ou familiar, estabelece-se uma relação jurídica chamada de “relação de consumo”. Assim, essa relação jurídica de consumo reúne, de um lado, o empresário ou fornecedor como definido neste estudo e, de outro, o consumidor dos bens e serviços colocados à venda. Nessa relação, mediante consentimento mútuo, uma

parte obriga-se a transferir o domínio de certa coisa à outra, desde que esta lhe pague o preço ajustado.

Rizzato Nunes (2005, p. 71) afirma que “o CDC incide em toda relação que puder ser caracterizada como de consumo”.

Nas relações de consumo, as vendas podem ser a retalho, à vista ou a prazo. A retalho é a venda em pequenas quantidades. É a venda mais comum no âmbito do consumo.

Mercê da sua complexa natureza, as relações de consumo processam-se de modo mais favorável aos interesses do fornecedor que as do comprador ou usuário de serviços de terceiros. Por outras palavras, nessas relações é mais fácil o consumidor ser lesado em seus direitos que o fornecedor, o que importa dizer que ele é o mais vulnerável ao dano que o fornecedor.

De acordo com o ministério de Néilson Nery Júnior (1991, p. 270), “a relação de consumo é a relação jurídica existente entre consumidor e fornecedor tendo como objetivo a aquisição de produtos ou utilização de serviços pelo consumidor”.

Diante de tais premissas conclui-se, pois, que toda relação de consumo:

- Envolve duas partes bem definida: de um lado o adquirente de um produto ou serviço (consumidor); e de outro, o
- Fornecedor ou vendedor de um serviço ou produto (produtor/fornecedor);
- Tal relação destina-se à satisfação de uma necessidade privada do consumidor.

E tudo isto porque, se é que se pode fazer tal comparação, o consumidor está na mesma situação de hipossuficiência que o detentor da força de trabalho experimenta em face do mesmo protagonista da atividade econômica, ou seja, os detentores dos meios de produção (FILOMENO, 1999).

Finalmente, com toda a análise das idéias supramencionadas, podemos conceber relação de consumo como toda relação jurídico-obrigacional que liga um consumidor a um fornecedor, tendo como objeto o fornecimento de um produto ou da prestação de um serviço.

#### 4. AS NORMAS ADMINISTRATIVAS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR

A Lei Federal nº 8.078 (Código de Defesa do Consumidor), publicada em 11 de setembro de 1990, criou o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC, integrado pelos Órgãos Federais, Estaduais, do Distrito Federal e Municipal e as Entidades Privadas de Defesa do Consumidor, sendo o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – DPDC, da Secretaria Nacional de Direito Econômico do Ministério da Justiça, o Órgão encarregado de coordenar a política do SNDC.

O art. 9º do decreto 2181/97: A fiscalização das relações de consumo de que tratam a Lei nº 8.078, de 1990, este Decreto e as demais normas de defesa do consumidor será exercida em todo o território nacional pela Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça, pelos órgãos federais integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, pelos órgãos conveniados com a Secretaria e pelos órgãos de proteção e defesa do consumidor criados pelos Estados, Distrito Federal e Municípios, em suas respectivas áreas de atuação e competência.

No site [www.procon.se.gov.br](http://www.procon.se.gov.br), descreve a criação do PROCON/SE, como sendo um órgão executivo do estado, ligado à Secretaria de Estado da Justiça e de Defesa ao Consumidor, criado no ano de 1991, através da Lei Estadual de nº 3.139, de 23 de Dezembro de 1991. O PROCON tem entre suas atribuições o planejamento, a coordenação e a execução da política estadual de proteção e defesa do consumidor. O seu principal objetivo é propiciar o fácil acesso aos serviços que são oferecidos, com o fito de facilitar a defesa dos direitos do cidadão/consumidor, garantindo, por fim, o cumprimento das normas contidas no Código de Defesa do Consumidor e nas demais legislações protetivas, facilitando desta forma, o pleno exercício da cidadania. A sede do Órgão está localizada na Rua Santa Luzia, 602 - Bairro São José, Aracaju/SE, CEP 49015-190, tendo também posto de atendimento no Shopping Riomar, no Centro de Atendimento ao Cidadão (CEAC), situado na Av. Delmiro Gouveia, s/n, Aracaju/SE. O órgão tem em seu corpo de atuação, o seu Diretor e Vice que serão escolhidos por livre nomeação, e os servidores da secretara de justiça que são cedidos, para atuarem no PROCON. Atualmente a direção do referido órgão é exercida por Luiz Roberto Azevedo Santos Júnior.

#### **4.1. Por que os Consumidores/Clientes Reclamam?**

Primeiramente, antes de adentrarmos nas normas é importante esclarecer o que leva o cliente a reclamar. Atualmente, as pessoas estão mais conscientes da legislação que as amparam, sobretudo da forma com que a mídia vem divulgando sobre o assunto. Um cliente reclama quando entende que foram lesados os seus direitos.

Além disso, os consumidores estão valorizando cada vez mais o seu dinheiro, e exigindo cada vez mais o cumprimento do prometido pelos prestadores de serviço. Toda reclamação ou qualquer outra forma de manifestação dos clientes, deve ser bem recebida e vista como uma oportunidade de aprimoramento dos produtos, serviços, recursos humanos, processos e equipamentos.

Como toda reclamação envolve, isoladamente ou de forma combinada, problemas com produtos, falhas de recursos humanos, funcionamento de equipamentos, torna-se necessário descobrir a causa que originou a reclamação e solucioná-la.

As informações fornecidas por pesquisa de opinião têm sido aprimoradas. Através de um bom gerenciamento das reclamações feitas pelos clientes/consumidores, as empresas podem produzir informações sobre a qualidade dos serviços.

Reclamações significam que há problemas a serem solucionados. Às vezes, um cliente pode até ter ido atendido, mas fica insatisfeito, porque a divulgação daquele produto ou serviço que oferecia vantagens fantasiosas não correspondeu às expectativas deste. Nesse caso a reclamação torna-se um protesto, uma queixa, uma reivindicação.

As empresas competitivas consideram toda a reclamação como uma oportunidade de aprimoramento, pois a reclamação proporciona um feedback que a ajuda a melhorar a qualidade de seus produtos ou serviços, superando assim as expectativas dos seus clientes.

A reclamação se tornou o meio mais direto do cliente manifestar sua insatisfação para com a empresa.

## 4.2. O PROCON/SE

Foi realizada uma entrevista com diretor do PROCON/SE, onde o mesmo relatou todo o funcionamento no órgão.

O consumidor ao chegar ao PROCON/SE passa por uma triagem que é feita na recepção, verificando a documentação, o dano sofrido pelo mesmo. Sendo efetuada uma ficha de atendimento. O PROCON/SE, conta com um sistema chamado Cadastro de Informação Preliminar (CIP), não sendo obrigatória sua aderência, mas uma vez feita, as empresas já respondem o PROCON por ele, caso a empresa respondendo a “denúncia” feita no PROCON em 10 dias não ficara sujeita a punição, a reclamação e arquivada. Portanto, se a empresa atendeu ao pedido do consumidor, ela vai entrar nesse cadastro como “fundamentada atendida”, como atendeu ao pedido do consumidor. Se ela não atendeu, vai ser cadastro de reclamação fundamentada “não atendida”. Essas são as punições para as empresas que não atenderam na primeira etapa

Num segundo momento, ocorre a abertura das reclamações, marcada audiência, havendo acordo é tudo reduzido a termo e homologado, aqui existe uma inovação no referido órgão. A inovação foi assinar um convenio com o Tribunal de Justiça para homologação desses acordos do PROCON. De acordo com o Diretor isso não havia aqui, sendo tudo feito por sistema, onde os funcionários do PROCON/SE escaneia o “processo”, e manda através do sistema do Tribunal de Justiça, o magistrado assina, eletronicamente, encaminhando de volta ao órgão. Importante ressaltar que o consumidor pode acompanhar tudo de casa, ou seja, o consumidor não vai sair do PROCON com um acordo propriamente dito homologado, porque o órgão precisa enviar para o judiciário para ele homologar, assinar e enviar ao referido órgão. De acordo com o entrevistado essa situação do acordo ser homologado é fantástica para o PROCON e para o consumidor, pois trouxe mais segurança e confiabilidade da resolução do conflito.

Por outro lado, não havendo acordo, se instaura o processo judicial, onde o consumidor levará documento que procurou o PROCON, tentou conciliação, mas não logrou êxito em acordo.

#### 4.2.1. O que o PROCON/SE faz para frear as reclamações

O PROCON na tentativa de frear o aumento das reclamações dos consumidores no município de Aracaju, com autorização do CDC - Lei nº 8.078 de 11 de Setembro de 1990.

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

**Art. 56.** As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

I - multa;

II - apreensão do produto;

III - inutilização do produto;

IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;

V - proibição de fabricação do produto;

VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;

VII - suspensão temporária de atividade;

VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;

IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;

X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;

XI - intervenção administrativa;

XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Foi realizada uma entrevista com o Diretor do PROCON/SE, o senhor Luiz Roberto, onde o mesmo informou que a primeira medida tomada pelo PROCON da região é a aplicação de multa, medida essa que tem se mostrando um instrumento muito eficaz e repressivo as empresas que desrespeitam o consumidor. Mas ele acredita que a melhor e mais eficiente forma de frear as reclamações é através de um programa de educação, informando a população seus direitos, isso evitaria o abuso de muitas empresas. O mesmo define em poucas palavras aquilo que ele acredita ser a salvação dos excessos cometidos contra os consumidores. O conhecimento e a atualização constante dos seus Direitos tornarão o consumidor mais consciente.

#### **4.2.2. Qual Ramo de Maior Reclamação**

O PROCON possui um sistema que gera relatórios mensais e anuais no final de cada período, na tentativa de identificar e coibir as empresas com maiores reclamações no município de Aracaju. Com base no relatório cedido pelo Diretor do PROCON/SE, em anexo nesta monografia foi identificado que o ramo de telefonia, atualmente é o que existe o maior índice de reclamações. Especificamente a operadora Vivo é a que tem número de maiores queixas em Aracaju, dado esse apontado pelo relatório do ranking de fornecedores fornecido pelo PROCON/SE.

#### **4.3. Na Esfera Administrativa como o consumidor pode reclamar**

Os consumidores podem reclamar no SAC da empresa que lhe causou lesão. A norma que regulamenta o SAC é o DECRETO Nº 6.523, de 31 de julho de 2008. O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Observa-se o que preleciona o Decreto abaixo:

##### **DECRETA:**

Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e fixa normas gerais sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor - SAC por telefone, no âmbito dos fornecedores de serviços regulados pelo Poder Público federal, com vistas à observância dos direitos básicos do consumidor de obter informação adequada e clara sobre os serviços que contratar e de manter-se protegido contra práticas abusivas ou ilegais impostas no fornecimento desses serviços.

##### **CAPÍTULO I**

##### **DO ÂMBITO DA APLICAÇÃO**

Art. 2º Para os fins deste Decreto, compreende-se por SAC o serviço de atendimento telefônico das prestadoras de serviços regulados que tenham como finalidade resolver as demandas dos consumidores sobre informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento de contratos e de serviços.

Parágrafo único. Excluem-se do âmbito de aplicação deste Decreto a oferta e a contratação de produtos e serviços realizados por telefone.

## CAPÍTULO II

### DA ACESSIBILIDADE DO SERVIÇO

Art. 3º As ligações para o SAC serão gratuitas e o atendimento das solicitações e demandas previsto neste Decreto não deverá resultar em qualquer ônus para o consumidor.

Art. 4º O SAC garantirá ao consumidor, no primeiro menu eletrônico, as opções de contato com o atendente, de reclamação e de cancelamento de contratos e serviços.

§ 1º A opção de contatar o atendimento pessoal constará de todas as subdivisões do menu eletrônico.

§ 2º O consumidor não terá a sua ligação finalizada pelo fornecedor antes da conclusão do atendimento.

§ 3º O acesso inicial ao atendente não será condicionado ao prévio fornecimento de dados pelo consumidor.

§ 4º Regulamentação específica tratará do tempo máximo necessário para o contato direto com o atendente, quando essa opção for selecionada.

Art. 5º O SAC estará disponível, ininterruptamente, durante vinte e quatro horas por dia e sete dias por semana, ressalvado o disposto em normas específicas.

Art. 6º O acesso das pessoas com deficiência auditiva ou de fala será garantido pelo SAC, em caráter preferencial, facultado à empresa atribuir número telefônico específico para este fim.

Art. 7º O número do SAC constará de forma clara e objetiva em todos os documentos e materiais impressos entregues ao consumidor no momento da contratação do serviço e durante o seu fornecimento, bem como na página eletrônica da empresa na INTERNET.

Parágrafo único. No caso de empresa ou grupo empresarial que ofereça serviços conjuntamente, será garantido ao consumidor o acesso, ainda que por meio de diversos números de telefone, a canal único que possibilite o atendimento de demanda relativa a qualquer um dos serviços oferecidos.

A criação do SAC proporcionou um novo rumo no que se referi ao atendimento ao consumidor, pois além de oferecer garantias preventivas, fornece também aos consumidores a melhor maneira de solucionar possíveis reclamações,

suspensões, cancelamentos de serviços e contratos. Portanto, o SAC tenta solucionar o problema dentro da própria empresa, tornando-se uma importante ferramenta de interação fornecedor-cliente.

De acordo com isso, cabe citar o entendimento da autora Maria Stella (p. 92-93, 2009):

Os serviços de atendimento ao consumidor, conhecidos como SACs, são prestados pelas empresas aos consumidores, por meio de atendimento telefônico, pessoal, eletrônico para atender a demandas sobre seus produtos. Eles prestam informações; esclarecem dúvidas gerais; e resolvem reclamações, suspensão ou cancelamento de serviços e contratos. Não têm como escopo imprimir juízo de valor, ou seja, apenas atendem o consumidor e tentam solucionar seu problema dentro da empresa.

Além disso, o SAC se tornou ao longo do tempo uma importante ferramenta, não com um caráter repressivo, mas de forma preventiva. Antes do advento do SAC havia uma demanda muito grande nos Tribunais em todo país, pois conflitos que poderiam ser solucionados de maneira “informal”, administrativa e célere, acabavam sendo encaminhados para o judiciário. A autora Maria Stella deixa claro em sua pesquisa que acabou virando artigo, publicado pela revista dos tribunais que com a criação e a utilização do SAC, houve sim uma resolução de conflito sem a intervenção do judiciário. Onde consumidor e fornecedor decidem de forma simples e ágil.

Conforme aborda Maria Stella (p. 95-96, 2009):

O principal objetivo do Decreto do SAC (Dec. 6.523/2008) é atender às demandas dos consumidores em relação a seus produtos e serviços postos no mercado de consumo, no intuito de fazer com que as empresas dos serviços regulados pelos órgãos públicos federais aperfeiçoem seu atendimento por via telefônica, no que se referem a informações, dúvidas, reclamações, suspensão ou cancelamento de contratos e de serviços. O presente decreto trouxe princípios e regras a serem cumpridas pelas empresas, na tentativa de aperfeiçoar a forma de atender seus consumidores, visando à melhorias da qualidade da relação entre consumidor e fornecedor e, com isso, a diminuição dos até então freqüentes e notórios conflitos.

## 5. O ENTENDIMENTO JURISPRUDENCIAL CORRELACIONANDO COM AS EMPRESAS QUE TEM RECLAMACOES MAIS RECORRENTES NO MUNICIPIO DE ARACAJU

Um conflito de consumo é o que deriva de uma relação jurídica de consumo, tendo sempre como partes um consumidor e fornecedor. Importa ainda ressaltar que os conflitos de consumo às situações em que a reclamação é oferecida pelo consumidor. Este capítulo tem como finalidade, mostrar como o judiciário tem tratado e decidido as questões, sobre as empresas que tem maiores números de reclamações no município pesquisado.

A referida ementa trata de uma ação proposta pelas autoras – Mara Izabel Santos Leite e Vanessa Santos Leite, onde as mesmas requerem a substituição do Produto ELECTROLUX, que adquiriram na loja do Cencosud Comercial LTDA – GBarbosa.

Assim o TJ de Sergipe seguindo o que vêm sendo decidido pela Turma Recursal do TJ/RS, informa:

**EMENTA:** APELAÇÃO CÍVEL. COMÉRCIO ELETRÔNICO. COMPRA E VENDA DE APARELHO DE FAX VIA INTERNET. NÃO-ENTREGA DE MERCADORIA. DEVOLUÇÃO DO PREÇO. LEGITIMIDADE DO SITE QUE DISPONIBILIZA A REALIZAÇÃO DE NEGÓCIOS E RECEBE UMA COMISSÃO DO ANUNCIANTE, QUANDO CONCRETIZADO O NEGÓCIO. DEVOLUÇÃO DA QUANTIA PAGA. 1. O RÉU, NA QUALIDADE DE MANTENEDOR DO MEIO ELETRÔNICO EM QUE SE CONSUMOU O CONTRATO DE COMPRA E VENDA, É PARTE LEGÍTIMA PARA RESPONDER PELOS TERMOS DA AVENÇA, MORMENTE, NO PRESENTE CASO, EM QUE RECEBE COMISSÃO SOBRE AS VENDAS CONCRETIZADAS. 2. O SERVIÇO PRESTADO PELA RÉ, DE APRESENTAR O PRODUTO AO CONSUMIDOR E INTERMEDIAR NEGÓCIO JURÍDICO, RECEBENDO COMISSÃO PELA CONCRETIZAÇÃO DO CONTRATO, ENQUADRA-SE NAS NORMAS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (ART. 3º, §2º, DA LEI 8078/90). 3. MERECE CONFIRMAÇÃO SENTENÇA QUE CONDENOU A INTERMEDIADORA A INDENIZAR CONSUMIDOR PELO NÃO-RECEBIMENTO DE PRODUTO ADQUIRIDO EM SITE DE INTERNET DE RESPONSABILIDADE DAQUELA. REJEITADA A PRELIMINAR, APELAÇÃO DESPROVIDA. UNÂNIME. (Apelação Cível Nº 70016093080, Nona Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Odone Sanguiné, Julgado em 22/11/2006).

Na ementa que acabamos de apresentar, foi julgado procedente o pedido das autoras condenando o G. Barbosa e a Electrolux a entregar uma nova geladeira de igual marca e modelo, conforme originalmente as mesmas tinham comprado, o tribunal estabeleceu prazo de 10 dias para cumprimento da decisão. As reclamadas ainda foram condenadas a pagar uma quantia de R\$ 10.000,00 a título de danos morais. O G. Barbosa é uma empresa que tem um número bem considerável de reclamações no município de Aracaju, por tal motivo é de suma importância ver como o tribunal tem decidido sobre o tema.

Breve síntese do caso dois, e abaixo sua decisão. O senhor Jorge Santos Melo ajuizou uma AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS contra GBARBOSA HIPER NORTE; SAMSUNG ELETRÔNICA AMAZÔNIA LTDA; HELP MANUTENÇÃO CELULAR e ASSURANT SEGURADORA S/A, alegando, que adquiriu um aparelho celular da marca Samsung, e que o mesmo apresentou defeito ainda no período da garantia estendida, e que não alcançou sucesso no conserto em motivo da assistência técnica alegar que teria acontecido oxidação na parte interna do aparelho devido mau uso, não sendo esse defeito abraçado pela garantia.

**EMENTA:** APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS C/C PEDIDO DE TUTELA ANTECIPADA - DIREITO DO CONSUMIDOR - RESPONSABILIDADE POR VÍCIO DO PRODUTO - INTELIGÊNCIA DO ART. 18, §1º DO CDC - REPARO NÃO EFETIVADO - FRUSTRAÇÃO NA CONFIANÇA DO CONSUMIDOR - INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA - FORNECEDORES NÃO SE DESINCUMBIRAM DO ÔNUS DE DEMONSTRAR QUE O DEFEITO FOI CAUSADO PELO CONSUMIDOR - ART. 6º, INCISO VIII, DO CDC - ABALO MORAL - EXISTÊNCIA DO DEVER DE INDENIZAR - CONDENAÇÃO PELO JUÍZO A QUO À SUBSTITUIÇÃO DO APARELHO CELULAR, AO PAGAMENTO DE DANOS MORAIS NO VALOR DE R\$ 2.000,00 (DOIS MIL REAIS), E 20% SOBRE A CONDENAÇÃO A TÍTULO DE HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS - ATENDIMENTO AOS PRINCÍPIOS DA RAZOABILIDADE E PROPORCIONALIDADE - MANUTENÇÃO DA SENTENÇA VERGASTADA.

RECURSO CONHECIDO E IMPROVIDO.

(Apelação Nº 201400720062, 1ª CÂMARA CÍVEL, Tribunal de Justiça do Estado de Sergipe, JOÃO HORA NETO, JUIZ (A) CONVOCADO (A), Julgado em 09/02/2015).

Na ementa apresentada foi considerada irretocável a sentença proferida pelo Juízo *a quo*, sendo reconhecido o recurso, mas foi negado provimento, mantendo-se

intacto os termos da sentença proferida no 1º Grau. Na sentença tendo sido os réus GBARBOSA HIPER NORTE; HELP MANUTENÇÃO CELULAR e ASSURANT SEGURADORA S/A, solidariamente condenados a pagar a quantia de R\$ 2.000,00, a título de dano moral, bem como as requeridas realizem a substituição do bem adquirido pelo autor por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso, no prazo de 10 (dez) dias, sob pena de multa diária no valor de R\$ 500,00 (quinhentos reais), nos termos art. 18, § 1º, inciso I do CDC c/c art. 461, § 1º do CPC, limitada até 30 (trinta) dias, sem prejuízo de posterior majoração. O Gbarbosa é uma rede de supermercados e responde solidariamente com a Samsung já que as duas se enquadram na figura de fornecedor. Demonstrando que não só quem produziu é responsável, mas também quem comercializa.

O terceiro caso em análise trata de uma Ação Condenatória por danos morais em face da Vivo S/A, cujo autor é Josenilson Tavares de Oliveira, o autor alega serem proprietário dos aparelhos celulares GSM MOTOROLA W 270, GSM SAMSUNG C275 e NOKIA 5800, com os quais realiza ligações utilizando o chip pré-pago de número 79-9919-1294. Que por diversas vezes os aparelhos não conseguem originar e receber ligações, ficando sem serviço durante vários dias. Ocorrendo muitas falhas na rede, cortes repentinos e má qualidade nas ligações. Revoltado com problema que vem acontecendo desde maio de 2008. Tentou solucionar amigavelmente o problema sendo provocado por alguns prepostos da ré, rebatendo as agressões verbais e insultado pelos empregados da requerida, que o chamavam de idiota, ignorante, mal educado. É cabido ressaltar que o autor realizou as mídias de gravação das conversas realizadas até 01/01/2011, a fim de construção de prova.

**EMENTA:** RESPONSABILIDADE CIVIL – SERVIÇO DE TELEFONIA – CONSUMO DE CRÉDITOS – INVERSÃO DE ÔNUS DA PROVA – RECLAMAÇÕES – INSATISFAÇÃO DOS SERVIÇOS – FATOS QUE TRANSBORDAM O “MERO ABORRECIMENTO” – DANO MORAL DE PEQUENA MONTA – FIXAÇÃO EM R\$ 2.000,00 – AÇÃO PROCEDENTE – APELO CONHECIDO E PROVIDO – DECISÃO UNÂNIME. – O LIMITE DO “MERO ABORRECIMENTO” É ULTRAPASSADO QUANDO A EMPRESA DE TELEFONIA RECEBE VÁRIAS RECLAMAÇÕES SOBRE SEUS SERVIÇOS E NÃO OS SOLUCIONA, DESAGUANDO NO DANO MORAL QUE PODE SER AQUILATADO DE GRANDE, MÉDIA OU PEQUENA MONTA, O QUE TEM INTERFERÊNCIA NA AQUILATAÇÃO DO SEU QUANTUM E NÃO NA SUA EXISTÊNCIA.

A decisão do juízo *a quo*, foi o mero aborrecimento não gera dano moral. Julgando improcedente seu pedido inicial de dano moral, extinguindo o processo com resolução de mérito. Um dos objetivos a ser alcançado com essa monografia é a respeito da pertinência das reclamações nas relações de consumo. Onde o consumidor ainda tem a mentalidade de que o cliente sempre tem a razão, atualmente muitas empresas trabalham partindo dessa premissa que o consumidor sempre tem o poder, mesmo quando não tenha de fato, pois muitas delas acreditam que manter um cliente é mais econômico e vantajoso do que conquistar um novo. Portanto o mero aborrecimento do cliente, não justifica a pertinência da sua reclamação no sentido de dano causado.

Conforme afirma o notável jurista Rizzatto Nunes (p.372, 2014):

A palavra “dano” significa estrago; é uma danificação sofrida por alguém, causando-lhe prejuízo. Implica, necessariamente, a diminuição do patrimônio da pessoa lesada. Moral, pode-se dizer, é tudo aquilo que está fora da esfera material, patrimonial do indivíduo.

Prováveis aborrecimentos, decorrentes de defeito no caso concreto dos serviços oferecidos pela telefonia Vivo S/A, não geram direito a indenização por dano moral. É de suma importância estabelecer esta diferença, pois o nosso ordenamento jurídico prevê reparação para os casos de privação de um bem jurídico essencial sobre o qual a vítima tem interesse reconhecidamente jurídico, e que por conta desta privação passada é que cai a consternação, a angústia e a agonia.

Cabe aqui uma análise do nível de pertinência dessas reclamações, na construção dessa pesquisa algo que ficou bem notório é a falta de informação do consumidor em relação aos seus direitos. Fato este constatado nas respostas dos questionários aplicados nos funcionários do PROCON no município de Aracaju.

O autor Marcos Antonio Santos, ajuizou um Ação Declaratória de Inexistência de Débito c/c Tutela Antecipada bem como Danos Materiais e Morais contra a TNL PCS S.A. O referido autor procurou o poder judiciário alegando que sentiu-se lesado, pela empresa de telefonia oi, uma vez que a empresa ré não cumpriu com os serviços divulgados, Argumenta o demandante, que contratou os serviços de tecnologia em junho de 2009, entretanto, ao tentar utilizá-lo percebeu que o material vendido não funcionava na área onde o mesmo reside. Solicitou

primeiro a ferramenta administrativa de *call center* visando o cancelamento do serviço, sendo informado que havia cancelado o referido serviço. Fato é que depois de um tempo continuou a empresa ré a enviar faturar para a residência do autor, como também inseriu o nome do mesmo nos cadastros de restrição ao crédito. Na contestação apresentada o demandado afirma que o requerido não efetuou o cancelamento no dia narrado na exordial, mas tão somente meses depois, razão esta pela qual a empresa-ré procedeu à cobrança e inclusão do nome do demandante nos cadastros de maus pagadores.

**EMENTA:** APELAÇÕES CÍVES – AÇÃO DE RESCISÃO CONTRATUAL C/C REPETIÇÃO DE INDÉBITO E INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS – TELEFONIA CELULAR – PLANO NÃO CONTRATADO – SERVIÇO NÃO UTILIZADO – CONTRATO RESCINDIDO – COBRANÇA INDEVIDA – VALORES PAGOS QUE DEVEM SER RESTITUÍDOS EM DOBRO – BLOQUEIO DE TELEFONE FIXO – DANO MORAL CONFIGURADO – EXISTÊNCIA DO DEVER DE INDENIZAR – QUANTUM INDENIZATÓRIO FIXADO NA SENTENÇA (R\$ 3.000,00) QUE MERECE SER MANTIDO, POIS ADEQUADO ÀS CIRCUNSTÂNCIAS DO CASO CONCRETO E AOS PRINCÍPIOS DA RAZOABILIDADE E PROPORCIONALIDADE – RECURSOS CONHECIDOS E IMPROVIDOS – UNÂNIME.

O presente caso foi julgado procedente em parte pelo juízo *a quo*. Pois o magistrado entendeu que a empresa de telefonia ao vender seus serviços informou ao cliente que sua área não tinha a cobertura desejada. A partir destas premissas, o cerne da questão paira sobre a data do pedido de cancelamento do serviço. O autor afirma que no dia 12/07/2009 entrou em contato com o *call center* da requerida e efetuou o cancelamento da conta, já a parte ré sustenta em sua contestação a versão que apenas em 26/11/2009 o serviço foi efetivamente dado baixa, dizendo ainda que no dia informado pelo reclamante a empresa apenas o redirecionou ao setor de cancelamento. Ora, tal informação caso seja verdadeira, somente viria a prejudicar a situação do réu, uma vez que demonstra a total falta de compromisso da requerida com os seus clientes, pois, ao invés de objetivamente resolver o problema apresentado, fica passando o consumidor de setor para setor, fazendo-o penar para conseguir cancelar o plano contratado. A empresa ré cometeu ato ilícito tanto negativando o nome do autor e por isso foi condenada a título de dano moral, em R\$ 10.000,00 (dez mil) realiza partir do evento danoso (12/07/2009 – ausência de cancelamento).

Essa prática é muito corriqueira no ramo da telefonia e aqui fica claro o papel de hipossuficiência do consumidor. Aqui também cabe uma ressalva a respeito da vulnerabilidade, que é a situação na qual um dos sujeitos de determinada relação de consumo encontra-se num patamar mais frágil, excluindo assim o argumento de igualdade entre as partes envolvidas. O entendimento do STJ, e a de que há presunção segundo toda pessoa física é vulnerável, a mesma atuando como destinatário final. Será aplicável, o CDC (STJ, Ag. no Ag. n.º 296.516, rel. Min. Nancy Andrighi, 3ª Turma, j. 07/12/00).

Tanto vulnerabilidade quanto a hipossuficiência são condições fáticas das quais algumas pessoas são fadadas. O corolário da vulnerabilidade, na área consumerista, é a da qualificação da pessoa como consumidora, na forma do art. 2º do CDC, e a aplicação do Código de Defesa do Consumidor. Porém em relação à hipossuficiência, no Direito consumerista, trata-se de caráter processual, visto que o ônus da prova e de quem alega e quem versar sobre isso é Direito Processual, mas no CDC cabe a inversão do ônus da prova em favor do consumidor.

Em boa parte da doutrina, existe o entendimento que essa hipossuficiência deva ser técnica. Portanto, o caráter econômico do consumidor não é pertinente nesse caso, sendo relevante para que ocorra a inversão do ônus da prova que o fornecedor possua domínio técnico, e a ele seja mais fácil e viável a produção da prova. Por outro lado, se existir casos em que é mais acessível a produção da prova pelo consumidor, a este caberá o ônus probatório.

## CONCLUSÃO

O Código De Defesa do Consumidor entrou em vigor no dia 11 de setembro de 1990, Lei n. 8.078. Com um papel relevante no ordenamento jurídico brasileiro. Cujas suas finalidades precípua gerar igualdade nas relações de consumo estabelecendo normas de proteção e defesa do consumidor, já que o mesmo é considerado parte vulnerável nessa relação. Portanto, o referido Código reconhece essa vulnerabilidade do consumidor, por não possuir o conhecimento técnico do serviço ou produto colocado no mercado para ser consumido.

O princípio da vulnerabilidade tem papel de suma importância no Direito do Consumidor, sendo a vulnerabilidade considerada como ponto de partida de toda a teoria geral desse ramo jurídico.

Outro avanço importante que o Código de Defesa do Consumidor trouxe para nosso ordenamento jurídico foi o da responsabilidade objetiva, ou seja, este tipo de responsabilidade não deixa que o fornecedor utilize como argumento a culpa para se isentar de indenizar o consumidor. O CDC visa utilizar todos os recursos necessários para garantir o equilíbrio nas relações de consumo, protegendo a parte considerada vulnerável.

Desde o advento do Código de Defesa do Consumidor, houve um crescimento nos atendimentos dos SACs, que atua na esfera administrativa. O SAC foi instituído, para oferecer informações preventivas, ajudar de maneira informal o consumidor a solucionar possíveis reclamações, cancelamentos ou suspensões de serviço, tudo feito diretamente com o fornecedor. Atualmente todas as empresas que comercializam produtos ou serviços, dispõem desse tipo de canal de informação, mas não conseguem atender na totalidade o número de reclamações que chegam a eles, muitos acreditam que devido à falta de estruturação, dificuldade para o consumidor de acessar os SACs. Portanto o SAC tem por objetivo solucionar o problema dentro da própria empresa e é uma importante ferramenta fornecedor-cliente.

Com as informações obtidas e mensuradas, primeiramente, foi identificado que na cidade de Aracaju, há uma grande incidência de reclamações de consumidores, seguida do sentimento de insatisfação dos mesmos. Foi visivelmente identificado que os consumidores procuram o PROCON com sentimento de busca

para solução do seu problema. Obteve a constatação que a principal orientação dada ao consumidor é buscar a solução administrativa com a empresa, que poderá ser feita pelo SAC, não tendo seu conflito solucionado será dada entrada no PROCON onde a empresa será notificada, e o órgão será mediador na tentativa de resolução dessa celeuma.

Cabe trazer à baila, que ficou constatado nesse trabalho científico, bem comum o objetivo foi alcançado, ficando demonstrado que todos os participantes do questionário aplicado, especificamente os funcionários do PROCON/SE, concordam que o Código de Defesa do Consumidor é um instrumento importante na mediação do conflito entre consumidor e comerciante. Conforme entrevista realizada com o diretor do PROCON/SE, o mesmo afirma que a criação do órgão foi importante para redução das reclamações na cidade de Aracaju. Sendo o mesmo muito atuante em dirimir os conflitos.

## REFERÊNCIAS

- AGUIAR JÚNIOR, Ruy Rosado de. *A boa-fé na relação de consumo*. Revista Direito do Consumidor, São Paulo: Revista dos Tribunais, n.14, 1995.
- BITTAR, Carlos Alberto. *Direitos do consumidor*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- CRUZ, C. Ribeiro, U. *Metodologia Científica – teoria e prática*. Rio de Janeiro: Gisella Narcisi, 2003.
- DONATO, Maria Antonieta Zanardo. *Proteção ao consumidor: Conceito e extensão*. São Paulo: RT, 1994.
- FILOMENO, José Geraldo Brito. *Manual de direito do consumidor*. 4º. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- GREGORI, Maria Stella. *A ótica da proteção do consumidor*. Revista de Direito do Consumidor. 69, janeiro-março, São Paulo, Revista dos Tribunais, n. 93, 2009.
- GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* *Código de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.
- KOTLER, Philip. *Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle*; tradução de Ailton Bonfim Brandão. 5ª Ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Atlas, 2007.
- LUCCA, Newton de. *Direito do consumidor: aspectos práticos – perguntas e respostas*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995.
- NERY JUNIOR, Nelson. Os princípios gerais do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo: Revista dos Tribunais, n.3, set./dez.1992.
- NUNES, Luis Antônio Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 9ª ed. São Paulo: Saraiva, 2014.
- PLÁCIDO E SILVA. *Dicionário Jurídico*, 12. ed. São Paulo: Forense, 1996.
- ROCHA, Sílvio Luís de Mesquita. *A pesquisa e a construção do conhecimento científico: do planejamento aos textos, da escola á academia*. 3ª Ed. Ver. Atual. E ampl. São Paulo: Rêspel, 2005.
- SAAD, Eduardo Gabriel. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 4ª Ed. Ver. E ampl. São Paulo: Itr, 2010.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. *Direitos do consumidor: a busca de um ponto de equilíbrio entre as garantias do Código de Defesa do Consumidor e os princípios gerais do direito civil e do direito processual civil*. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

VIEIRA, Oscar Villena. *Direitos Fundamentais: uma leitura da jurisprudência do STF*. São Paulo: Malheiros, 2006.

BRASIL. Decreto Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul (9. região). Apelação cível n.º 70016093080. Apelante: Gbarbosa e Electrolux. Apelada: Mara Izabel Santos Leite e Vanessa Santos Leite. Relator: Odone Sanguine. Julgado em 22/11/2006.

BRASIL. Tribunal de Justiça de Sergipe (1. região). Apelação cível n.º 201400720062. Apelante: Gbarbosa Hiper Norte, Samsung Eletrônica e Help Manutenção celular. Apelada: Jorge Santos Melo. Relator: Juiz Hora Neto. Aracaju, Julgado em 09/02/2015.

BRASIL. Tribunal de Justiça de Sergipe (1. região). Apelação cível n.º 2012219507. Apelante: Josenilson Tavares de Oliveira. Apelada: Vivo S/A. Relator: Desa. Maria Aparecida Santos Gama da Silva. Itabaiana, Julgado em 04/12/2012.

BRASIL. Tribunal de Justiça de Sergipe (1. região). Apelação cível n.º 001.2008.013498-2/001. Apelante: TNL PCS S/A. Apelada: Marcos Antonio Santos. Relator: Des. Cezario Siqueira Neto. Aracaju, Julgado em 25/10/2012.

BRASIL. Decreto n. 2181, de 20 de março de 1997. Dispõe sobre a organização do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor - SNDC estabelece as normas gerais de aplicação das sanções administrativas previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, revoga o Decreto Nº 861, de 9 julho de 1993, e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/d2181.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d2181.htm)>. Acesso dia 24 de novembro de 2015.

Brasil. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Disponível em: <[www.tjrj.jus.br](http://www.tjrj.jus.br)>. Acesso dia 25 de novembro de 2015.

Brasil. PROCON de São Paulo. Disponível em: <[procon.sp.gov.br](http://procon.sp.gov.br)>. Acesso dia 25 de novembro de 2015.

STJ, Agravo Regimental no Recurso Especial n.º 2013/0045740-9, Quarta Turma, Ministro Relator RAUL ARAÚJO, julgado em 28 de maio de 2013.

STJ, Ag. no Ag. n.º 296.516, rel. Min. Nancy Andrighi, 3ª Turma, j. 07/12/00.

**QUESTIONÁRIO APLICADO AOS FUNCIONÁRIOS DO PROCON/SE:**

1. Na cidade de Aracaju há uma grande incidência de reclamações de consumidores insatisfeitos?

( ) Sim ( ) Não ( ) Nem sempre

2. As Reclamações são sempre pertinentes?

( ) Sim ( ) Não ( ) Nem sempre

3. Qual sentimento que esses consumidores chegam aqui no PROCON?

---

---

---

4. Qual principal orientação dada aos consumidores lesados, para tentar solucionar o conflito?

---

---

---

---

5. O Código de Defesa do Consumidor é um instrumento importante nas resoluções de conflitos entre consumidor e comerciante?

( ) Sim ( ) Não ( ) Ainda muito pouco utilizado

6. No seu ponto de vista a criação do PROCON foi importante para redução das reclamações na cidade de Aracaju?

---

---

---

---

7. O PROCON é atuante nas resoluções dos conflitos?

( ) Sim ( ) Não ( ) Ainda muito pouco utilizado

8 – Em que ramo empresarial incide o maior número de reclamações?

---

9- Gostaria de dizer algo que não foi abordado neste questionário?

---

---

## Ranking das Empresas que receberam mais reclamações

PROCON SERGIPE	<b>Ranking de Fornecedores no Atendimento/Reclamação</b>	SINDEC v.1.5.4.9
Emissão: 8/31/2015 10:48 AM	Período: 01/01/2015 a 31/08/2015	Página : 1
Unidade: Todas as Unidades		
Qtde. Fornecedores: Limite de 30 fornecedores		
Ocorrências: Fornecedores com no mínimo 1 ocorrências		

Nome	Total	%
	Atendimentos	
VIVO S/A	556	8.54
CENCOSUD COMERCAL LTDA - GBARBOSA	389	5.97
SAMSUNG ELETRÔNICA DA AMAZÔNIA LTDA	295	4.53
SKY BRASIL SERVIÇOS LTDA(TV POR ASSINATURA)	264	4.05
OI FIXO – TELEMAR NORTE LESTE S/A	244	3.75
OI CELULAR S/A – OI MÓVEL	179	2.75
VIA VAREJO S/A (GLOBEX/PONTOFRIO/CASAS BAHIA)	158	2.43
DIGIBRAS INDÚSTRIA DO BRASIL S/A – CCE	142	2.18
OI S/A – BRASIL TELECOM S/A	140	2.15
CLARO S/A	133	2.04
BANCO ITAUCARD S/A	128	1.97
HIPERCARD BANCO MÚLTIPLO S/A	128	1.97
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	128	1.97
TIM CELULAR S.A.	128	1.97
BANCO BRADESCARD IBI S/A	98	1.50
LOJAS C&A MODAS LTDA	95	1.46
CLARO TV (EMBRATEL TV SAT/VIA EMBRATEL)	92	1.41
LOJAS AMERICANAS S/A	91	1.40
LOJAS INSINUANTES LTDA	91	1.40
ENERGISA SERGIPE S/A	88	1.35
CAIXA ECONÔMICA FEDERAL	83	1.27
RN COMÉRCIO VAREJISTA S/A-RICARDO ELETRO	77	1.18
BRITANIA ELETRODOMESTICO S/A	69	1.06
DESO-COMPANHIA SANEAMENTO	60	0.92
BANESE CARD	56	0.86
BANCO BRADESCO S/A	51	0.78
COMPANHIA BRASILEIRA DISTRIBUIÇÃO – EXTRA SUPERMER	50	0.77
GLOBAL VILLAGE TELECON – GVT	50	0.77
MAGAZINE LUIZA S/A	49	0.75
LOJAS RIACHUELO S/A	48	0.74
<b>Total – Atendimentos da Estatística:</b>	<b>4160</b>	
<b>Total Geral de Atendimentos:</b>	<b>6513</b>	

## Ranking das Empresas que não solucionaram a reclamação pelo CIP

PROCON SERGIPE	<b>Ranking de Fornecedores no Atendimento/Reclamação</b>	SINDEC v.1.5.4.9
Emissão: 8/31/2015 10:48 AM	Período: 01/01/2015 a 31/08/2015	Página : 1
<b>Unidade:</b> Todas as Unidades <b>Qtde. Fornecedores:</b> Limite de 30 fornecedores <b>Ocorrências:</b> Fornecedores com no mínimo 1 ocorrências		

Nome	Total	%
	Atendimentos	
CENCOSUD COMERCAL LTDA - GBARBOSA	162	5.27
SAMSUNG ELETRÔNICA DA AMAZÔNIA LTDA	147	4.79
VIVO S/A	140	4.56
OI FIXO – TELEMAR NORTE LESTE S/A	97	3.16
SKY BRASIL SERVIÇOS LTDA(TV POR ASSINATURA)	93	3.03
DIGIBRAS INDÚSTRIA DO BRASIL S/A – CCE	66	2.15
OI CELULAR S/A – OI MÓVEL	64	2.08
OI S/A – BRASIL TELECOM S/A	60	1.95
ENERGISA SERGIPE S/A	57	1.86
LOJAS C&A MODAS LTDA	57	1.86
VIA VAREJO S/A (GLOBEX/PONTOFRIO/CASAS BAHIA)	55	1.79
CLARO TV (EMBRATEL TV SAT/VIA EMBRATEL)	45	1.46
CLARO S/A	39	1.27
LOJAS AMERICANAS S/A	39	1.27
LEADER S/A ADMINISTRADORA DE CARTÕES DE CRÉDITO	37	1.20
SONY MOBILE DO BRASIL S/A	36	1.17
TIM CELULAR S.A.	35	1.14
NET SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO S/A	34	1.11
RN COMÉRCIO VAREJISTA S/A-RICARDO ELETRO	34	1.11
HIPERCARD BANCO MÚLTIPLO S/A	32	1.04
BRITANIA ELETRODOMESTICO S/A	31	1.01
LOJAS INSINUANTES LTDA	31	1.01
CARDIF DO BRASIL SEGUROS E GARANTIAS S/A	30	0.98
MAGAZINE LUIZA S/A	29	0.94
BANCO ITAUCARD S/A	28	0.91
BANCO BRADESCARD IBI S/A	27	0.88
LG ELETRONICS DA AMAZONIA LTDA	27	0.88
EXTRA.COM.BR	26	0.85
UOL – UNIVERSO ONLINE S/A	26	0.85
MAGAZINE LUIZA.COM	25	0.81
<b>Total – Atendimentos da Estatística:</b>	<b>1609</b>	
<b>Total Geral de Atendimentos:</b>	<b>3072</b>	

## ENTREVISTA COM DIRETOR DO PROCON/SE

Azevedo, Roberto Luiz. Local no PROCON, sediado na Rua Santa Luzia, no Bairro São Jose, na cidade Aracaju, dia 31/08/2015. Entrevista feita pela discente Ludmary Meneses Góes.

Foi realizada uma entrevista com senhor Luiz Roberto, Diretor do PROCON da cidade de Aracaju, realizado no dia 31/08/2015, às 10h30min, cujo intuito foi obter os dados sobre quais as empresas tem o maior número de reclamações na cidade de Aracaju, como são sanadas essas reclamações e entender o funcionamento do órgão.

Luiz Roberto: Quando você chega ao PROCON com a sua reclamação, você vai passar por uma triagem onde o funcionário do PROCON vai ver se sua reclamação é sobre direito do consumidor. Analisar se sua reclamação é caso de consumo. Se não for, iremos orientar a procurar o órgão responsável. Pode ser defensoria pública quando forem ações de natureza criminal, cível, de família.

A gente informa ao consumidor que seu caso não é aqui, o senhor tem que procurar a defensoria pública aqui perto na Barão de Maruim. O consumidor às vezes chega com o nome negativado e quer indenização por dano moral, e a gente não pode arbitrar indenizações por danos morais aqui, a gente o orienta. Onde é seu bairro? Que a depender do bairro dele, a gente vai encaminhar ele pro juizado que é de competência daquele bairro. Mas quando é o caso, que realmente é do PROCON, a gente vê a documentação que ele tem em mãos, se ele tiver com tudo em mãos, correto, nota fiscal, identidade, CPF, e os documentos que são relacionados ao caso dele, ele pega uma senha pra ser atendido no guichê de atendimento com uma pessoa do PROCON. Assim que ele é chamado para ter esse atendimento, a gente utiliza um sistema chamado SINDEC. SINDEC é o sistema utilizado por todos os PROCON's do Brasil. O sistema é padronizado, ele não é obrigatório para os PROCON's, mas qualquer PROCON que queira usar, pode se utilizar dessa ferramenta. É importante frisar aqui que o Ministério da Justiça disponibiliza esse sistema. Então todos os PROCON's do Brasil utilizam porque é onde a gente compila todas as informações, é onde a gente pode pegar relatórios de saber qual empresa está sendo mais reclamada, relatórios de quais os assuntos estão sendo mais reclamados aqui no PROCON.

Ludmary: A população tem acesso a esse sistema ou só vocês?

Luiz Roberto: A população tem acesso ao SINDEC. SINDEC significa Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor. Isso é utilizado até pelo Judiciário, Ministério Público e outros Órgãos, para saber qual o índice de reclamações que chegam ao PROCON.

Quando a gente abre uma reclamação do consumidor por esse SINDEC é registrada a FA, que é chamada Ficha de Atendimento. Essa ficha de atendimento é o processo do consumidor. Cada reclamação de consumidor vai ser gerada uma FA. Com essa FA, o consumidor pode entrar no site do PROCON, ir ao link SINDEC, e o consumidor acompanha seu processo. Ele vai saber se a empresa já respondeu, qual foi a resposta e tudo mais. Um exemplo, o consumidor chega hoje com um problema com a empresa Vivo, a gente vai abrir essa reclamação, vai gerar a FA pro consumidor e, a gente tem também o sistema chamado CIP ELETRÔNICA.

Ludmary: O que significa CIP?

Luiz Roberto: Cadastro de Informação Preliminar, essa CIP eletrônica foi feita a priori com o convite para as empresas aderirem a esse sistema da CIP eletrônica, que essa ferramenta dá oportunidade para as empresas responderem via eletronicamente, ou seja, via e-mail, pelo nosso sistema SINDEC.

A empresa vai responder pro PROCON de forma eletrônica no sistema. Sem precisar imprimir papel, sem precisar fazer um registro de carta pro Correios, sem ter esses gastos de uma forma mais rápida. É como se fosse um processo virtual no primeiro momento. Então, a resposta dessa CIP eletrônica possui prazo de 10 dias.

Então, vamos lá, você chega com seu caso aqui no PROCON contra uma empresa que tem essa CIP eletrônica, ela vai ter 10 dias para te responder. Geralmente muitos dos processos, quando a gente vai puxar o relatório, são respondidos em CIP eletrônica. Ai vamos supor que a empresa nesses 10 dias não responda ao PROCON, ou ela responda de uma forma que não atenda aquele pedido para o consumidor, ai o consumidor nesses 10 dias retorna ao PROCON, ou para saber sua resposta, porque não recebeu ou porque não pode consultar no sistema, se caso ele consultando o sistema viu lá a resposta e a empresa falou que ia responder pra ele ou que já entrou em contato dizendo que resolveu, com numero de protocolo, tudo, isso dai se encerra. Para a empresa, não há nenhuma punição

se ela resolveu o problema do consumidor em CIP eletrônica. Por exemplo, você chega com seu problema, nos 10 dias da CIP eletrônica a empresa respondeu, mandou uma resposta dizendo que vai ou que já depositou o dinheiro que o consumidor queria de volta, ou que já cancelou um serviço que o consumidor não tenha pedido para consumir, aquilo se encerra. Essa reclamação é arquivada, não há nenhuma espécie de punição para a empresa. Mas caso a empresa nesses 10 dias, ou ela não responda ou responda informando que não vai atender ao pedido do consumidor, a gente vai fazer uma abertura de reclamação. Essa abertura de reclamação vai ser marcada uma audiência, com no mínimo um prazo de 30 dias, onde o consumidor, o representante da empresa e o conciliador do PROCON participarão de uma audiência aqui no Órgão. Então nessa audiência, vai estar os representantes de todas as empresas, das empresas reclamadas, e junto com o consumidor, onde eles vão fechar um acordo.

Ludmary: E acaso não tendo acordo?

Luiz Roberto: Se tiver um acordo, se ele não resolveu na CIP eletrônica mas resolveu em audiência, ele já é punido de alguma forma. Essa punição é o que? A inserção do nome da empresa num cadastro de reclamação, porque ela não atendeu nosso pedido na CIP. Que nós chamamos da segunda fase que existe no PROCON. São duas etapas, a primeira de CIP e a segunda da abertura de reclamação. Se na primeira etapa do PROCON ela resolveu, não tem punição. Mas se ela deixar que a gente abra uma reclamação e marque uma audiência, a primeira punição vai Ser incluí-la no cadastro.

Ludmary: Mesmo havendo conciliação, ela será punida?

Luiz Roberto: Mesmo ela atendendo, ela vai pro cadastro. Na verdade é uma punição que se dá com inscrição do nome dela num cadastro que o PROCON divulga anualmente, que é chamado de Cadastro Nacional de Reclamações Fundamentadas. Se a empresa atendeu ao pedido do consumidor, ela vai entrar nesse cadastro como fundamentada atendida, como atendeu ao pedido do consumidor. Se ela não atendeu, vai ser cadastro de reclamação fundamentada não atendida. Essas são as punições para as empresas que não atenderam na primeira etapa.

È válido salientar que tem empresas que elas não são obrigadas a atender à CIP eletrônica, e aí o que é que a gente faz? Não dá oportunidade dela responder nessa primeira etapa. Ela já vai direto para uma abertura de reclamação.

Sobre a primeira etapa, as empresas que aderirem a CIP eletrônica vão ter essa oportunidade de se manifestarem sobre a reclamação. Sabendo que elas não são obrigadas a aderir a CIP eletrônica.

Ludmary: Mas se elas aderirem?

Luiz Roberto: Mas quem aderiu, tornam-se obrigadas a responder. Se ela responder, não vai ter qualquer tipo de punição para a mesma. Já as empresa que não quiseram aderir a essa CIP eletrônica, O PROCON não dá oportunidade delas resolverem nessa primeira etapa e não ter punição. Quem não aderiu, já vai para a abertura de reclamação direta. Já vai para a segunda etapa direto, já tendo como punição a inserção do nome no cadastro.

Ludmary: Por quê?

Luiz Roberto: Porque nesse momento já existe a configuração de um dano ao consumidor. Pois o consumidor que chega até o PROCON, aqui será aberta uma reclamação, já estando configurado um dano, já está configurado um desrespeito ao Código de Defesa do Consumidor. Então o órgão dá essa oportunidade da primeira etapa pra ver se as empresas conseguem resolver.

É de suma importância explicar sobre a conciliação que havendo a conciliação, havendo o acordo, isso é reduzido a termo, e essa homologação é bom fazer uma ressalva aqui que a gente assinou quinta feira um convênio com o Tribunal de Justiça para homologação desses acordos do PROCON. Isso não havia aqui em Aracaju, é uma inovação.

Ludmary: Aí no caso vocês fazem e levam lá?

Luiz Roberto: É feito pelo sistema. A gente faz e escaneia aqui, manda através do sistema do Tribunal de Justiça, o sistema lá recebe, a Juíza assina, eletronicamente, tudo hoje é eletrônico, manda de volta pra gente. Aí o consumidor pode também acompanhar isso em casa. Ele não vai sair daqui comum acordo propriamente dito homologado, porque é o tempo que a gente vai ter que mandar pra Juíza pra ela assinar. Essa situação do acordo ser homologado é fantástica para

o PROCON e para o consumidor. E pro consumidor, quando a gente não tinha homologação nesse acordo, ele saía com um papel aqui do PROCON dizendo que a empresa teve um acordo com ele e que vai restituir o valor dele em 10 dias. Vamos supor que passava esses 10, 20 dias, e a empresa não cumpriu o que acordou, o consumidor voltava aqui e a gente ficava um pouco meio sem fazer nada para o consumidor. Pra empresa, isso vai pra assessoria jurídica e ela vai ser multada e punida por isso.

Mas para o consumidor, o que ele tinha que fazer? Qual orientação nossa? Olha, o senhor vai ter que ir ao Juizado ou no Fórum de sua cidade, para abrir um processo lá judicial.

Ludmary: Os consumidores achavam que o PROCON não resolvia?

Luiz Roberto: Realmente, eles tinham a sensação que o PROCON não resolvia. Mas não é isso na verdade. O PROCON, quando a empresa não resolve, abre um processo administrativo, há uma aplicação de uma decisão administrativa aplicando multa contra essa empresa.

Ludmary: Então quer dizer que a multa é a sanção mais forte que o PROCON pode aplicar? A mais severa?

Luiz Roberto: Não, devemos analisar o art. 56 do Código de Defesa do Consumidor, que versa sobre as infrações e as sanções administrativas. Ele vai de multa à apreensão de produto, inutilização, cassação de registro, proibição de fabricação de produto, suspensão do fornecimento daquele produto, suspensão temporária da atividade, por exemplo, suspensão da atividade temporária pode acontecer no caso, os bancos que não obedecem a Lei dos 15 minutos e há reincidência de reclamações daquilo, a gente pode chegar lá e o banco pode ficar fechado o dia todo. E isso vale até muito mais do que uma multa.

Primeiro a gente conhece esses locais, recebe as denúncias, e a gente manda as notificações de constatação informando, que foi constatado que o estabelecimento não tem Código de Defesa do Consumidor, não respeita a Lei da fixação de preços. A gente constatava esses erros e dava um prazo de 10 dias pra eles consertarem.

Ludmary: E sem acordo?

Luiz Roberto: Quando não há um acordo, entre a empresa e o consumidor, o consumidor naturalmente vai ter que procurar a Justiça, pra poder abrir um processo judicial, e ele levando essa documentação que ele tentou solucionar administrativamente pelo PROCON e não conseguiu isso dá maior fundamentação para a reclamação dele. O Juiz vai olhar com outros olhos porque vai dizer, olha, o consumidor está de boa fé aqui, já tentou administrativamente no PROCON resolver e a empresa não está resolvendo, isso pode servir até para uma majoração do valor da indenização pro consumidor.

Outra coisa interessante também, e é bom a gente saber, PROCON e Judiciário são esferas distintas. PROCON é da esfera do Poder Executivo, é um Órgão vinculado a Secretaria de Estado da Justiça do Poder Executivo do Governo do Estado de Sergipe. O Judiciário é um Poder Judiciário como são divididos pela Constituição Federal: Poder Executivo, Judiciário e Legislativo. Então, eles não se confundem e isso significa dizer que o consumidor que vem até o PROCON registrar uma reclamação, ele também pode registrar no Poder Judiciário, ele pode entrar com um processo duas vezes. Um exemplo clássico que a gente orienta: o consumidor veio com nome negativado pro PROCON, a VIVO negativou o nome do consumidor. Para o consumidor é mais rápido tirar essa negativação vindo pro PROCON, porque ai ele tem o prazo de 10 dias, a empresa tem esses 10 dias para resolver. Se ela não resolver em 10 dias, ela tem os 30 dias para a audiência, então o prazo máximo do PROCON são 40 dias, para que o consumidor tenha uma resposta da empresa, tenha aquele acordo.

O que a gente orienta, é vá até o PROCON, se já está paga aquela dívida, já quitou, quando o nome da pessoa está no registro de cadastro de proteção ao crédito, são 5 dias para sair, vamos supor que já se passaram esses 5 dias, que já está no 10º, 15º dia, o que é que a gente orienta? No juizado você vai pedir dano moral porque ultrapassou o prazo e eles não tiraram seu nome. Então o que é que você faz? Vá até o PROCON, registre sua reclamação, leve o comprovante de pagamento, e pelo PROCON ela vai ter o prazo de 10 dias primeiro para tirar, muitas das vezes ela tira, mas se ela não tirar, a gente vai marcar uma audiência com 30 dias, então serão 40 dias, que você vai ter o seu nome tirado. Se você não conseguir isso, só no Juizado. Quando isso ocorre, a gente orientar a entrar no Juizado pelo dano moral porque o PROCON não é um Órgão competente para fazer

o arbitramento do dano moral. Então quando não tem acordo, nós damos o documento do PROCON informando que não teve acordo com a empresa, você vai ter que ir ao Fórum da sua cidade ou no Juizado mais próximo da sua cidade. A gente olha aqui pelo bairro qual o Fórum que ele tem que ir.

Ludmary: Dai o PROCON já se exime?

Luiz Roberto: Para o consumidor, isso daí encerra aqui no PROCON. Pra empresa, esse processo vem para a assessoria jurídica, onde a gente vai analisar o caso dele e vai fazer uma decisão administrativa, aplicando multa.

O Cadastro Nacional de Reclamações Fundamentadas é estabelecido pelo art. 44 do CDC. Onde fala que os Órgãos Públicos de defesa do consumidor manterão um cadastro atualizado de reclamações fundamentadas. É bom frisar que o consumidor pode não aceitar o acordo com a empresa.

O art. 18 estabelece que as empresas têm 30 dias para sanar o vício. Se nesses 30 dias ela não sanar o vício daquele produto, o consumidor pode pedir o dinheiro de volta ou um novo produto. E isso é o consumidor quem escolhe e não a empresa.

Ludmary: Qual é o ramo que tem os maiores índices de reclamações?

Luiz Roberto: Telefonia.

A título de conhecimento lhe indico um site bem interessante do Ministério da Justiça onde podemos encontrar muitos relatórios e dados: consumidor.gov. É um site do Governo Federal, que as empresas também se cadastram e elas podem ter os problemas resolvidos ali com o consumidor. Para uma comparação simplória seria tipo um "ReclameAqui" estatal. Exemplo, você abre o site, preenche seus dados, vai entrar contra uma empresa, faz a reclamação, a empresa te responde, você diz que foi atendido e aplica uma nota. E o PROCON, os Órgãos de Defesa do Consumidor, eles ficam meio que só observando. Isso também não significa que o consumidor pode fazer no site e não no PROCON, não. O consumidor pode fazer no site e também no PROCON.

Ludmary: E o que o PROCON faz para frear essas reclamações? E a aplicação das sanções?

Luiz Roberto: Sim. Aplicação das sanções é uma das finalidades que o PROCON tem para que diminua a quantidade de reclamações. Outro trabalho que é muito interessante e que eu acredito que tenha uma melhor eficiência são os programas de educações. A gente tem a Rede Social do PROCON, Facebook, Instagram e tem o nosso próprio site, o PROCON sempre publica informações. Portanto, informar a população os seus direitos e orientar nas suas reclamações tornam-se mais eficiente do que as aplicações de multas.

Finalizando essa entrevista com a frase: "Consumidor consciente é consumidor exigente".