

POR JULIANA JADON COLABORARAM ISABELLA VILLALBA E ERICA MARTIN

O CONSUMIDOR NO FOCO

O QUE MUDA, NA PRÁTICA,
COM O PLANO NACIONAL
DE CONSUMO E CIDADANIA,
QUE REPRESENTA UM MARCO
HISTÓRICO NAS RELAÇÕES DO
CONSUMO NO BRASIL



O último 15 de março, Dia Mundial do Consumidor, foi marcado pelo anúncio da presidente Dilma Rousseff sobre o Plano Nacional de Consumo e Cidadania (Plandec), um conjunto de medidas para garantir a melhoria na qualidade de produtos e serviços, e incentivar o aperfeiçoamento das relações de consumo no País. Agora, a defesa do consumidor é política pública. “Produtores, comerciantes e consumidores, estamos todos conectados por laços, visíveis e invisíveis. Para que esses elos se fortaleçam e a coesão nas relações de consumo seja mantida é preciso equilíbrio, transparência, honestidade e senso de justiça”, disse a presidente, este ano. O presidente americano John Kennedy foi o primeiro chefe de Estado a empunhar a bandeira da defesa do consumidor como política pública nos Estados Unidos, em 15 de março de 1962. Depois disso, no mundo todo a única presidente que deu importância às relações de consumo a ponto de transformar os direitos do consumidor em política de Estado foi Dilma Rousseff.

Para a presidente, as relações de consumo devem ser construídas por meio de valores morais. É essa troca de valores que aumenta a qualidade dos produtos e das relações entre os diversos agentes da sociedade. Essa agenda passa a ser prioritária para o governo. Poucas iniciativas são tão alinhadas com as expectativas da sociedade e com o atual momento das relações de consumo no Brasil.

O lançamento do plano sinaliza que, no País do pleno emprego, da ascensão social, do crescimento e da nova classe média, a defesa dos consumidores é prioridade. A presidente Dilma Rousseff também falou sobre o serviço público, que precisa atender bem a sociedade, assim como é exigido das empresas privadas. Do outro lado do balcão, os gestores das grandes empresas já perceberam que, para obter melhores resultados e sobreviver no mercado, é preciso atender bem o cliente – e com o máximo de transparência. O plano é essencial para resgatar a confiança dos agentes das relações de consumo. Na prática, a medida eleva o patamar da qualidade mínima exigida das empresas no relacionamento com os consumidores. Logo, o plano pode contribuir sensivelmente para melhorar a confiança do brasileiro em relação às empresas.

No âmbito governamental, o Plandec vai contar com a participação e o envolvimento de todos os ministérios. Afinal,

Projeto de Lei de Fortalecimento dos Procons

Permitirá ao Procon determinar medidas corretivas, tais como:

- Restituição de cobranças indevidas
- Substituição ou reparação do produto
- Prestação adequada de serviços

Premissas

O Plano Nacional de Consumo e Cidadania permitirá o avanço nas relações de consumo. Confira seus principais pontos:

- Transforma a proteção do consumidor em política do Estado
- Prioriza o direito à informação e ao atendimento ao consumidor
- Promove a melhoria da qualidade de produtos e serviços

Objetivos

- Atender às necessidades e respeitar a dignidade, saúde e segurança do consumidor
- Estimular a melhoria da qualidade de produtos e serviços
- Prevenir e repreender condutas que violem os direitos do consumidor
- Estimular o acesso a padrões de produção e consumo sustentáveis
- Promover a transparência e a harmonia nas relações de consumo
- Ampliar o acesso a produtos e serviços públicos de qualidade

O PROJETO TAMBÉM FORTALECE A ATUAÇÃO DOS PROCONS, QUE PASSAM A TER MAIS PODER PARA PUNIR, APLICAR SANÇÕES E ANGARIAR RECURSOS





“NO BRASIL, MAIS DE 50% DOS CIDADÃOS ESTÃO NA CLASSE MÉDIA. ESTAMOS EM UM MOMENTO EM QUE AS RELAÇÕES DE CONSUMO FAZEM PARTE DO DIA A DIA DO BRASILEIRO. PORTANTO CUIDAR DO CONSUMIDOR E AVANÇAR NAS RELAÇÕES DE CONSUMO NÃO É UMA AGENDA SOMENTE DOS ÓRGÃOS DE DEFESA DO CONSUMIDOR, MAS DE TODO O PAÍS”

**JULIANA PEREIRA DA SILVA,
SECRETÁRIA NACIONAL DO CONSUMIDOR**

consumo é um assunto que permeia qualquer área ou negócio. O projeto também fortalece a atuação dos Procons, que passam a ter mais poder para punir, aplicar sanções e angariar recursos. Esse mecanismo deverá permitir uma fiscalização mais rigorosa dos produtos e serviços regulados. Acordos realizados em todos os Procons do País serão considerados executivos judiciais. Antes, as multas eram decretadas apenas pelo Judiciário.

Juliana Pereira da Silva, secretária nacional do consumidor, afirma que o Plandec é o segundo grande acontecimento na história das relações de consumo no Brasil. O primeiro foi a edição do Código de Defesa do Consumidor (CDC) que, de fato, estabeleceu os marcos legais para essa área. “No Brasil, mais de 50% dos cidadãos estão na classe média. Estamos num momento em que as relações de consumo fazem parte do dia a dia do brasileiro. Portanto cuidar do consumidor e avançar nas relações de consumo não estão na agenda somente dos órgãos de defesa do consumidor, mas de todo o País”, ressalta.

O Plandec demonstra que a sociedade brasileira já está em outro patamar: tem a capacidade de produzir,

além da riqueza financeira, riqueza moral, de justiça e de valores. É o que destacou Ricardo Morishita, professor da FGV e ex-diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC). “A presidente teve o mérito de anunciar publicamente essas medidas, aperfeiçoadas conforme a respostas da sociedade. Chegou a hora de o mercado ser proativo nesse processo”, avalia. Marcos Diegues, assessor técnico do Procon-SP, concorda. “Essa manifestação da presidente, por mais simples que pareça, é um grande passo para o País. A partir desse ato, todos os envolvidos nessa relação sabem da importância que esse tema passa a ter.” A opinião é unânime entre os representantes dos órgãos de defesa.

“As empresas têm problemas comuns, que podem ser resolvidos de maneira coletiva. O plano é um avanço histórico para o Brasil e para as relações de consumo. Defender o consumidor é defender o cidadão, já que todos nós consumimos”, diz Karina Alfano, gerente de atendimento do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec).

Nessa primeira etapa do plano, três comitês técnicos formam um observatório das relações de consumo. Um deles será responsável por tomar providências práticas para reduzir os conflitos nas relações de consumo. “O plano está alinhado às expectativas dos consumidores, dos órgãos de defesa e do setor empresarial. O que pode ser acrescentado é a participação das empresas, mostrando que a defesa do consumidor

é uma causa de todas as partes”, considera Vitor Morais de Andrade, presidente da Associação Brasileira das Relações Empresa-Cliente (Abrarec).

Em geral, quando novas leis são sancionadas, as empresas dizem que não estão preparadas e pedem prazo para se adaptarem, segundo Marcos Diegues. Todavia, para o Plandec, não há desculpas. “A maior parte do que está sendo exigida já está no Código de Defesa do Consumidor e, simplesmente, foi mais detalhado e colocado com outras palavras. Se tempo fosse problema, as empresas já tiveram 22 anos para se adequar”, acredita Diegues.

O tripé qualidade, respeito e preço justo cria um cenário em que todos os envolvidos podem ganhar, de acordo com Morishita. O foco das empresas não é o conflito. Este é o momento de se fazer grandes perguntas. A sociedade e o mercado brasileiro estão dispostos a liderar novos processos? “Acho que o Brasil está preparado para o consumo com cidadania. Já temos as bases, com normas de vanguarda, a experiência dos órgãos de defesa do consumidor e as ouvidorias estabelecidas em grandes empresas”, conclui Juliana Pereira da Silva. “Quando o



“A PRESIDENTE TEVE O MÉRITO DE ANUNCIAR PUBLICAMENTE ESSAS MEDIDAS, APERFEÇOADAS CONFORME A SOCIEDADE SOUBER RESPONDER AO DESAFIO. CHEGOU A HORA DE O MERCADO SER PROATIVO NESSE PROCESSO”

RICARDO MORISHITA, EX-DPDC

Plandec estiver plenamente implantado, o Brasil, assim como os países mais desenvolvidos, terá construído uma moderna política de Estado e terá feito uma afirmação da sociedade de forma civilizada. Com isso, todos nós e, sobretudo, a nação brasileira, sairemos ganhando”, ressalta Dilma Rousseff.

MENOS CONFLITOS

A conta bancária, os cartões e as operações de crédito ainda parecem um bicho de sete cabeças para muitos consumidores. Com a entrada de novos clientes no setor financeiro (vide matéria nesta edição), os bancos precisam comunicar de maneira mais clara a origem de determinadas tarifas. É exatamente nesse sentido que o Plandec, aliado ao Conselho Monetário Nacional (CMN), exige que os bancos se comuniquem melhor e

ofereçam mais liberdade de escolha. Trocando em miúdos, o plano obriga as instituições financeiras a informarem a diferença de custos nas tarifas bancárias individualizadas e nos pacotes, e a ressaltarem a composição dos custos nas operações de crédito e de câmbio. “O Plandec traduz um novo compromisso do governo e das entidades representativas”, garante Hélio Ferreira, ouvidor do Banco Central do Brasil. “Os problemas devem ser absorvidos e tratados dentro das empresas, sem a necessidade de falhas sistêmicas transbordarem aos órgãos de defesa. As ouvidorias e SACs das empresas precisam funcionar”, assinala Paulo Artrur Góes, diretor-executivo do Procon-SP.

É no sentido de ser transparente que o Itaú Unibanco defende “ser um banco líder em performance sustentável e em satisfação de clientes”. Claudia Politanski, vice-presidente jurídica da instituição, diz que a relação deve ser ética e equilibrada sempre. “O consumidor, de fato, deve enxergar valor no serviço que contrata. Apoiamos integralmente a iniciativa do governo. Essas ações são importantes não somente para preservar os interesses dos consumidores, mas também para construir um país melhor”, avalia. Há três anos, o banco deu início ao “Projeto Transparência”, por meio do qual foi criado um sumário executivo do contrato. Em linguagem simples, resume ao cliente as informações sobre os serviços. “Portanto especificar novos pacotes de tarifas para que o consumidor consiga fazer uma comparação mais fácil está em linha com o que acreditamos”, reforça Claudia.

O Plandec pode ser benéfico para que os diversos departamentos das instituições financeiras revejam e aprimorem seus processos, acredita Julio Alves Marques, diretor da ouvidoria do Bradesco, que completa: “Nosso país é inovador na área de relações de consumo, com 22 anos completos do CDC. Agora, essa questão é política nacional. Isso traz vantagens, pois as empresas podem encontrar caminhos positivos para atuar”.

MAIS SEGURANÇA

O consumidor está cada vez mais conectado. O comércio eletrônico brasileiro faturou R\$ 22,5 bilhões no ano passado, cifra que representa um crescimento de 20% em relação a 2011, de acordo com dados da E-bit



CLAUDIA POLITANSKI, VICE-PRESIDENTE JURÍDICA DO ITAÚ UNIBANCO

“Apoiamos integralmente a iniciativa do governo. Essas ações são importantes não somente para preservar os interesses dos consumidores, mas também para construir um País melhor”

e Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico. Ao todo, 42,2 milhões de brasileiros já compraram, ao menos uma vez, pela internet.

O Decreto de Comércio Eletrônico, do Plandec, garante informações claras a respeito de quem vende e do que é ofertado ao consumidor nos portais de e-commerce. As medidas anunciadas pela presidente obrigam a criação de canal de atendimento ao consumidor e procedimentos claros sobre o exercício do direito de arrendimento.

Algumas das grandes companhias do País não terão que se mobilizar para se adaptarem às obrigações, pois já têm esses procedimentos. É o caso da Nova Pontocom, companhia que faturou R\$ 3,7 bilhões em 2012. A empresa já está adequada ao Plandec por meio da publicação das informações detalhadas sobre os produtos oferecidos nos portais Casas Bahia, Ponto Frio e Extra. Além disso, esses sites já possuem a garantia do direito de arrendimento nas compras realizadas, com até sete dias para devolução, e diversos canais de atendimento ao cliente que atuam com eficiência. “Para nós, o Plandec é um grande marco, pois confirma a nossa missão de atender os clientes em toda a relação de consumo”, diz Oderi Leite, diretor-executivo.

Para Renato Mendes, responsável pela área de assuntos corporativos da Netshoes, o e-commerce é uma prestação de serviço. Na companhia, a premissa é que o cliente tenha uma experiência agradável durante a visita à loja virtual, seja bem atendido nos canais de relacionamento e receba o produto no prazo combinado no ato da compra. A central de relacionamento é própria, o que permite controle da operação. Os atendentes passam por 23 dias de treinamento multidisciplinar para trabalhar em todas as frentes. “O e-commerce brasileiro sai fortalecido, já que esse ato gera mais con-

VITOR MORAIS DE ANDRADE,
DA ABRAREC
“O Plano Nacional de Consumo e Cidadania está alinhado às expectativas dos consumidores, dos órgãos de defesa do consumidor e do setor empresarial”



“OS PROBLEMAS DEVEM SER ABSORVIDOS E TRATADOS DENTRO DAS EMPRESAS, SEM A NECESSIDADE DE FALHAS SISTÊMICAS TRANSBORDAREM AOS ÓRGÃOS DE DEFESA. AS OUVIDORIAS E SACs DAS COMPANHIAS PRECISAM FUNCIONAR”

PAULO ARTHUR GÓES,
DIRETOR-EXECUTIVO
DO PROCON-SP

HÉLIO FERREIRA,
DO BANCO
CENTRAL
DO BRASIL
“O Plandec traduz um novo compromisso do governo e das entidades representativas”



fiança nas lojas virtuais sérias. Todos ganham nesse cenário. O decreto também demonstra a relevância do comércio eletrônico para a economia do País pela atenção dada pelo governo federal”, aponta. “O grande desafio é continuar o crescimento acelerado mantendo e aprimorando a qualidade dos serviços”, complementa Flávio Franco, diretor jurídico da companhia.

RELAÇÃO EQUILIBRADA

A conta do celular, do telefone fixo, da internet e dos canais a cabo, muitas vezes também confunde os consumidores. Dúvidas sobre o valor do minuto de uma ligação entre diversas outras são recorrentes. Cobrança indevida/abusiva foi a principal demanda dos consumidores registrada no Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (Sindec) referente a esse setor no ano passado, com 42,88% do total.

Diante desse cenário, o regulamento simplificará as regras para o atendimento, cobrança e oferta de serviços, propondo a regulamentação dos combos de serviços, mecanismos para comparação de planos, serviços ampliação e qualificação dos canais de atendimento e a padronização de regras de ressarcimento e combate à venda casada. “Nosso desafio é fazer com que os clientes continuem utilizando os nossos serviços de forma ampla e que fiquem satisfeitos”, considera Ana Cristina Oliveira, diretora de qualidade da Tim.

Questionado sobre as impressões referentes ao Plandec, Altivo Oliveira, diretor de atendimento ao cliente da Claro, assegura que a regulamentação faz parte dos objetivos primordiais da empresa. “Trabalhamos na melhoria da qualidade dos serviços prestados aos consumidores, realizando fortes investimentos em tecnologias e em novas plataformas.”

A ideia é que o serviço prestado vise à resolução dos casos já no primeiro contato. Além disso, recentemente, novas funcionalidades foram implementadas para o atendimento e autosserviço. “Não mediremos esforços para oferecer um serviço de qualidade, garantindo que sejam atendidas as prerrogativas propostas pelo Plandec”, aponta. 🗣️

Melhorias

O Plano Nacional de Consumo e Cidadania irá atuar primeiramente em três setores críticos que geram grande quantidade de conflitos e dúvidas por parte dos consumidores – telecomunicações, bancos e comércio eletrônico. A assimetria de informações entre empresas e clientes é grande. Esses segmentos compõem a lista dos mais reclamados nos órgãos de defesa do consumidor. De acordo com um levantamento do Ministério da Justiça feito para o Grupo Padrão, bancos, cartões e serviços financeiros representaram 31% das demandas no Sindec em 2012. Já comércio eletrônico e telecomunicações (telefonia celular e fixa, provedor de acesso e TV por assinatura) foram responsáveis por 5,61% e 21,71%, respectivamente. Confira a seguir o que muda com as novas medidas que prezam, principalmente, pela clareza das informações e dos custos passados ao consumidor.



Telecomunicações

O novo regulamento simplificará as regras para o atendimento, cobrança e oferta de serviços, propondo:

- Regulamentação dos combos de serviços
- Mecanismos para comparação de planos
- Ampliação e qualificação dos canais de atendimento.
- Padronização de regras de ressarcimento e combate à venda casada



Bancos

O setor financeiro terá de tornar os custos e as tarifas mais transparentes e:

- Informar a diferença de custos nas tarifas bancárias individualizadas e nos pacotes
- Destacar a composição dos custos nas operações de crédito e de câmbio



Comércio eletrônico

Tirar dúvidas ou devolver e trocar produtos não serão mais problema para os clientes de portais de compras. O comércio eletrônico terá de:

- Criar um canal de atendimento ao consumidor
- Ter procedimentos claros sobre o exercício do direito de arrependimento