

Consumidor Direito + Grita

Na Semana do Cliente, brasilienses reclamam de serviços não prestados. Especialistas alertam que a melhor forma de valorizar o consumidor é respeitar os direitos garantidos pelo Código, o CDC

A importância de conhecer as regras

» BRUNNA RAMOS*

Em um cenário de crescimento do comércio on-line — onde compras são realizadas em poucos cliques e entregas acontecem em diferentes regiões do país com oferta de prazos curtos —, problemas como atrasos, cancelamentos, descumprimento de produtos divulgados e dificuldades para obter reembolso estão entre as principais reclamações registradas por consumidores. Durante a chamada Semana do Cliente, com dia comemorado em 15 de setembro último, muitas pessoas enfrentaram exatamente esses obstáculos após a compra.

A servidora pública Márcia Moreira afirma não ter recebido o celular que comprou pela internet. Ao abrir a encomenda, ela encontrou um produto completamente diferente do que havia adquirido. “Comprei um celular, e na caixa veio apenas sabão em pó. Tenho provas de que o celular não foi entregue e, mesmo assim, me informaram que eu não teria direito ao reembolso”, relata.

Criado em 2003, o Dia do Cliente tem foco em ações de relacionamento, atendimento e promoções, visando fortalecer a relação entre empresas e consumidores. Mais de duas décadas depois, a data se consolidou no calendário do comércio brasileiro marcada por campanhas promocionais, descontos e ações de fidelização. No entanto, especialistas alertam que a melhor forma de valorizar o consumidor não está apenas nas ofertas, mas no respeito aos direitos garantidos pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Segundo a servidora que não teve o celular entregue, após entrar em contato com a empresa, ela recebeu novos prazos para análise do caso, mas o problema continuou sem solução. “Tenho câmeras no local que mostram o que aconteceu. Pelo visto, vou precisar registrar ocorrência e buscar meus direitos”, afirma.

Nas situações envolvendo divergência entre o produto comprado e o recebido, a empresa é responsável por apurar o ocorrido e apresentar solução compatível com o prejuízo relatado pelo cliente.

Mais problemas

A administradora Luana Kethlen Silva também enfrentou dificuldades após uma compra realizada pela internet. Segundo ela, o pedido foi registrado pela transportadora como entregue, mas nunca chegou ao destino. “Estou desde o início do mês esperando um pedido que foi marcado como entregue e não chegou. O endere-



ço é comercial, com portaria em horário comercial, mas a entrega apareceu como realizada às 23h”, conta.

A consumidora afirma ter solicitado o comprovante de recebimento, mas não obteve acesso ao documento. “Eles dizem que a transportadora entregou, mas se recusam a apresentar qualquer comprovante. Também negaram o reembolso. Estou pedindo apenas o básico: se foi entregue, quero o comprovante; se não foi, quero meu dinheiro de volta”, diz.

Em compras realizadas pela internet, cabe ao fornecedor comprovar a efetiva entrega do produto quando há contestação por parte do consumidor. Documentos de rastreamento, assinatura do recebedor ou outros registros podem ser utilizados para demonstrar o cumprimento da obrigação, apontam os especialistas.

Valorização

A advogada Thaís Cavalcanti, especialista em direito do consumidor, afir-

ma que o significado da data vai além das campanhas publicitárias realizadas pelo comércio. “A proposta inicial era justamente criar uma data de valorização do cliente e de fortalecimento da relação entre consumidores e empresas, estimulando não apenas ações comerciais, mas também uma reflexão sobre a qualidade do atendimento e dos serviços prestados”, explica.

Segundo a especialista, a valorização do cliente não pode se limitar a descontos temporários. “A melhor forma de uma empresa valorizar o consumidor é respeitar, durante todo o ano, os direitos assegurados pelo Código de Defesa do Consumidor. O CDC parte do reconhecimento de que o consumidor é a parte vulnerável da relação de consumo e estabelece uma série de direitos básicos”, afirma.

Entre esses direitos, estão o acesso à informação adequada e clara sobre produtos e serviços, a proteção contra publicidade enganosa, a prevenção de danos e a possibilidade de reparação quando

houver prejuízos. Para Thaís, a confiança do consumidor não é construída apenas no momento da compra. “Uma relação de confiança não se constrói apenas no momento da venda, mas, principalmente, pela transparência, pelo respeito e pela assistência prestada antes, durante e depois da contratação”, destaca.

O aposentado José Carlos Amaral afirma ter sido surpreendido após registrar uma reclamação formal sobre um pedido que não havia recebido. Segundo ele, a compra envolvia equipamentos de surfe, e a expectativa era receber o produto adquirido ou uma justificativa para o atraso. “Fiz uma reclamação no Procon, porque o produto não foi entregue. A empresa ainda estava dentro do prazo para responder quando o pedido simplesmente apareceu como cancelado”, relata.

José afirma que não recebeu comunicação prévia explicando o motivo da decisão. “Eu deixei claro que queria receber o produto. Nem sequer enviaram um e-mail explicando por que cancelaram. Foi um

desrespeito”, reclama.

A advogada Sarah Trindade, especialista em direito do consumidor, explica que a legislação prevê mecanismos de proteção quando uma empresa não cumpre o que foi prometido durante a venda. “Caso a empresa tenha prometido o prazo de entrega e não executou, há um descumprimento da oferta. O artigo 35 do Código de Defesa do Consumidor estabelece que o cliente pode exigir o cumprimento da entrega, aceitar um produto equivalente ou cancelar a compra com restituição dos valores pagos, sem prejuízo de eventuais perdas e danos”, afirma.

Segundo a especialista, o consumidor não fica obrigado a aceitar indefinidamente adiamentos ou mudanças unilaterais das condições inicialmente apresentadas. Sarah explica, ainda, que o CDC garante a devolução dos valores quando a compra é cancelada em razão do descumprimento da oferta. “O consumidor deve guardar o protocolo do cancelamento e acompanhar as faturas. Embora exista o dever de restituição, o aparecimento do crédito também depende do ciclo de fechamento do cartão e dos procedimentos da administradora”, orienta.

A advogada ressalta que atrasos e problemas de entrega nem sempre resultam automaticamente em indenização por danos morais. “A jurisprudência entende que o mero descumprimento contratual, por si só, nem sempre gera dano moral. Mas, se houver circunstâncias específicas que provoquem consequências relevantes ao consumidor, a situação poderá ser analisada pelo Judiciário”, explica.

Como agir

Para consumidores que se sentem desamparados, a orientação dos especialistas é documentar todas as etapas da contratação e das tentativas de solução. “É importante guardar notas fiscais, contratos, comprovantes de pagamento, anúncios, prints, protocolos de atendimento, e-mails e conversas. Esses documentos ajudam a demonstrar tanto a contratação quanto as tentativas de solução do problema”, afirma Thaís.

A recomendação é procurar inicialmente a própria empresa e registrar formalmente a reclamação. Caso não haja solução, o consumidor pode recorrer ao Procon, à plataforma Consumidor.gov.br, à Defensoria Pública ou ao Poder Judiciário, dependendo do caso.

***Estagiária sob a supervisão de Tharsila Prates**

»VIVO MULTA ABUSIVA

O consumidor Patrickson da Silva Cristino afirma que alterou os planos de celular e internet fixa para o CNPJ em 2026, mas foi surpreendido por uma dívida referente a um plano móvel de 100GB que diz não ter contratado. Segundo ele, as faturas estão em aberto desde junho. Ao procurar a central da Vivo, foi informado de que teria de pagar uma multa de R\$ 6 mil para cancelar o serviço. Patrickson afirma, ainda, que a Ouvidoria informou que a adesão teria sido feita pelo site da empresa, o que ele também nega. Sem uma solução, diz que pretende recorrer ao Procon, Reclame Aqui e Anatel para pedir o cancelamento do plano e a retirada dos débitos.

Comentário da empresa

Em resposta ao consumidor, a Vivo informou que “o setor responsável irá verificar a questão da multa, pois não realizamos a isenção.” A empresa também afirmou que, para prosseguir com o cancelamento, por questões de segurança, Patrickson deve entrar em contato pelo canal 10315 e realizar um aceite por voz.

Comentário do cliente

Patrickson afirma que a resposta da empresa não resolve a questão, pois considera que o caso não deve ser tratado como um simples pedido de cancelamento de um plano contratado voluntariamente. Segundo ele, a ouvidoria abriu uma verificação sobre a suposta contratação feita pelo site, mas, até o momento, não recebeu uma resposta.



»AMAZON REEMBOLSO DO CRÉDITO

Nathalia Ramos comprou um copo da marca Stanley pelo site da plataforma de vendas on-line. Durante o processo, acompanhou a entrega do produto, que estava a caminho. Mas quando chegou à sua cidade, recebeu uma notificação da plataforma informando que o produto não poderia mais ser entregue e que estava retornando ao destinatário, mas não especificava o porquê. Por causa disso, o aplicativo informou que o reembolso seria feito em até três dias úteis, o que ainda não aconteceu.

Comentário da empresa:

A reportagem entrou em contato com a empresa para verificar a situação do caso, mas, até a publicação desta coluna, não houve resposta.

Comentário do cliente:

“Estou aguardando o meu reembolso. Não tem muitas informações no site. A compra foi feita pelo cartão de crédito, e espero que até o fechamento da fatura eles tenham realizado o processo de retirada”.

RECLAMAÇÕES DIRIGIDAS A ESTA SEÇÃO DEVEM SER FEITAS DA SEGUINTE FORMA:

- » Breve relato dos fatos
- » Nome completo, CPF, telefone e endereço
 - » E-mail: consumidor.dfg@dabr.com.br
- » No caso de e-mail, favor não esquecer de colocar também o número do telefone

» Razão social, endereço e telefone para contato da empresa ou prestador de serviços denunciados

» Enviar para: SIG, Quadra 2, nº 340 CEP 70.610-901 Fax: (61) 3214-1146

Telefones úteis

Anatel 1331 | Anac 0800 725 4445 | ANP 0800 970 0267 | Anvisa 0800 642 9782 | ANS 0800 701 9656 | Decon 3362-5935 | Inmetro 0800 285 1818 | Procon 151 | Prodecon 3343-9851 e 3343-9852