



Fundação de Apoio
ao Ensino Superior Público Estadual

Biblioteca - Ministério da Justiça



MJU00054206D11

F
339,47
C327C
DEP. LEGAL

 **MINISTÉRIO
DA JUSTIÇA**
SECRETARIA DE DIREITO ECONÔMICO

 **FAESPE**
Fundação de Apoio
ao Ensino Superior Público Estadual

**CONSELHO FEDERAL
GESTOR DO FUNDO DE DEFESA
DOS DIREITOS DIFUSOS**



PRODECEC

PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO
DA CONSCIÊNCIA ECONÔMICA E DE CONSUMO

Cartilha do Fornecedor





**Fundação de Apoio
ao Ensino Superior Público Estadual**

**FAESPE - Fundação de Apoio ao Ensino Superior
Público Estadual**

Avenida Sangradouro, nº 700 Centro
CEP.: 78.200-000 Cáceres-MT
Tel.: (065) 223-9499 Fax: (065) 223-1632
Home Page: www.faespe.org.br

Coordenação

Vânia Regina Silva Costaldi

Elaboração de Texto

Vânia Regina Silva Costaldi

Colaboração Técnica

Renilce Miranda Cebalho Barbosa
Valdinei Carlos Rafalski

Revisão

Vânia Regina Silva Costaldi

Design Gráfico

Eduardo Melo Zinhani
Benevid Felix Silva
Oswaldo Sereia Junior

**Cartilha do Fornecedor . Cáceres, MT:
FAESPE, 2002.**

24 p.

**Projeto Prodecec - Programa de Desenvolvimento
da Consciência Econômica e de Consumo.**

Apoio: Esta cartilha foi publicada pela FAESPE, com recursos do Fundo de Defesa dos Direitos Difusos/MJ, a ser distribuída gratuitamente através do PRODECEC Programa de Desenvolvimento da Consciência Econômica e de Consumo, em 15 municípios do estado de Mato Grosso.

É permitida a reprodução total ou parcial do conteúdo desta cartilha, desde que mediante autorização da Fundação de Apoio ao Ensino Superior Público Estadual/Cáceres-MT.

MUSAC-DB	BIBLIOTECA	
	DATA	N.º REGISTRO
	17.10.07	189

SENHORES(AS) FORNECEDORES(AS),



Antes de abordarmos qualquer assunto sobre o consumidor e ressaltar o papel do fornecedor nas relações de consumo, gostaríamos de lembrá-los que os principais direitos do consumidor estão previstos no CDC Código de Defesa do

Consumidor, em vigor desde 11 de março de 1991; cujo objetivo maior é proteger a integridade física e psíquica das pessoas, assim como os seus bens, adquiridos no mercado de consumo.

Desse modo, não há como lutar contra a lei. É preciso coerência nas relações para que tanto o consumidor quanto o fornecedor estabeleçam entre si um sentimento de respeito mútuo, de forma que um respeite o espaço do outro. O fornecedor pode contribuir colocando no mercado somente produtos de qualidade, que ofereçam segurança, que tenham garantia, e essencialmente que não causem danos físicos ou riscos ao ser humano e à natureza. Em contrapartida, o consumidor deve ser atento, observador, capaz de detectar os vícios nos produtos ou serviços e apontá-los, procurando sempre agir de forma honesta, ética e amigável na solução de qualquer conflito.

Assim, se ambos os lados estabelecerem esse elo de respeito, as questões voltadas para as relações de consumo serão solucionadas de maneira amigável e a contento, sem necessidade da intervenção de nenhum órgão ou entidade de defesa do consumidor.

QUEM É FORNECEDOR ?



“Todos aqueles que vendem bens ou serviços para o consumidor são chamados pelo CDC - Código de Defesa do Consumidor de fornecedores. Assim, são fornecedores os bancos, o governo, os hospitais, as escolas, os hotéis e as empresas em geral.” (RIOS, 1999)

QUEM É CONSUMIDOR ?



“Além das pessoas físicas, o Código coloca as empresas na condição de consumidor. Mas a empresa só tem direito a essa condição quando adquire um produto ou serviço como destinatária final. Exemplo: uma fábrica de móveis que compra refeições para os seus empregados ou que contrata serviços de limpeza é consumidora. Mas quando essa empresa adquire peças de madeira para a fabricação dos móveis, aí já não é consumidora, porque as peças de madeira se destinam à transformação e produção de outros bens e não ao consumo final da empresa.” (RIOS, 1999)

Para o Código, o consumidor é a parte mais frágil numa relação de consumo, sabe por quê? Porque considera que o fornecedor é especialista naquilo que faz e, por isso, detém as informações técnicas e estratégicas na fabricação dos produtos ou na organização dos serviços que oferece no mercado.

No sentido de esclarecer cada vez mais o cidadão, falaremos sobre os comerciantes, o seu papel e a sua responsabilidade para com os consumidores.

A RESPONSABILIDADE DOS COMERCIANTES

De acordo com a definição tradicional, o comerciante é aquela pessoa que exerce profissionalmente a intermediação de produtos ou serviços visando lucros. Sendo, portanto, o fornecedor imediato de produtos e serviços, podendo ser pessoa jurídica ou física.

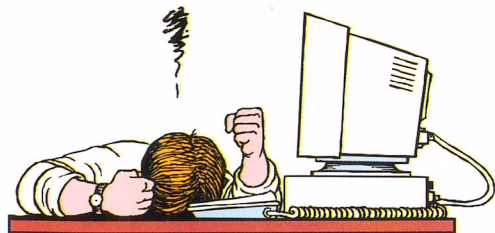


Conforme preceitua o art. 18 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, os comerciantes respondem e são solidários pelos vícios (defeitos) de qualidade e quantidade encontrados nos produtos ou serviços:

“Art. 18 Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não-duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade e quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles

decorrentes da disparidade, com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.”

Trocando em miúdos, significa que perante o comerciante o consumidor poderá reclamar pelos defeitos encontrados no produto, tornando-o impróprio ou inadequado para o consumo, não atendendo assim a sua finalidade. No entanto, se o próprio comerciante for a pessoa que fabricou aquele determinado produto, responde também pelos defeitos



O consumidor que verificar o defeito no produto pode e deve exigir do comerciante, alternativamente e à sua escolha, *a substituição daquele produto por outro em perfeitas condições; um outro equiparado àquele, mediante complementação da diferença de preço; restituição daquilo que foi pago, atualizado; abatimento no preço; e, havendo perda ou dano maior, poderá pleitear seus direitos em juízo (danos materiais ou morais).*

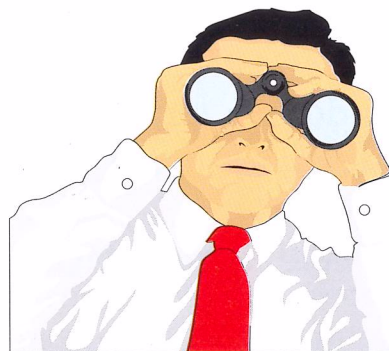
Uma outra responsabilidade dos comerciantes é quanto aos produtos *in natura*, ou seja, para quem não sabe, aqueles produtos que têm um certo período de validade, que perdem sua qualidade após um determinado tempo. Inclusive, responde **civilmente** o comerciante que colocar no mercado para venda produtos deteriorados, alterados, adulterados, corrompidos, fraudados, nocivos à saúde, enfim,

produtos que causem risco/perigo ao consumidor, e estão em desacordo com as normas de regulamentação.

Nos casos em que o problema está na **prestação dos serviços**, o consumidor lesado poderá exigir a *reexecução dos serviços, sem custos adicionais; restituição da quantia paga, abatimento no preço, e também, danos materiais e morais, quando ocorrer dano ou perda.*

Enquadra neste último caso, aquelas situações em que a empresa é contratada para prestar um serviço e ela contrata um terceiro para efetuá-lo, responde, neste caso, pela má prestação no serviço.

E AGORA...



No dia a dia ouvimos com frequência por parte dos fornecedores - proprietários de lojas, mercados, padarias, gerentes de banco, etc, - o seguinte questionamento: se não existe um **Código de Proteção e Defesa do Fornecedor(?)**.

Vocês, fornecedores, costumam afirmar com veemência que os grandes vilões nas relações de consumo são os próprios consumidores, por exigirem demais ou abusar da boa-fé da lei...**Mas, será que isso é**

verdade? Será que o fornecedor está realmente preocupado com a sua clientela, com o tipo de serviço que oferece e a forma de atendimento que é dispensada aos consumidores em geral? Será que os seus funcionários procuram sempre zelar pelo bom atendimento?

Certas empresas costumam sofrer aborrecimentos constantes com certos consumidores; e o fator preponderante disso tudo é a má prestação do serviço, a falta de informação adequada, o produto com defeito etc.



Contudo, as exigências são legítimas. Afinal, quem paga tem o direito de exigir qualidade. É um direito assegurado na lei. Por isso, senhores fornecedores, estejam atentos à algumas sugestões básicas que contribuirão para o bom desempenho de seus funcionários e para o aumento de sua clientela:

- Dispense um pouco mais do seu tempo com aquele consumidor que está com um problema;
- Demonstre interesse pela sua causa e faça o possível para resolvê-la;
- Caso não seja de sua competência, informe ao consumidor quem é a pessoa certa para atendê-lo;
- Deixe o consumidor perceber que você se

preocupa com ele e não quer perdê-lo como cliente. Por isso, é seu interesse fazer com que ele saia satisfeito;

- Crie o sistema de **SAC** na empresa ou seja, o **Serviço de Atendimento ao Consumidor**, que funciona como um canal para uso imediato do consumidor que se sentir lesado;
- Dependendo do serviço que está sendo prestado e do perfil do consumidor que está sendo atendido, utilize uma linguagem acessível, clara; agindo assim você poderá estar evitando um transtorno futuro.



Em síntese, o que pretendemos com esta abordagem é chamar a atenção dos nobres leitores para a era em que estamos vivendo, ou seja, **a era da globalização**, em que o mercado está aberto para todo tipo de consumo. A competição entre os fornecedores de produtos e serviços é uma luta incessante. No entanto, esquecem que numa economia de mercado quem manda é o consumidor, e não as empresas. Assim já dizia a especialista americana Joyce Sullivan: **“Empresas não fazem propagandas, clientes, sim!”**

OS PRAZOS DADO PELO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR PARA QUE O FORNECEDOR SOLUCIONE O PROBLEMA...

O Fornecedor tem **30 dias** para solucionar um defeito no produto; mas, se dentro desse prazo nada ficar resolvido, o consumidor tem o direito de exigir a substituição do produto por outro novo ou a restituição imediata do valor pago, com juros e correção monetária. Ou então, pode aceitar um abatimento no preço.



UM DETALHE: O consumidor tem o direito de recusar o conserto - caso perceba que isso poderá comprometer o funcionamento do produto - e pode exigir novo produto ou a devolução do dinheiro corrigido.

SERVIÇO MAL PRESTADO?



Não tem nada pior do que você contratar um serviço, esperar pela qualidade, e receber maus serviços...

Nessas situações, é importante frisar que o CDC resguarda o direito de exigir que o negócio ou contratação seja desfeito, devolvendo-se a quantia paga com correção e juros. Ou, se preferir, o consumidor pode pedir abatimento no preço para compensar a qualidade

inferior dos serviços realizados.

Outra solução, é exigir nova prestação do serviço, sem nenhuma despesa adicional.

MAS, QUE TIPO DE SERVIÇOS SERIAM?

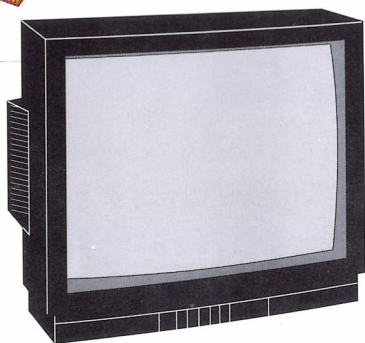
- Uma viagem de ônibus, avião, van, excursão;
- A contratação de um pedreiro, carpinteiro, eletricista;
- Um curso de informática, um serviço de lavanderia, a digitação de um trabalho etc.



PRAZOS PARA RECLAMAR?

30 DIAS - para produtos não-duráveis como: alimentos, serviços de lavanderia etc, ou seja, como o próprio nome já diz, são aqueles produtos ou serviços que se desfazem rapidamente, que não duram por muito tempo.





90 DIAS - para produtos ou serviços duráveis, como: eletrodomésticos, construção ou reforma de uma casa, pintura de carro etc, ou seja, aqueles produtos ou serviços que têm uma vida útil mais longa, mais duradoura.

Lembrando que esses prazos são contados a partir da data que o consumidor recebeu o produto ou que o serviço foi entregue. Pois, se o defeito estiver oculto e o consumidor demorar a percebê-lo, os prazos começarão a contar da data em que o vício apareceu.



ANUNCIOU, TEM QUE CUMPRIR!



Isso mesmo! Se você, fornecedor, colocar um anúncio no rádio, tv, jornal, ou outro meio informativo, fazendo promessas aos consumidores com relação a preços, mercadorias, enfim, oferecendo vantagens que não pode cumprir, saiba que deverá cumpri-las obrigatoriamente, conforme foi anunciado; pois, caso contrário, você estará cometendo uma prática enganosa

contra os consumidores, chamada de **"PROPAGANDA ENGANOSA"**. Sua veiculação será imediatamente proibida por ordem judicial, inclusive, e os responsáveis (anunciante e publicitário) responderão por crime se constatado que sabiam que a propaganda era enganosa., caso contrário, deverá provar a veracidade da propaganda.

Ainda temos a **PROPAGANDA ABUSIVA**: aquela que faz algum tipo de discriminação (raça, cor e sexo), ou que aproveita da inexperiência de crianças, desrespeita o meio ambiente e incita à violência.



ORÇAMENTO PRÉVIO

Todo consumidor tem direito ao orçamento, que deve ter um prazo mínimo de **10 dias**, podendo ser maior ou menor, desde que de comum acordo.

Deve Constar no Orçamento:

- Preço total do serviço;
- O tipo de material que vai ser utilizado;
- As condições de pagamento;
- Data início e término do serviço.

O ORÇAMENTO PRECISA TER A APROVAÇÃO DO CONSUMIDOR: por escrito, por carta ou verbal (desde que com testemunhas)

Qualquer tipo de acréscimo fora do que foi combinado no orçamento, o consumidor não é obrigado a pagar, pois o Código diz que o consumidor não responde por despesas adicionais, pagas a terceiras pessoas, quando essas despesas não constaram no orçamento.

COBRANÇA DE DÍVIDAS: PRESSÃO, NEM PENSAR...

Você, fornecedor, tem todo direito de receber o que lhe devem, entretanto, alguns comportamentos ferem frontalmente o Código de Defesa do Consumidor.

- Expor o devedor ao ridículo, causando-lhe constrangimentos em público, é terminantemente proibido;
- Ameaça ou constrangimento físico ou psíquico (pressão moral), também é proibido.
- Caso isso ocorra, a pessoa prejudicada tem direito a uma indenização por danos morais, e o credor fica sujeito a responder criminalmente por desobedecer a lei.

MEDIDAS DE PRECAUÇÃO UTILIZADAS PELO FORNECEDOR COMO MEIOS LEGAIS DE COBRANÇA:

- Protesto de título
- Inclusão do nome do Consumidor no SPC
- Ajuizamento de ações de cobrança, ou a cobrança extrajudicial, através de telefonemas (a cobrança por telefone não poderá ser feita no local de trabalho do consumidor) ou envio de correspondência.

A LISTA NEGRA: SPC. SERASA.

- Sempre que o consumidor for incluído no SPC ou entidade do gênero, deve ser comunicado imediatamente dessa inclusão (isso evita constrangimentos ao consumidor, em situações de compra).
- O consumidor tem o direito de saber se o seu nome consta dos registros dessas entidades. Quem o cadastrou e o porquê.
- Se as informações estiverem incorretas, o consumidor pode exigir a retificação no prazo de 05 dias.
- A entidade deve comunicar a empresa, loja ou repartição pública, o equívoco no registro.
- O impedimento que o consumidor "fichado" tenha acesso aos seus registros no SPC, Serasa, ou outra entidade desse tipo, caracteriza crime, punido com pena de prisão (varia de seis meses a um ano).
- O registro nessas entidades devem durar pelo prazo máximo de 05 anos, a partir daí a informação é arquivada e a informação passa a ser considerada "caduca".



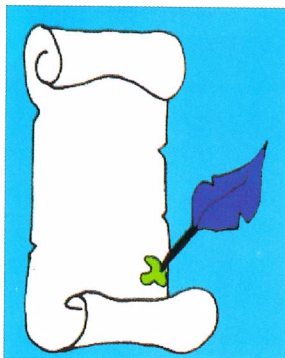
DEVOLUÇÃO EM DOBRO

"Quem cobra do consumidor quantia superior ao que era devido fica obrigado a devolver a quantia cobrada a mais em dobro. Exemplo: se o valor correto a ser cobrado é de R\$ 50,00 e a empresa cobrar R\$70,00, deve devolver a diferença em dobro, ou seja, R\$ 40,00, mais a correção e os juros." (RIOS, 1999)

NOTA FISCAL

Todo consumidor tem direito à nota fiscal, mesmo sem manifestar sua vontade em obtê-la. Afinal, ela é a garantia de propriedade do produto adquirido.

Na nota fiscal deve constar: a identificação do estabelecimento comercial e do consumidor, data de emissão e a discriminação do produto.



UM DETALHE: A Empresa responde solidariamente pelos atos de seus empregados

DIREITO A INFORMAÇÃO

Art. 6º, Inciso III, do CDC.

É dever do fornecedor informar com clareza o consumidor quanto à:

- A composição, origem e durabilidade do produto;
- O preço deve estar bem legível, e de preferência fixado no próprio produto;
- Formas de pagamento: à vista e a prazo;
- Taxas de juros cobradas pela loja ou pela Financeira;
- Em caso de atraso, informar os juros e as multas que o consumidor deverá pagar ;
- Deve ser entregue ao consumidor, no ato da aquisição do produto, o manual de instrução e o termo de garantia devidamente preenchido.

SERVIÇOS CONSIDERADOS ESSENCIAIS: ÁGUA E LUZ

Todo consumidor tem o direito de receber os serviços públicos com padrões de qualidade, eficiência e em conformidade com as normas e regulamentos técnicos, especialmente, sem interrupção, quando se tratar de serviços essenciais.

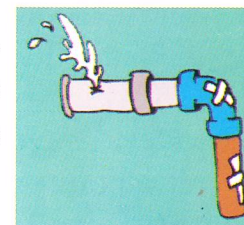
ART. 22, DO CDC:

“Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos.

Parágrafo único - Nos casos de descumprimento, total ou parcial, das obrigações referidas neste artigo, serão as pessoas jurídicas compelidas a cumpri-las e reparar os danos causados,

A CONCESSIONÁRIA DE ÁGUA TEM O DIREITO DE:

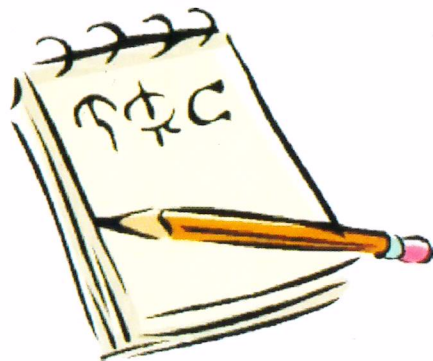
Cobrar as tarifas/preços fixados, disponibilizando informação ao consumidor sobre os valores cobrados e os critérios estabelecidos.



44/2011 INTERCA

ENTRETANTO, TEM O DEVER DE:

- Discutir com a sociedade os critérios para corte de abastecimento, já que a água é um bem essencial à saúde e à vida;
- Providenciar que o usuário não corra perigo quando tiver que fazer algum reparo ou modificação grande na rede;
- Cuidar para que a água chegue ao domicílio do consumidor com qualidade, sem contaminação, obedecendo aos parâmetros de qualidade e normas estabelecidas nos contratos;
- Manter construções e instalações que garantam o fornecimento de água ao consumidor e instalar medidores;
- Fornecer serviço contínuo e de qualidade;
- Responder e atender as reclamações dos consumidores;
- Informar com clareza o valor pago, serviços executados, cortes programados (com antecedência), bem como melhorias na rede;
- Informar quando houver aumento de tarifa;
- Devolver em dobro as importâncias cobradas indevidamente (CDC);
- Manter um escritório para atender o consumidor.



A CONCESSIONÁRIA DE LUZ TEM O DIREITO DE:

Cobrar as tarifas/preços fixados, disponibilizando informação ao consumidor sobre os valores cobrados e os critérios estabelecidos.

O CONSUMIDOR TEM O DEVER DE:

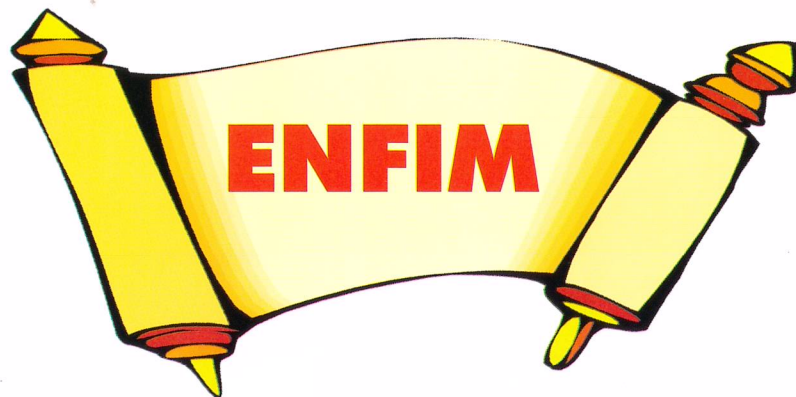
- Informar a agência reguladora do governo quando acontecer algum problema com a prestação do serviço;
- Conservar os equipamentos necessários para a prestação do serviço;
- Utilizar os serviços de forma segura e sem desperdício;
- Pagar as contas pontualmente;
- Proporcionar dados corretos e atualizados à concessionária;
- Comunicar à concessionária violação ou adulteração no medidor;
- Permitir o acesso de pessoas da empresa, colocando o medidor em local de fácil acesso;
- Guardar as contas pagas por 12 meses;
- Solicitar 2ª via da conta se esta não houver chegado até a data de vencimento.



**A CONCESSIONÁRIA
TEM O DEVER DE:**

- Instalar medidor e demais equipamentos de medição;
- Informar previamente o consumidor quando houver aumento de tarifa;
- Conservar e manter todas as instalações em condições adequadas para uma operação eficiente e de forma permanente;
- Garantir qualidade e segurança do serviço de distribuição;
- Emitir faturas claras e corretas por consumo de eletricidade, sempre com base em leituras mensais;
- Devolver em dobro a quantia cobrada indevidamente, caso não justifique o erro;
- Ter um número de telefone gratuito para atendimento dos consumidores;
- Restabelecer a ligação em 48 horas após a solicitação do consumidor ou a constatação do pagamento.





FORNECEDORES, COMERCIANTES, LOJISTAS, EMPRESÁRIOS, COMO QUEIRAM SER CHAMADOS...

É HORA DE SE AUTO-MOBILIZAREM E MOBILIZAR TAMBÉM OS SEUS FUNCIONÁRIOS. ESTAMOS VIVENDO NOVOS TEMPOS! É PRECISO UMA ADEQUAÇÃO NO MERCADO DE CONSUMO!

PREPARE SUA EQUIPE PARA OS TEMPOS MODERNOS!

APRESENTE AOS FUNCIONÁRIOS O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. LEIAM JUNTOS E DISCUTAM OS ARTIGOS! TENTEM ENCONTRAR A MELHOR FORMA DE AGRAVAR O CONSUMIDOR E DE MANTER UM ALTO NÍVEL DE COMPETITIVIDADE E APERFEIÇOAMENTO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO.

BOA SORTE!!!

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BONATTO, Cláudio & MORAES, Paulo Valério Dal Pai. Questões Controvertidas no Código de Defesa do Consumidor: principiologia, conceitos, contratos. 2 ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1999.

CÓDIGO brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto, Ada Pellegrini Grinover [et al.]. Rio de Janeiro: Forense, 1998.

COSTALDI, Vânia Regina Silva. Direito do Consumidor: A resolução dos conflitos através da mediação. Cáceres: UNEMAT, 1999. (Trabalho monográfico)

GAMA, Hélio Zaghetto. Curso de Direito do Consumidor. Rio de Janeiro: Forense, 1999.

MELLO, Sônia Maria Vieira de. O Direito do Consumidor na Era da Globalização: a descoberta da cidadania. Rio de Janeiro: Renovar, 1998.

RIOS, Josué. Guia dos seus Direitos. 5 ed. São Paulo: Globo, 1999.

SAAD, Eduardo Gabriel. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. 3 ed. São Paulo: Ltr, 1998.

Material de Apoio (cartilhas, periódicos)

- Cartilhas do Instituto de Defesa do Consumidor - IDEC
- Cartilha do Instituto para o consumo educativo sustentável - ICONES
- Cartilha "Guia do Jovem Consumidor" - Prefeitura de Belém
- Cartilhas do DPDC/Brasília-DF
- Textos publicados no Jornal Correio Cacerense/Cáceres-MT - autoria Vânia Regina Silva