



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

CAUÊ SACOMANDI CONTRERA

SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR: AVALIAÇÃO DA
EFICIÊNCIA E EFICÁCIA DE SEU DECRETO

Assis

2012

CAUÊ SACOMANDI CONTRERA

SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR: AVALIAÇÃO DA EFICIÊNCIA E
EFICÁCIA DE SEU DECRETO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como
requisito parcial de aprovação no curso de Direito, ao
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis –
IMESA e à Fundação Educacional do Município de
Assis – FEMA.

Orientador: Profº. Ms. Leonardo de Gênova

Área de Concentração: _____

Assis

2012

FICHA CATALOGRÁFICA

C764 CONTRERA, Cauê Sacomandi

Serviço de Atendimento ao Consumidor: avaliação da eficiência e eficácia de seu Decreto – Cauê Sacomandi Contrera, Instituto Educacional de Ensino Superior de Assis – Assis, 2012.

47 p.

Orientador: Profº. Ms. Leonardo de Gênova

Trabalho de Conclusão de Curso - Instituto Educacional de Ensino Superior de Assis

1. Consumidor 2. Serviço de atendimento 3. Telefone

CDD 342.59

Biblioteca da FEMA

SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR: AVALIAÇÃO DA EFICIÊNCIA E EFICÁCIA DE SEU DECRETO

CAUÊ SACOMANDI CONTRERA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial de aprovação no curso de Direito, ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e à Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, analisado pela seguinte comissão examinadora:

Orientador: Prof^o. Ms. Leonardo de Gênova

Analizador (1) : _____

Assis
2012

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho :

A Deus, razão suprema da minha existência;

Aos meus pais, por serem os maiores incentivadores de meus sonhos;

À memória do meu avô Valter José Rodrigues Contrera, pelo exemplo que foi para filhos e netos;

Ao meu avô Cláudio Sacomandi Filho, por ser o maior exemplo de força e perseverança em minha vida.

AGRADECIMENTOS

A Deus por dar-me forças e iluminar meu caminho a fim de concluir mais uma etapa da minha vida;

Ao meu pai Marcio Matheus Contrera, pelo tempo que dedicou à minha educação e pela ajuda que teve para me transformar em um homem de bem. Um homem pelo qual tenho maior orgulho de chamar de pai, meu eterno herói.

À minha mãe Carla Rossana Sacomandi Contrera, por sempre ter sido mais que uma mãe. Por ter sido uma amiga, uma irmã e uma educadora.

Ao meu avô Cláudio Sacomandi Filho, por ajudar-me, estar presente quando preciso e ser mais que um avô, um amigo.

Ao meu avô Valter José Rodrigues Contrera (in memorian), por ter sido um exemplo em minha vida, por mostrar a todos que seus sonhos são alcançados quando se tem vontade.

À minha irmã Tainá Sacomandi Contrera, por sempre me proporcionar momentos de alegria.

Aos amigos que fiz na faculdade, principalmente ao “clube do bolinha”. Vocês sempre serão lembrados por mim.

À Lígia Gomes da Silva, pela ajuda, incentivo, companheirismo e amor dedicados a mim.

Ao meu orientador, professor Leonardo de Gênova, pelo ensinamento e dedicação dispensados no auxílio à concretização dessa monografia.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar uma reflexão crítica sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor através de uma pesquisa de campo, consulta a doutrinas e jurisprudências. Toda essa reflexão trouxe à tona uma idéia que o Serviço de Atendimento ao Consumidor é falho e possui vários pontos a serem revistos. A conclusão desse trabalho traz consigo soluções aconselháveis para fazer com que o Serviço de Atendimento ao Consumidor tenha uma eficácia maior do que possui atualmente em nosso país.

Palavras-chave: 1. Consumidor 2.Serviço de atendimento 3.Telefone

ABSTRACT

This paper aims to present a critical reflection about the Customer Service through empirical research and using doctrines and jurisprudence. All this reflection brought up an idea that the Customer Service is imperfect and has many points to be reviewed. The conclusion of this work brings solutions advisable to make the Customer Service has greater efficacy than the currently have in our country.

Keywords: 1.Consumer 2.Answering service 3.Phone.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1. DIREITO DO CONSUMIDOR	11
1.1. APRESENTAÇÃO DO TEMA	11
1.2. ASPECTOS HISTÓRICOS.....	11
1.3. A CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988	13
1.3.1. Artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal.....	13
1.3.2. Artigo 170, inciso V, da Constituição Federal	13
1.3.3. Artigo 48 do Ato das Disposições Transitórias	14
2. SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE (SAC)	15
2.2. DECRETO Nº 6.523/2008	15
2.2.1. Do âmbito da aplicação	17
2.3. DA ACESSIBILIDADE DO SERVIÇO	18
2.3.1. Da Onerosidade	18
2.3.2. Da disponibilidade	18
2.3.3. Da publicidade.....	18
2.4. DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO	19
2.4.1. Princípios básicos.....	19
2.4.2. Capacitação dos atendentes do SAC.....	20
2.4.3. Do acompanhamento de demandas.....	21
2.4.4. Do procedimento para a resolução de demandas	21
2.4.5. Do pedido de cancelamento do serviço	22
2.4.6. Das disposições finais.....	22
2.5. JURISPRUDÊNCIAS.....	23
3. PROCON.....	25
3.1. NOTAS INTRODUTÓRIAS	25
3.2. BREVE HISTÓRICO.....	25
3.2.1. No mundo.....	25
3.2.2. Em Assis	26
3.3. LEGISLAÇÃO	27
3.3.1. A Lei que autoriza a criação.....	27
3.3.2. Decreto que cria a Fundação.....	30
3.4. OBJETIVOS	30
4. PESQUISA DE CAMPO	32
CONCLUSÃO	36
REFERÊNCIAS.....	39
ANEXO I - ENTREVISTA	41

INTRODUÇÃO

A principal finalidade desse trabalho é analisar a verdadeira influência do Serviço de Atendimento ao Consumidor no cotidiano da população, através de pesquisa de opinião.

No primeiro capítulo é demonstrado uma breve história do Direito do Consumidor, suas razões, seu surgimento, normas vigentes no Brasil condizentes a ele, entre outros.

O segundo capítulo, trata do Serviço de Atendimento ao Consumidor, sua definição, em que se baseia, o decreto que o regulamenta assim como, comentários pertinentes a ele.

Logo em seguida, apresenta-se o PROCON, principal aliado dos consumidores quando se diz respeito a problemas a serem resolvidos com seus fornecedores. Neste ponto, é feito um breve histórico do órgão no Mundo, no Brasil como também, na cidade de Assis/SP. Analisa-se também a Lei que o regulamenta.

O quarto capítulo diz respeito a pesquisa de campo, realizada na cidade de Assis/SP. Suas questões tinham como objetivo avaliar o Serviço de Atendimento ao Consumidor das empresas quanto ao respeito dos princípios elencados em seu decreto.

A metodologia utilizada neste trabalho foi a pesquisa empírica e análise de doutrinas e jurisprudências.

Como conclusão, tenta-se, baseando-se na lei e através da pesquisa de campo, apresentar uma reflexão a fim de demonstrar suas principais falhas.

Justifico a escolha do tema pela relevância social que o tema possui atualmente em nosso país.

O principal objetivo do trabalho é apresentar uma análise, por meio de uma pesquisa de campo, da relevância, do conhecimento e de opiniões pertinentes ao tema.

1. DIREITO DO CONSUMIDOR

1.1. APRESENTAÇÃO DO TEMA

Não há como tratar de Serviço de Atendimento ao Consumidor sem atentar-se a sua origem. O direito de Consumidor é um direito relativamente novo no mundo, principalmente no Brasil. É o direito que dita as normas de condutas que devem existir nas chamadas relações de consumo, a qual é resumida em uma relação bilateral entre um consumidor e o fornecedor. Entretanto, este não foi criado sem fundamento. Existiram razões históricas imprescindíveis para este Direito se tornar relevante à sociedade em que vivemos. Estas, serão elencadas no tópico a seguir.

1.2. ASPECTOS HISTÓRICOS

Como mencionado a cima, o Direito do Consumidor não foi criado sem um fundamento. Para existir, alguns fatores históricos o tornaram de suma importância à sociedade. Acredita-se que ele teve como seus fundamentos principais a chamada população em massa e a produção em série. Ambos, tiveram seu surgimento em uma fase já conhecida por muitos da história: A Revolução Industrial. A Primeira Revolução Industrial deve ser entendida como um processo de transformações econômicas, sociais e políticas que a Inglaterra vinha passando desde a segunda metade do século XVII (Revolução Gloriosa de 1688 e a Declaração do Bill of Rights de 1689). Ela aconteceu primeiramente na Inglaterra expandindo-se depois para outros países europeus e América, mais especificamente nos Estados Unidos.

Com a industrialização, ocorreu um fluxo em massa de pessoas para os grandes centros urbanos, haja vista que existia uma grande massa de camponeses desapropriados e que, dentro deste contexto, representavam a mão de obra as quais as primeiras indústrias inglesas necessitavam. A população gradativamente foi sendo obrigada a sair do campo migrando para as cidades.

Proporcionalmente ao aumento populacional, houve a elevação significativa da oferta e procura de determinados produtos e serviços. Porquanto, ao passo em que a produção aumentou, os produtos também foram mais procurados. Com isso, o modelo de produção antigo não suportava mais a procura que a sociedade possuía. Desta forma, foi criado um novo método de produção, o chamado método de produção em série. Este, se resumia em uma produção de vários produtos idênticos derivando do mesmo protótipo, ou seja, da mesma matriz a fim de suportar tal necessidade da sociedade.

Desta forma, iniciou-se o que viria a ser o motivo mais relevante para a criação do Direito do Consumidor. Entretanto, este era ainda pouco visível aos olhos da sociedade da época. A sua melhor visibilidade pode ser conferida após a Segunda Grande Guerra, na chamada Revolução Tecnológica e com a Globalização. Após estes acontecimentos, movimentos ao redor do mundo começaram a surgir para a criação de uma lei específica sobre as relações de consumo. Por meio destes, a população teve maior visibilidade sobre as relações de consumo atuais, e percebeu que estas não eram mais como antes, fornecedor e consumidor não estavam mais no mesmo patamar.

Antes da Revolução Industrial, fornecedor e consumidor discutiam preço, o modo de fazer, o modelo, com qual material o produto ia ser confeccionado, entre outras coisas. Após este, com a nova modalidade de produção, pode-se perceber que a discussão entre fornecedor e consumidor desapareceu. O poder de escolha do modo de confeccionar, o material, o preço e entre outros fatores estavam somente nas mãos do fornecedor, sobrando apenas para o consumidor aceitar ou não o produto. Com isso, o consumidor se tornou a parte fraca da relação, o que impulsionou com que sociedades se manifestassem a favor da criação de uma lei específica para regular as relações de consumo.

No Brasil, pode-se dizer que a manifestação pela criação de uma lei específica foi tardia, ocorrendo somente no final da década de 80, por conta de um ato dispositivo constitucional transitório. Por muito tempo, as relações de consumo foram tuteladas legalmente pelo Código Civil de 1916.

1.3. A CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988

Foi ela a primeira lei a tutelar judicialmente os direitos do consumidor por meio de seus artigos. A constituição de 1988 é a Lei atual do Brasil, pode ser considerada a sétima ou a oitava constituição do Brasil, dependendo de se considerar ou não a Emenda constitucional nº 1 como um texto constitucional..Consigo, ela trouxe alguns elementos de suma importância para o surgimento do Código de Defesa do Consumidor.

1.3.1.Artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal

O disposto dita que: “O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”. Para Karla Beatriz Nascimento Pires (2003,página 59), o artigo 5º da Constituição Federal foi claro quando exige a atuação estatal na defesa do consumidor. O constituinte elevou a proteção do consumidor entre os direitos fundamentais. Por se tratar de direito fundamental, tem ele prevalência em relação aos demais. Outro aspecto fundamental é a sua estabilidade, pois se inscreve nas disposições do artigo 60, § 4º, inciso IV da Constituição Federal, sendo assim, tratando-se de cláusula pétrea, não pode ser abolida por emenda ou mesmo revisão constitucional.

1.3.2.Artigo 170, inciso V, da Constituição Federal

Para Karla Beatriz Nascimento Pires (2003, página 59), a Constituição Federal posiciona a defesa do consumidor como princípio geral da atividade econômica, emparelhando-a com princípios basilares para o modelo político-econômico brasileiro, como o da soberania nacional, da propriedade privada, da livre concorrência e outros. O jurista brasileiro Fabio Konder Comparato defende:

[...] não há por que distinguir a defesa do consumidor, em termos de nível hierárquico, dos demais princípios econômicos declarados no art. 170. Quer isto dizer que o legislador, por exemplo, não poderá sacrificar o interesse do

consumidor em defesa do meio ambiente, da propriedade privada, ou da busca do pleno emprego; nem, inversamente, preterir estes últimos valores ou interesses em prol da defesa do consumidor. (COMPARATO, 1990, p. 71).

Assim, os princípios gerais da atividade econômica relacionados na Constituição Federal de 1988 devem coexistir em plena harmonia, já que nenhum pode ser considerado de maior relevância em relação ao outro. Todos são importantes e devem ser devidamente considerados.

1.3.3. Artigo 48 do Ato das Disposições Transitórias

A Constituição Federal torna em matéria constitucional a proteção do consumidor, entretanto, essa proteção não tinha a sua lei específica infraconstitucional. Em vista disso, o Constituinte, em seu artigo 48 do Ato das Disposições Transitórias determina ao Congresso Nacional a tarefa de elaborar o Código de Defesa do Consumidor, na tentativa de harmonizar as relações entre consumidor e fornecedor. Para tanto, o constituinte concedeu um prazo de 120 dias da promulgação da Constituição, para a elaboração desse novo estatuto legislativo. Este período, no entanto, não foi suficiente. Somente em 11 de setembro de 1990 foi promulgada a Lei nº 8.078, atual Código de Defesa do Consumidor.

Essa lei baseia-se especificamente para a solução de conflitos de uma relação de consumo, não mais de forma indireta como anteriormente, mas, considerando todos os elementos desta relação, sendo esta nova modalidade de relação jurídica até então ignorados. É a defesa pelo Estado daquele que antes era impotente em face o poderio econômico dos seus fornecedores. É o início de uma nova era, em que a defesa do consumidor passa a ser um direito fundamental de qualquer cidadão brasileiro.

2. SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE (SAC).

2.1. NOÇÕES GERAIS

O Serviço de Atendimento ao Consumidor é basicamente uma central de atendimento de toda empresa ao consumidor via telefone.

Este serviço é denominado “Serviço de atendimento ao consumidor” por ser obrigatoriamente realizado por telefone, conforme seu próprio Decreto elenca em seu artigo 1º, quando diz:

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. (Decreto 6.523/08,2012)

Destarte disso, a espécie de central de atendimento utilizada pelo Serviço de Atendimento ao Consumidor obrigatoriamente é o telemarketing.

Salienta-se que a obrigação está em fornecer o Serviço de Atendimento ao Consumidor por telefone, conforme a lei, entretanto não está vedado que as empresas interessadas forneçam, além do atendimento por telefone, o atendimento por outros meios, como a internet, correios e outros possíveis.

2.2. DECRETO Nº 6.523/2008

O Serviço de Atendimento ao Consumidor vigora sob a luz de um Decreto e não de uma Lei. A Lei e o Decreto são formados diferentemente e possuem força normativa não igualitária, sendo que a Lei é hierarquicamente superior ao Decreto.

Conforme demonstra o texto retirado do site “www.uniblog.com.br/vms/404191/que-diferenca-faz-lei-ou-decreto.html”:

A despeito disso, importa saber que, na ordem hierárquica, a constituição é a base de toda a ordenação jurídica, superior a todas as leis, que não podem contrariá-la, sob pena de serem inconstitucionais (às vezes, às pessoas do povo dizem anticonstitucional, o que dá na mesma, embora não seja o nome técnico). Lei inconstitucional não se cumpre, pois não obriga nem desobriga ninguém, porque não tem validade. A lei, por sua vez, é superior ao decreto, que não pode contrariá-la, sob pena de ser ilegal e não ter validade. O decreto, por seu turno, é superior à portaria ou ato normativo similar. Há demais disso, obviamente, rígida hierarquia normativa entre a Constituição Federal, as constituições estaduais e as leis orgânicas municipais, respeitada a competência legislativa de cada ente federativo (União, estados, Distrito Federal e municípios). No que concerne à lei e ao decreto, deve ficar claro que lei tem mais força normativa porque, para sua formação, concorrem conjuntamente o Poder Legislativo e o Poder Executivo. Aquele, formado por parlamentares, discute e aprova o projeto de lei, e este, encarnado pelo presidente da República, governador ou prefeito, mediante a sanção, transforma em lei o projeto de lei aprovado pelo Legislativo. O decreto tem menos força normativa (para garantia dos governados, assim deve ser visto) porque não passa pela discussão e aprovação legislativa, é simplesmente elaborado e assinado pelo presidente, governador ou prefeito, conforme o caso. O processo de formação da lei chama-se processo legislativo. O decreto não é submetido ao processo legislativo. (UNIBLOG,2012).

Há de se salientar que existem três tipos de Decreto: o Decreto singular, o Decreto regulamentar e os Decretos autônomos. Nesse presente caso, o Decreto que regulamenta o SAC é um Decreto regulamentar, pois é um ato normativo secundário e subordinado à Lei 8078/90. Conforme o seu próprio Decreto diz:

“Regulamenta a Lei 8078, de 11 de setembro de 1990, para fixar normas gerais sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor – SAC”.(Decreto 6523/08,2012)

Suscitada tal diferença, a finalidade desse subtítulo é analisar de uma forma mais detalhada o Decreto que vigora e assegura o Serviço de Atendimento ao Consumidor. Este, é constituído por sete capítulos e vinte e dois artigos.

2.2.1. Do âmbito da aplicação

Em seu capítulo um, o Decreto se preocupou em demonstrar o que seria o Serviço de Atendimento ao Consumidor e atribuiu suas finalidades, conforme é demonstrado em seu artigo segundo:

Para os fins deste Decreto, compreende-se por SAC o serviço de atendimento telefônico das prestadoras de serviço regulados que tenham como finalidade resolver as demandas dos consumidores sobre informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento de contratos de serviços. (Decreto nº 6.523,2012)

Em seu primeiro capítulo, o Decreto já demonstra importantes características do SAC. A primeira característica a ser vista diz respeito ao Decreto regulamentar o SAC como um serviço de atendimento **telefônico**. Quando foi criado, o Presidente não se preocupou em torná-lo obrigatório em outros meios, como a internet, sendo o meio telefônico o único assegurado aos consumidores como forma de informação em face do fornecedor.

A segunda característica que merece ser vislumbrada é em relação a obrigatoriedade das empresas regulamentadas. Somente as empresas que prestam serviços regulados, como por exemplo os bancos, operadoras de telefonia móvel e fixa, entre outras, são obrigadas a possuir esse serviço. É facultado as outras o seu fornecimento ou não.

A finalidade do SAC é terceira característica que merece relevância. Este instituto foi criado para resolver demandas dos consumidores, então afirma-se que esse existe para favorecer e resolver problemas na relação de consumo entre o fornecedor e o consumidor, levando-se em conta a hipossuficiência deste.

Para aplicação do SAC, são excluídos a oferta e a contratação de produtos e serviços realizadas por telefone, conforme dispõe o artigo 2º, parágrafo único, deste Decreto. Destarte disso, a oferta e a contratação de produtos e serviços realizadas pelo telefone não deverão obrigatoriamente seguir as diretrizes demonstradas neste Decreto, podendo seguir somente em caráter facultativo, comum apelo econômico para captação de consumidores.

2.3. DA ACESSIBILIDADE DO SERVIÇO

2.3.1. Da Onerosidade

Dispõe o artigo 3º que:

As ligações para o SAC serão gratuitas e o atendimento das solicitações e demandas previstas neste Decreto não deverá resultar em qualquer ônus para o consumidor. (Decreto nº 6.523,2012)

Em sua criação, o Presidente considerou a hipossuficiência do consumidor na relação de consumo, fornecendo a este o serviço de forma **gratuita** e vedando qualquer onerosidade para este, caso esse se utilize do SAC.

2.3.2. Da disponibilidade

Conforme demonstra o artigo 4º, parágrafo 5º:

O SAC estará disponível, ininterruptamente, durante vinte e quatro horas por dia e sete dias por semana, ressalvado o disposto em normas específicas. (Decreto nº 6.523,2012)

Analisa-se que, salvo o disposto específico contrário, o SAC, em nenhum momento, será indisponível ao consumidor, sendo que este deverá funcionar durante **todos os dias**.

2.3.3. Da publicidade

O artigo 4º, parágrafo sétimo, deste Decreto, tratará quanto a publicidade do seu número para a disponibilização do SAC.

Vejamos que:

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**.(Decreto nº 6.523,2012)

A preocupação com o conhecimento do SAC é grande, qualquer documento e material fornecido ao consumidor deve conter obrigatoriamente o número deste serviço e, principalmente, este deve ser veiculado de forma **clara**, ou seja, deverá ser demonstrado de maneira com que o consumidor consiga obtê-lo facilmente.

Além da veiculação em produtos e serviços da empresa, o Decreto obriga que a empresa tenha o seu número do SAC fornecido de forma também clara em sua página na internet.

Esse cuidado com a publicidade foi pautado intensivamente no princípio da informação e da transparência, no qual o consumidor terá o direito de ser informado de todos os seus direitos condizentes a relação de consumo de forma transparente e clara.

2.4. DA QUALIDADE DO ATENDIMENTO

Visa esse capítulo tratar sobre a qualidade e essencialidades obrigatórias no que se diz ao atendimento do SAC, e, no mais, elenca os princípios básicos para esse fim.

2.4.1. Princípios básicos

Ora, vemos que o artigo 8º, do Decreto 6.523 diz que:

O SAC obedecerá aos princípios da dignidade, boa-fé, transparência, eficiência, eficácia, celeridade e cordialidade. (Decreto nº 6.523,2012)

O presidente, ao criar este Decreto, se preocupa com princípios, tanto constitucionais, como à dignidade, quanto a princípios do direito civil, como a boa-fé, quanto princípios específicos **do** direito do consumidor, como o princípio da transparência.

No mais, declara que este presente Decreto vigorará sobre o princípio da eficiência e da eficácia.

A primeiro detalhe, pode-se pensar que são sinônimos, entretanto, estes são diferentes.

O princípio da eficiência nos remete a ideia de que o Decreto deverá ser respeitado. O que for por ele imposto deverá obrigatoriamente ser cumprido pelas empresas. Já o princípio da eficácia traduz a finalidade do SAC ou seja, a solução do problema do consumidor e sua satisfação.

2.4.2. Capacitação dos atendentes do SAC

O atendimento ao consumidor não pode ser feito por um funcionário sem capacitação. A empresa tem a obrigação de fornecer um serviço qualificado ao consumidor.

Para este fim, é essencial a preparação de seus atendentes com as habilidades técnicas e procedimentais necessárias para que o consumidor seja atendido de forma adequada e clara.

Vemos o artigo 9º, quando diz:

O atendente, para exercer suas funções do SAC deve ser capacitado com as habilidades técnicas e procedimentais necessárias para realizar o adequado atendimento ao consumidor, em linguagem clara. (Decreto nº 6.523,2012)

2.4.3. Do acompanhamento de demandas

Este tópico tem a finalidade de determinar o acompanhamento das demandas pelo consumidor.

O consumidor tem direito a saber como está a sua demanda em relação a empresa. Através do SAC, ele pode entrar em contato com a empresa e, após isso, acompanhar se o seu problema está sendo solucionado. Caso não existisse esse acompanhamento, as resoluções das demandas seriam muito demoradas, pois nem o consumidor e nem a empresa, teriam controle. Dependendo de seu tamanho, não conseguiria individualizar a demanda do consumidor de forma instantânea.

Em seu artigo 15º, o Decreto diz:

Será permitido o acompanhamento pelo consumidor de todas as suas demandas por meio de registro numérico, que lhe será informado no início do atendimento. (Decreto nº 6.523,2012)

Alterando para situações fáticas, o acompanhamento da demanda nada mais é do que os números de protocolo fornecidos pelas empresas durante a ligação. Nota-se que **é permitido**, então não se pode dizer que o fornecimento pela empresa é obrigatório, pois este só vai se tornar de caráter obrigatório se o consumidor, pela sua faculdade, deseja acompanhar a sua demanda.

2.4.4. Do procedimento para a resolução de demandas

Garante o Decreto, em seu artigo 17º, que:

As informações solicitadas pelo consumidor serão prestadas imediatamente e suas reclamações, resolvidas no prazo máximo de cinco dias úteis a contar do registro. (Decreto nº 6.523,2012)

O consumidor terá sua demanda solucionada imediatamente, caso seja uma informação. Suas reclamações deverão ser resolvidas no prazo de cinco dias úteis.

Entretanto, em situações fáticas, raramente ocorre esta resolução de forma célere. Às vezes, o consumidor sofre o encargo de ligar inúmeras vezes para obter uma informação, não tão complexa, devido a alta incidência de ligações e do mau preparo dos funcionários.

2.4.5. Do pedido de cancelamento do serviço

Nota-se que a demanda mais protelada existente no SAC é o cancelamento, e por motivos óbvios, a empresa tem interesse em contratar e não rescindir contratos. Visto isso, é muito mais fácil a contratação por telefone, cuja qual é interesse da empresa, do que o cancelamento, que gera prejuízo à ela. O Presidente, ao observar tal fato, criou um capítulo exclusivo em relação ao cancelamento, adequou aos parâmetros ideais par a realização e dita, em seu artigo 18º:

O SAC receberá e processará imediatamente o pedido de cancelamento de serviço feito pelo consumidor. (Decreto nº 6.523,2012)

Analisado tal disposto, percebe-se a preocupação com o cancelamento de contrato por telefone. Ele deverá ser feito imediatamente, o que não ocorre com frequência nas empresas. Estas, além de tentarem convencer o consumidor a não cancelar o contrato, demoram para realizar o devido cancelamento solicitado.

2.4.6. Das disposições finais

Esse capítulo traz,principalmente, a informação das penalidades sofridas pelas empresas que descumprirem o Decreto. Vemos o artigo 19º, que diz :

A inobservância das condutas descritas neste Decreto ensejará aplicação das sanções previstas no artigo 56, da Lei 8.078 de 1990, sem prejuízo das constantes dos regulamentos específicos dos órgãos e entidades reguladoras. (Decreto nº 6.523,2012)

Nota-se que a inobservância do SAC ensejará aplicação das sanções previstas no artigo 56, do Código de Defesa do Consumidor. Sanções estas:

- multa;
- apreensão do produto;
- inutilização do produto;
- cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- proibição de fabricação do produto;
- suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- suspensão temporária de atividade;
- revogação de concessão ou permissão de uso;
- cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- intervenção administrativa;
- imposição de contrapropaganda.

No mais, essas sanções serão de caráter administrativo, não impossibilitando sanções de caráter civil e penal conjuntamente, como afirma o próprio artigo.

2.5. JURISPRUDÊNCIAS

Jurisprudências nada mais são do que decisões tomadas pelo nosso sistema Judiciário a respeito de um tema.

São pacificadoras sobre algum tema e apresentam algum posicionamento a respeito. O tópico apresentará jurisprudências correlatas ao tema Serviço de Atendimento ao Consumidor, a fim de ilustrar e trazer situações de direito para casos fáticos.

Ementa:

AGRAVO DE INSTRUMENTO AI 333059220118260000 SP 0033305-92.2011.8.26.0000

“Interposição contra decisão que deferiu apresentação de gravações de protocolos decorrentes de serviço de atendimento ao consumidor. Exibição que se encontra devida. Apelante possibilitada de efetuar com o determinado. Decisão mantida. Agravo de Instrumento não provido.” (JUSBRASIL,2012)

Ementa:

APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO PRIVADO NÃO ESPECIFICADO. AÇÃO CAUTELAR DE EXIBIÇÃO DE DOCUMENTOS. GRAVAÇÕES DE ATENDIMENTOS EM SERVIÇO DE CALL CENTER. PRAZO PARA A MANUTENÇÃO DAS INFORMAÇÕES. RECUSA INJUSTIFICADA. AC 70045622040 RS

O artigo 15, § 3º, do Decreto nº 6.523/08, que regulou os Serviços de Atendimento ao Consumidor, dispõe que é obrigatória a manutenção da gravação das chamadas efetuadas para o SAC, pelo prazo mínimo de noventa dias, durante o qual o consumidor poderá requerer acesso ao seu conteúdo. (JUSBRASIL,2012)

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS GRAVAÇÕES TELEFÔNICAS DOS ATENDIMENTOS AO CONSUMIDOR - ART. 15 DO DL 6523/08
POSSIBILIDADE DA APRESENTAÇÃO - DEFERIMENTO MANTIDO - AGRAVO DESPROVIDO. (JUSBRASIL,2012)

Nota-se que a decisão adotada pelo juiz nas jurisprudências acima foi extritamente pautada sobre o Decreto. Uma vez que é direito do consumidor o acesso às gravações telefônicas nas quais seja parte e uma demanda sua seja solucionada, pelo prazo mínimo de 90 dias.

Com isso comprova-se que, mesmo o tema sendo novo em nosso âmbito jurídico, ele possui uma relevância em nossos Tribunais, a ponto de encontrarmos posicionamentos favoráveis pautados sobre o Decreto 6523/08.

3. PROCON

3.1. NOTAS INTRODUTÓRIAS

Não há como deixar de relacionar o SAC ao PROCON, principal pacificador na relação de consumo quando a hipossuficiência do consumidor é ferida. Ele é o responsável por orientar e defender os direitos do consumidor.

Em tempos atuais, como relatado no capítulo 1, a relação entre consumidor e fornecedor se tornou mais distante por conta da produção em série, o que ajudou com que o fornecedor deixasse de prestar o devido auxílio para o consumidor quando do produto fornecido nascesse um encargo para o consumidor, ou quando este, interessado no produto a ser fornecido, não conseguisse a devida orientação.

O PROCON foi criado para que as demandas do consumidor sejam resolvidas quando o atendimento ao consumidor é falho.

Salienta-se ainda, que o SAC é um dos serviços aos quais o PROCON tenta solucionar para uma melhor tutela ao consumidor.

3.2. BREVE HISTÓRICO

3.2.1. No mundo

No mundo sempre houve uma preocupação com as relações de consumo, isso pode ser comprovado desde à Idade Antiga com o Código de Hamurabi. Neste, existiam assuntos relativos a preço, qualidade e quantidade de produtos.

Mesmo sem essa denominação, a hipossuficiência do consumidor sempre foi alvo de preocupação nos Estados, por se tratarem da parte fraca na relação de consumo.

A ideia de criação de um departamento como o PROCON nasceu na década de 80 com a resolução 39-248 da Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas,

na qual estabeleceu-se diretrizes para a proteção do consumidor, ressaltando a importância da implantação de políticas de defesa do consumidor nos Estados.

Já a necessidade da criação ocorreu nos anos 90. Nessa época, por conta da grande transformação econômica e tecnológica mundial, as relações entre fornecedor e consumidor, que já não eram próximas, tornaram-se mais distantes ainda.

Com o aumento da tecnologia, as empresas distanciaram-se ainda mais dos seus consumidores e, em decorrência, não conseguiam atender a suas demandas no que se diz respeito a informações solicitadas. Para isso, era necessário que os governos adotassem políticas econômicas visando tutelar a hipossuficiência do consumidor.

3.2.2 No Brasil

O Brasil, desde o começo, adotou políticas econômicas visando tutelar o consumidor, entretanto, somente em 1990 criou-se uma Lei específica para ditar as normas de relações de consumo. Anteriormente, as leis que tutelavam as relações de consumo eram esparsas pelas diversas leis existentes.

Em 1990, foi sancionada a Lei 8.078, mais conhecida como Código de Defesa do Consumidor e posteriormente a ele, com Decreto nº 41.170, de 23 de setembro de 1996, foi criado o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, PROCON.

O órgão trata-se de uma fundação criada pelo estado federado de São Paulo e, caso os municípios queiram em seu âmbito, devem fazer parceria com o estado.

3.2.2. Em Assis

Nosso Estado, desde a promulgação da Constituição de 1988, sempre se preocupou com a hipossuficiência e os abusos sofridos pelo consumidor, sendo assim, no âmbito da cidade de Assis não foi diferente.

Na década de 1980, antes mesmo da criação do PROCON, através de um projeto de Lei do ex-vereador Onosor Fonseca, criou-se o intitulado CEDECON (Centro de

Defesa do Consumidor). Assis, mesmo antes da criação do PROCON já se preocupava com a situação do consumidor.

Em 1990, com a promulgação do Código de Defesa do Consumidor, iniciou-se em todo o Estado de São Paulo, uma ampla campanha para criação de Departamentos de Proteção ao Consumidor, através de convênios celebrados entre a Fundação PROCON do Estado de São Paulo e os Municípios interessados, sob a apreciação das Câmaras Municipais.

Em 1997, o Prefeito Romeu José Bolfarini, com total apoio do Secretário de Governo Dr. João Carlos Gonçalves Filho, confiou ao advogado Paulo Mattioli Junior, o desafio de implementar e ativar o PROCON na cidade de Assis, passando o Órgão a funcionar por duas oportunidades no Centro Cultural Dona Pimpa e, posteriormente, junto com as instalações da SERT (Secretaria de Emprego e Relações do Trabalho).

3.3. LEGISLAÇÃO

O PROCON foi criado posteriormente ao Código de Defesa do Consumidor e pode-se dividir sua legislação em duas fases, a Lei que autoriza a criação e o Decreto que o estabelece. Por ser uma **fundação**, deve possuir obrigatoriamente uma Lei que autoriza sua criação e, somente após isso, uma norma que a cria propriamente.

3.3.1. A Lei que autoriza a criação

A autorização da criação do PROCON se deu pela Lei nº 9.192, de 23 de Novembro de 1995, que em seu artigo primeiro diz:

Fica o Poder Executivo autorizado a instituir a Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor - Procon, com personalidade jurídica de direito público, vinculada à Secretaria de Estado da Justiça e da Defesa da Cidadania, a qual se regerá por esta lei e por estatutos aprovados por decreto. (Lei nº 9.192, 2012)

Nota-se um ponto relevante. Além da Lei autorizar a criação da Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor – PROCON, o legislador autoriza que a criação deste se faça por Decreto, dispondo da criação por Lei.

Como é sabido, uma Lei demora muito mais tempo do que um Decreto para vigorar, por isso, o legislador demonstrou urgência para a criação de uma fundação, com finalidade principal de proteger o consumidor.

O terceiro artigo da Lei também é de grande relevância:

Para a consecução de seus objetivos, deverá a Fundação:

I - planejar, coordenar e executar a política estadual de proteção e defesa do consumidor, atendidas as diretrizes da Política Nacional das Relações de Consumo;

II - receber, analisar, encaminhar e acompanhar o andamento das reclamações, consultas, denúncias e sugestões de consumidores ou de entidades que os representem;

III - prestar aos consumidores orientação sobre seus direitos;

IV - divulgar os direitos do consumidor pelos diferentes meios de comunicação e por publicações próprias, e manter o cadastro de reclamações atualizado e aberto à consulta da população;

V - promover as medidas judiciais cabíveis, na defesa e proteção dos interesses coletivos, difusos e individuais homogêneos dos consumidores;

VI - representar aos poderes competentes e, em especial, ao Ministério Público, sempre que as infrações a interesses individuais ou coletivos dos consumidores assim o justificarem;

VII - solicitar, quando necessário à proteção do consumidor, o concurso de órgãos ou entidades da Administração direta ou indireta;

VIII - incentivar a criação e o desenvolvimento de entidades civis de defesa do consumidor;

IX - incentivar a criação e o desenvolvimento de entidades municipais de defesa do consumidor;

X - desenvolver programas educativos, estudos e pesquisas na área de defesa do consumidor;

XI - fiscalizar a execução das leis de defesa do consumidor e aplicar as respectivas sanções; e

XII - analisar produtos e inspecionar a execução de serviços, diretamente, ou por meio de terceiros contratados, divulgando os resultados. (Lei nº 9.192, 2012)

O legislador, antes mesmo da criação de fato da Fundação PROCON, já estabeleceu diretrizes nas quais o PROCON teria finalidade.

Percebe-se que a preocupação existente com o consumidor é grande, pois todas as metas estabelecidas são para os consumidores, não existindo nenhuma tutela para o fornecedor.

A fundação PROCON nada mais é do que mais um projeto estatal para tutelar e regular as relações de consumo por conta da hipossuficiência do consumidor em face do seu fornecedor.

Finalizando, o artigo quarto vislumbra:

A Fundação atuará diretamente ou por intermédio de instituições públicas ou privadas, mediante contratos, convênios ou concessão de auxílios.

Parágrafo Único - Será exigida das instituições privadas mencionadas no "caput" deste artigo, prévia declaração de utilidade pública estadual, nos termos da legislação pertinente. (Lei nº 9.192, 2012)

O PROCON é uma fundação do estado federado de São Paulo, tem sua sede na capital e funciona somente em âmbito estadual.

Se a sua sede fosse o único centro de tutela do consumidor, não teria muita efetividade, somente um pólo tutelando os direitos de todos os consumidores de um estado federado, não supriria a demanda. Tendo isto em vista, o legislador já atribuiu ao PROCON essa qualidade, facultando sua atuação diretamente quando este exerce o próprio serviço ou por intermédio de instituições públicas ou privadas, mediante contratos, convênios, ou concessão de auxílios.

Com isso, a tutela do consumidor ensejada pelo legislador foi alcançada com maior facilidade no âmbito estadual.

Na cidade de Assis, o PROCON funciona através de **convênio** com a Prefeitura Municipal de Assis.

3.3.2. Decreto que cria a Fundação

Após uma Lei que autoriza a criação do PROCON, nasce o Decreto que o cria propriamente, o Decreto 41.170, de 23 de setembro de 1996. Neste Decreto não cria-se nada novo e adota-se para a fundação os parâmetros já estabelecidos na Lei que autoriza a criação do PROCON.

A vigência do Decreto em sua totalidade ocorreu 30 dias após da criação deste, como afirma o artigo 24, quando diz:

Este decreto entrará em vigor 30 (trinta) dias após a data de sua publicação, ficando revogadas as disposições em contrário, em especial o Decreto nº 33.321, de 3 de junho de 1991.(Decreto 41.170, 2012)

3.4. OBJETIVOS

O PROCON tem por objetivo elaborar e executar a política de proteção e defesas dos consumidores do estado de São Paulo. Para atingir o seu objetivo, conta com o apoio de um grupo técnico multidisciplinar que desenvolve atividades nas mais diversas áreas de atuação. Em seu próprio site, elenca um rol exemplificativo das atividades, as quais apoiam a execução e a política de proteção e defesa do consumidor. Atividades a caráter de exemplo:

- educação para o consumo;
- recebimento e processamento de reclamações administrativas, individuais e coletivas, contra fornecedores de bens ou serviços;
- orientação aos consumidores e fornecedores acerca de seus direitos e obrigações nas relações de consumo;
- fiscalização do mercado consumidor para fazer cumprir as determinações da legislação de defesa do consumidor;
- acompanhamento e propositura de ações judiciais coletivas;

- estudos e acompanhamento de legislação nacional e internacional, bem como de decisões judiciais referentes aos direitos do consumidor;
- pesquisas qualitativas e quantitativas na área de defesa do consumidor;
- suporte técnico para a implantação de Procons Municipais Conveniados
- intercâmbio técnico com entidades oficiais, organizações privadas, e outros órgãos envolvidos com a defesa do consumidor, inclusive internacionais;
- disponibilização de uma Ouvidoria para o recebimento, encaminhamento de críticas, sugestões ou elogios feitos pelos cidadão quanto aos serviços prestados pela Fundação PROCON, com o objetivo de melhoria continua desses serviços.(PROCON,2012).

4. PESQUISA DE CAMPO

Para uma melhor análise sobre a repercussão do Serviço de Atendimento ao Consumidor na vida das pessoas, foi realizada uma pesquisa de campo. Foram elaboradas 10 perguntas objetivas, as quais possuíam as alternativas sim ou não, e uma pergunta dissertativa. O entrevistado teve a oportunidade de expressar sua opinião sem diretrizes.

As respectivas perguntas e respostas serão apresentadas a seguir:

Pergunta 1: “Você conhece o Serviço de Atendimento ao Consumidor?”

Dos entrevistados, 24 pessoas responderam sim, conheciam o Serviço de Atendimento ao Consumidor e 6 entrevistados disseram que não.

Analisando o resultado, pode-se perceber que o SAC é um instituto conhecido pela maioria dos entrevistados, os quais, sabem que caso necessitem, poderão obter ajuda na resolução de conflitos.

Pergunta 2: “ Você utiliza o SAC com muita frequência?”

Dos que conheciam o SAC (24 pessoas), apenas 2 disseram que utilizam o Serviço de Atendimento ao Consumidor com muita frequência enquanto 22 disseram que não o usam com frequência.

Através das respostas, percebe-se que os entrevistados, em sua minoria, sentem-se seguros para utilizar o SAC, visto que apenas 2 responderam sim.

Com a produção em série, a maioria dos consumidores encontra problemas com fornecedores, entretanto percebe-se que o SAC não é utilizado com frequência, mesmo se tratando do meio mais célere para resolver conflitos relacionados entre consumidor e fornecedor. Sendo assim, pode-se perceber que o serviço em questão ainda não alcançou sua finalidade porque os consumidores não confiam em sua capacidade de resolução de problemas.

Pergunta 3: “ O atendimento realizado é de boa qualidade?”

Dos entrevistados que conheciam o SAC (24 pessoas), 12 disseram que o atendimento realizado é de boa qualidade e os demais 12 disseram que não. O Decreto que regulamenta o SAC é claro quando elenca a eficácia como princípio. Analisando o resultado das entrevistas, pode-se afirmar que a qualidade do SAC, a qual é um dos elementos da eficácia, atingiu uma média de 50% de aprovação nos entrevistados, portanto não atingiu a máxima satisfação, mas atingiu uma média relativamente satisfatória.

Pergunta 4: “ Todas as vezes o seu problema foi solucionado?”.

Dos que conheciam o SAC (24 pessoas), 8 responderam sim, seus problemas todas as vezes foram solucionados os demais 16 deles disseram que não.

Analisando os resultados, percebe-se que dois terços dos entrevistados que opinaram disseram que o SAC não conseguiu solucionar o problema todas as vezes em que precisaram.

O Decreto que regulamenta o Serviço de Atendimento ao Consumidor é claro em seu artigo 2º: terá como finalidade resolver as demandas dos consumidores sobre informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento de contratos e serviços. Entretanto, para o dobro das pessoas que foram entrevistadas, o serviço não conseguiu atingir sua finalidade.

Pergunta 5: “O atendimento realizado foi célere?”.

Dos entrevistados 24 entrevistados que conheciam o SAC, 4 disseram sim, o atendimento foi realizado de forma rápida, e 20 disseram não.

O Decreto é claro quando elenca a celeridade como princípio para o Serviço de Atendimento ao Consumidor, o que não foi averiguado na pesquisa. O princípio não é cumprido para a parte majoritária dos entrevistados.

Pergunta 6: “Encontra dificuldades para ser atendido?”

Dos entrevistados conhecedores do SAC (24 pessoas), 10 responderam sim, encontram dificuldades para ser atendido e 14 entrevistados responderam não.

Analisando-se as respostas, percebe-se que o tempo de demora para o início do atendimento não é considerado um problema muito relevante. A maioria dos entrevistados relatou que não encontram dificuldade e que começam a ser atendidos rapidamente. Tem de se diferenciara celeridade para iniciar o atendimento da celeridade para sua resolução, o qual foi objeto da pergunta de número 5.

Pergunta 7: “ Todas as empresas nas quais você tinha um problema a ser solucionado, possuíam o Serviço de Atendimento ao Consumidor?”.

Dos 24 entrevistados que conheciam o SAC, 18 disseram que sim, todas as empresas possuíam o Serviço de Atendimento ao Consumidor e os demais 6 disseram não.

Como pode ser visto, a maioria dos entrevistados afirmaram que todas as empresas possuíam este serviço, o que demonstra a eficiência do Decreto.

Pergunta 8: “ Você conhece ou já teve contato com o Decreto que regulamenta o SAC?”.

Dos entrevistados que conheciam o SAC (24 pessoas), apenas 1 afirmou ter conhecimento da norma e 23 responderam não.

O resultado da pesquisa reflete o desconhecimento dos consumidores a respeito às diretrizes do SAC. Com isso, os entrevistados deixam de usufruir totalmente de um direito que os aproxima de seus fornecedores.

Pergunta 9: “ Você está satisfeito com o Serviço de Atendimento ao Consumidor?”.

Dos 24 entrevistados que conheciam o SAC, 14 pessoas responderam sim e 10 disseram não.

A maioria dos entrevistados estão satisfeitos com o serviço prestado, isto demonstra que o Serviço de Atendimento ao Consumidor alcança a finalidade almejada em sua norma.

Entretanto, o desconhecimento de seu Decreto pela maioria das pessoas, demonstra a satisfação sem fundamento, apesar de responderem sim, nem ao menos conhecem a norma que o regulamenta e dá diretrizes.

Pergunta 10: “O atendimento é realizado de forma clara?”

Dos que conheciam o SAC, 22 entrevistas disseram sim e 2 responderam não.

O Decreto é claro quando elenca que a transparência é princípio do Serviço de Atendimento ao Cliente. Afirmado isso, percebe-se que esse princípio tem plena vigência para a maioria dos entrevistados, sendo que apenas dois dos entrevistados discordou com isso.

Pergunta 11: a décima primeira pergunta teve caráter dissertativo: “ Em sua opinião, qual o seguimento de empresas ainda apresenta maior falhas no atendimento ao cliente através do SAC?”

Dos entrevistados, 20 disseram que o pior atendimento é realizado pelas empresas de telefonia móvel e fixa; 1 entrevistado apontou as empresas bancárias e 1 entrevistado elencou empresas ligadas à venda de eletroeletrônicos. Os demais entrevistados não opinaram.

CONCLUSÃO

O Serviço de Atendimento ao Consumidor possui falhas e não conseguiu atingir sua finalidade. Pode-se concluir o presente trabalho através de alguns tópicos:

A. Da eficiência da norma

Quase todos os entrevistados responderam que as empresas nas quais possuíam problemas contavam com o Serviço de Atendimento ao Consumidor. Isso demonstra que seu Decreto tem aplicabilidade, porém não é suficiente. A eficiência somente se basta para a implementação do serviço, não obtendo a mesma característica a repreensão apresentada pela norma. Na prática, isto significa que as empresas implementam o serviço, entretanto não o executam da forma preestabelecida pelo Decreto. Com as respostas obtidas, fica claro ainda há desrespeito por parte das empresas.

B. Da eficácia

A eficácia de uma norma se resume em atingir a finalidade para a qual foi criada.

O Decreto que regulamenta o Serviço de Atendimento ao Consumidor tem como finalidade resolver problemas apresentados pelos consumidores de forma clara e de fácil entendimento via telefone.

No que se tanje sobre a eficácia, podemos separar o tema em dois subtópicos: a qualidade do serviço e o número de reclamações que possui.

C. Da qualidade do serviço

O serviço apresentado pelo SAC pode ser considerado de média qualidade, uma vez que metade dos entrevistados (12 entrevistados) responderam que acreditam ser de boa qualidade o atendimento do SAC. Entretanto, a porcentagem que acredita ser de boa qualidade não é maior pela falta de eficiência das sanções existente no Decreto que regulamenta o Serviço de Atendimento ao Consumidor.

De acordo com entrevista feita com o Dr^o. Paulo Mattioli Filho, representante do PROCON, as empresas não respeitam as diretrizes impostas pelo Decreto. Esse desrespeito se dá por conta de que a sanção não encontra caráter repressivo para as empresas. Com uma melhor aplicação, as empresas apresentariam um atendimento de melhor qualidade, temendo assim as repreensões impostas pelo Decreto.

D. Do número de reclamações do SAC

Segundo o Dr.^o Paulo Mattioli Junior, representante do PROCON de Assis/SP , o Serviço de Atendimento ao Consumidor é o principal motivo de reclamações pelos consumidores ao PROCON, conforme apresentado em anexo neste trabalho. Tendo em vista as reclamações, conclui-se que a finalidade do Decreto não foi alcançada por sua ineficácia.

E. Dos consumidores

Na pesquisa de campo realizada neste trabalho, pode-se notar que os entrevistados, quase em sua totalidade, não tinham conhecimento do Decreto que regulamentava o Serviço de Atendimento ao Consumidor.

Não há como alegar um direito sem tê-lo conhecido. Desta maneira, os consumidores não podem alegar baixa qualidade do serviço. Isso também é concretamente demonstrado quando parte dos entrevistados dizem que o serviço é de boa qualidade, quando, analisando detalhadamente o Decreto, nota-se que o serviço apresentado pela maioria das empresas possuem diversas irregularidades.

F. Das soluções

a. Das soluções em relação às empresas

Primeiramente é preciso que a sanção descrita no Decreto do Serviço de Atendimento ao Consumidor seja eficiente e eficaz. Com isso, as empresas preparariam melhor seus atendentes, investiriam em seu serviço com temor das sanções que estes sofreriam no caso de uma presente irregularidade.

Além de um melhor funcionamento das sanções, uma solução boa seria a criação de novas sanções.

Um bom exemplo de nova sanção seria a perda da personalidade jurídica, caso a empresa demonstrasse por várias vezes irregularidades. Isso faria com que as empresas tivessem uma cautela maior para não cometer irregularidades.

b. Das soluções em relação aos consumidores

Como já foi dito, não há como se alegar um direito sem ao menos o conhecer, sendo assim, uma solução ideal para a cessão de violações dos direitos dos consumidores seria a leitura do Decreto pelos que utilizam desse serviço. Com isso, os consumidores teriam base jurídica para fundamentar os seus direitos e, no mais, saberiam quais são estes e o que está faltando para o Serviço de Atendimento ao Consumidor Brasileiro ser considerado de alta qualidade.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei n. 8078, de 11 de setembro de 1990, Dispõe sobre o Código de Defesa do Consumidor.

BRASIL. Decreto n. 6523, de 31 de julho de 2008. Dispõe sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor.

BRASIL. Lei Estadual n. 9192, de 23 de novembro de 1995. Dispõe sobre o Procon.

BRASIL. Decreto n. 41170, de 23 de setembro de 1996, Dispõe sobre a regulamentação da Lei 9192, de 23 de novembro de 1995.

COMPARATO, F. K. A proteção ao consumidor na Constituição Brasileira de 1988. Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro, São Paulo, Nova Série, a. XXIX, n. 80, p. 66-75, out./dez. 1990.
FIGUEIRA, Divalte Garcia .*História, novo Ensino Médio*.1ª Edição. São Paulo/SP: Editora Ática, 2002.

JUNIOR, Paulo Mattioli. História do Procon de Assis. Assis/SP 23 de junho de 2012. 3 páginas.

JUSBRASIL. "www.jusbrasil.com.br". Disponível: <<http://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia>> . Acesso em 15 de ago. de 2012

NUNES, Rizatto.*Curso de Direito do Consumidor*. 7ª edição.São Paulo: Editora Saraiva, 2012.

PIRES, Karla Beatriz Nascimento. A proteção constitucional do consumidor. Revista Anhangüera v.4 n.1 jan./dez. p.55-61. Janeiro de 2003. Valinhos/SP.

PROCON. Institucional. “www.procon.sp.gov.br”. Disponível : <
<http://www.procon.sp.gov.br/categoria.asp?id=57>>. Acesso em 25 de junho de 2012.

PROCON. Legislação. “www.procon.sp.gov.br”. Disponível:<
<http://www.procon.sp.gov.br/categoria.asp?id=208>>. Acesso em 25de junho de 2012.

UNIBLOG. “www.uniblog.com.br”. Disponível:
<www.uniblog.com.br/vms/404191/que-diferenca-faz-lei-ou-decreto.html>. Acesso
em 23 de maio de2012

WIKIPEDIA. Central de atendimento. “pt.wikipedia.org”. Disponível:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Central_de_atendimento>. Acesso em 23 de maio de
2012.

WIKIPEDIA. Constituição brasileira de 1988. “pt.wikipedia.org”. Disponível:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Constitui%C3%A7%C3%A3o_brasileira_de_1988>.
Acesso em 25 de ago. 2012.

WIKIPEDIA. Jurisprudência. “pt.wikipedia.org”. Disponível:
<<http://pt.wikipedia.org/wiki/Jurisprud%C3%Aancia>>. Acesso em 25 de ago. de
2012.

WIKIPEDIA. Telemarketing. “pt.wikipedia.org”. Disponível:
<<http://pt.wikipedia.org/wiki/Telemarketing>>. Acesso em 23de maio 2012.

YOUTUBE. Direito do Consumidor 1.1. “www.youtube.com” Disponível:
<<http://www.youtube.com/watch?v=43nIVqc1pZ8>>. Acesso em 21de março de 2012.

ANEXO I - ENTREVISTA

Objetivo da entrevista

É a obtenção de informações do entrevistado, sobre as condições atuais do PROCON, sobre o SAC e opiniões próprias sobre os institutos.

Entrevistando

Nome: Cauê Sacomandi Contrera

Aluno matriculado no 4º ano de Direito – FEMA

Orientador: Prof.º Ms. Leonardo de Gênova

Tema da Monografia: Relação de eficácia e eficiência do Serviço de Atendimento ao Consumidor.

Entrevistado

Nome: Paulo Mattioli Junior

Função: representante do PROCON.

Perguntas:

- 1) O que é PROCON e qual a sua competência?

O PROCON em um sentido amplo se resume em um departamento de proteção e orientação do consumidor. É um instituto que visa tutelar o consumidor.

Em relação a competência, a Fundação PROCON, a qual é pertencente ao estado de São Paulo, tem competência estadual. Já os departamentos municipais do PROCON , os quais são adquiridos por meio de convênios ou outros meios com o Estado, são de competência municipal”.

2) Quando foi criado em nossa cidade?

Em nossa cidade, a criação do PROCON ocorreu em 1997.

3) Qual sua principal finalidade?

A principal finalidade é aproximar os consumidores de seus fornecedores.

4) As empresas reclamadas sofrem alguma penalidade?

Sim, as empresas reclamadas podem vir a sofrer penalidades. As penalidades que poderão ser sofridas serão as previstas no Código de Defesa do Consumidor e legislações correlatas, sendo essas penalidades de âmbito civil e penal, dependendo do caso alegado.

5) Quantas reclamações o PROCON recebe em média por mês?

As reclamações em média giram em torno de 1000 reclamações por mês.

6) O tratamento recebido pelo funcionário do PROCON pela empresa é diferente do recebido pelo consumidor?

Sim, as empresas em geral respeitam mais o PROCON do que os seus próprios consumidores.

7) Quais são as empresas com maior índice de reclamação ?

É sazonal, depende da demanda da população, da época que estamos no ano. Por exemplo, no começo do ano o maior índice de reclamação é para as empresas que fabricam material escolar. Porém existem umas empresas que

são reclamadas com uma regularidade o ano inteiro, são as empresas de telefonia móvel e fixa e empresas que tratam de questões financeiras.

- 8) Você acredita que a intervenção do PROCON atinge a finalidade almejada pelo reclamante, ou seja, a função do PROCON é eficaz?

Sim, o PROCON quase sempre atinge a finalidade almejada pelo reclamante, possuindo média de 70% dos casos solucionados.

- 9) Na sua opinião, as empresas respeitam a Lei do SAC?

Não, são poucas as empresas que respeitam a Lei do SAC. Ela não surte efeito para a maioria das empresas.

- 10) As empresas em geral fornecem um atendimento eficaz, alcançando a finalidade querida pelo consumidor?

Não, o atendimento prestado ao consumidor não é eficaz. Essa ineficácia se dá pelo mau preparo dos atendentes e da alta rotatividade desses em um *call center*.

- 11) Qual a média de tempo que uma empresa demora para solucionar o problema alegado pelo consumidor?

Nosso trabalho se divide em três fases: a primeira é um contato imediato ao fornecedor; o segundo é cadastrar a reclamação, e dar prazo para o fornecedor se conciliar com o consumidor; a terceira fase é a audiência.

Na maioria dos casos, o problema é solucionado no primeiro contato com a empresa e, quando chega a fase de audiência, não demora mais de 2 meses para solucionar o problema do consumidor.

12)As empresas seguem os princípios elencados pela Lei do SAC, sendo eles: a dignidade, a boa – fé, a transparência, a eficiência, a eficácia, a celeridade e a cordialidade?

Com raras exceções, as empresas não respeitam ou respeitam parcialmente os princípios.

13)Você acredita que para um melhor funcionamento, deveria ser criado um instituto novo para tutelar o consumidor?

Acredito que não, a Lei do SAC deveria impor somente penas mais severas aos descumpridores desta Lei. Na norma do SAC deveria existir mais fiscalização, e mais penalidade.

14)Qual o Pior defeito do SAC?

O pior defeito é o desrespeito dos princípios elencados em sua norma. Outro defeito que merece relevância é a incidência novamente dos casos. O fornecedor volta a cometer os mesmos erros que já cometeu, sendo assim, a norma do SAC tem pouca força de reprovação.

15)O PROCON consegue atender a demanda de reclamações?

Sim, ele consegue, obtendo 70% de soluções positivas nos casos alegados pelos consumidores.

16)Você como cliente, é satisfeito com o SAC?

Não, o SAC possui muitos vícios a serem solucionados para eu possuir uma satisfação.

17)Dê uma nota cabível de 0 a 10 ao SAC e ao PROCON.

Ao SAC eu dou nota 3, pois, com raras exceções, o SAC precisa melhorar muito, pois fere todos os princípios elencados em sua norma. Ao PROCON dou nota 7, pois ainda há que se melhorar. Com a ajuda do estado de São Paulo e a Nação, pode se melhorar ainda mais.

18) Você conhece o site www.reclameaqui.com.br? Se sim, acredita que é um aliado do PROCON?

Conheço sim, ele é de iniciativa popular de insatisfação do consumidor, mas confesso que não sei detalhadamente o funcionamento deste site. Acredito que é um aliado sim do PROCON e, além disso, do consumidor.