

20/05/2013 10:50

Novas regras do comércio eletrônico (e-commerce) no Brasil

Por Hugo Fanaia de Medeiros (*)

Por meio do Decreto n. 7.962 de 15 de março de 2013, em vigor desde o dia 14 de maio deste ano, a Presidente da República regulamentou o Código de Defesa do Consumidor no que tange ao comércio eletrônico (ou "e-commerce") no Brasil, abrangendo, principalmente, três aspectos:

- 1) Direito à informação, de forma clara, a respeito do produto, serviço e do fornecedor;
- 2) Direito ao atendimento facilitado;
- 3) Direito de arrependimento do consumidor.

Anteriormente, o comércio eletrônico era regido de acordo com as normas regentes do comércio comum, tendo como base, principalmente, com o Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078 de 11 de setembro de 1990).

Agora, há norma específica sobre assunto e ela deve ser seguida em conjunto com o CDC.

O estudo que ora apresentamos serve, portanto, para que consumidores e empresários se informem de todos os seus direitos e obrigações nas relações de consumo via internet trazidos pelo Decreto n.7.962 de 2013. Quem ler ficará muito bem informado.

INFORMAÇÃO

O Princípio à Informação está positivado no Código de Proteção e Defesa do Consumidor em seu art. 4º, inciso IV, que assim dispõe:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

(...)

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo; (grifo nosso)

A informação é também reconhecida como direito básico do consumidor, de acordo com o CDC:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

(...)

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (grifo nosso)

Cuidou, assim, o Decreto, de tratar especificamente este direito básico no que tange às compras online, sendo que a partir de então os sites e demais meios eletrônicos deverão disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, algumas informações. São elas:

- a) Nome empresarial (aquele como está registrado a empresa – e não o do site, simplesmente) e número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda do fornecedor;
- b) Endereço físico e eletrônico da empresa e, também, demais informações necessárias para localização e contato pessoal do consumidor com a empresa;
- c) Na página do produto ou serviço, a empresa deverá informar as características essenciais do mesmo, os eventuais riscos à saúde e à segurança do consumidor;
- d) Deverá, também, discriminar, no preço do produto ou serviço, qualquer eventual despesa adicional ou acessória, como de entrega do produto ou seguro de entrega;
- e) A oferta deverá ser informada em todos os seus termos, de maneira que fiquem claras quais são as modalidades de pagamento, a disponibilidade do produto, a forma e o prazo de execução do serviço ou a entrega ou a disponibilização do produto;
- f) Na oferta, as informações deverão ser claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da mesma.

Em relação, especificamente, às empresas de Compra Coletiva, estas deverão cumprir os seguintes requisitos, além dos acima referidos, deixando claro:

- a) A quantidade mínima de consumidores para a efetivação da compra;
- b) O prazo para utilização da oferta pelo consumidor;
- c) A identificação do fornecedor responsável pelo site e do fornecedor do produto ou serviço ofertado (com os mesmos requisitos das letras "a" e "b" do tópico acima).

Acreditamos que tais regras já eram seguidas, mas as empresas de Compras Coletivas deverão se atentar em detalhar de maneira mais clara o disposto no item "c".

Afinal, é comum verificar, no dia a dia, empresas de compras coletivas fazerem contrato com pessoas que não possuem empresa registrada (sem CNPJ), sendo que, neste caso, a empresa de compra coletiva deverá constar o nome da pessoa (dono da empresa sem CNPJ), CPF e endereço.

É previsto no Decreto, também, que o disposto nos artigos 3º, 4º e 9º do Decreto nº 5.903 de 2006 serão aplicados ao comércio eletrônico. Dispõem esses artigos:

Art. 2º Os preços de produtos e serviços deverão ser informados adequadamente, de modo a garantir ao consumidor a correção, clareza, precisão, ostensividade e legibilidade das informações prestadas.

§ 1º Para efeito do disposto no caput deste artigo, considera-se:

I - correção, a informação verdadeira que não seja capaz de induzir o consumidor em erro;

II - clareza, a informação que pode ser entendida de imediato e com facilidade pelo consumidor, sem abreviaturas que dificultem a sua compreensão, e sem a necessidade de qualquer interpretação ou cálculo;

III - precisão, a informação que seja exata, definida e que esteja física ou visualmente ligada ao produto a que se refere, sem nenhum embaraço físico ou visual interposto;

IV - ostensividade, a informação que seja de fácil percepção, dispensando qualquer esforço na sua assimilação; e

V - legibilidade, a informação que seja visível e indelével.

Art. 3º O preço de produto ou serviço deverá ser informado discriminando-se o total à vista.

Parágrafo único. No caso de outorga de crédito, como nas hipóteses de financiamento ou parcelamento, deverão ser também discriminados:

I - o valor total a ser pago com financiamento;

II - o número, periodicidade e valor das prestações;

III - os juros; e

IV - os eventuais acréscimos e encargos que incidirem sobre o valor do financiamento ou parcelamento. (grifo nosso)

O art. 9º do referido Decreto será colacionado, neste artigo, no tópico das Disposições Finais, pois se refere à aplicação de penalidades administrativas.

ATENDIMENTO

O atendimento é a porta de entrada da empresa de comércio eletrônico. Um cliente que se sente satisfeito indicará o website que comprou, com toda a certeza, assim como uma loja física é bem sucedida, também, por conta do atendimento que presta pessoalmente a seus clientes.

Para a melhoria do atendimento nas empresas de e-commerce, segundo o Decreto, elas deverão:

- a) Apresentar um sumário do contrato antes da contratação, com informações necessárias ao pleno exercício do direito de escolha do consumidor, enfatizando as cláusulas que limitem direitos. Assim, neste caso, a empresa, antes da página de fechamento da compra, é melhor que faça uma página descrevendo esses termos, antes de o consumidor concluir a compra (e não somente colocar o "clique aqui se você concorda com os termos de compra");
- b) Fornecer ferramentas eficazes ao consumidor para identificação e correção imediata de erros ocorridos nas etapas anteriores à finalização da contratação.
- c) Confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta;
- d) Disponibilizar o contrato ao consumidor em meio que permita sua conservação e reprodução, imediatamente após a contratação. Neste caso, é importante que a empresa disponibilize uma página própria para contratos ou que, na mesma página onde disponibilize o sumário do contrato, coloque à disposição um arquivo em .pdf para download;
- e) Colocar à disposição do consumidor um meio adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico, que possibilite a ele a resolução de demanda referente à informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento do contrato, casos em que a empresa terá 5 (cinco) dias para dar uma resposta ao consumidor. Neste caso, de preferência, a empresa deverá ter um chat online, pois desta forma o consumidor consegue um atendimento bastante rápido e, se o funcionário for bem treinado, eficaz. É claro que há outras maneiras que podem ser eficazes e imediatas, tais como e-mails ou abertura de tickets;
- f) Confirmar imediatamente o recebimento da demanda ao consumidor, pelo mesmo meio acima indicado.
- g) Utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor. Hoje em dia, todos os sites de confiança contam com formas seguras de resguardar os dados de seus clientes, tanto na compra quanto nos dados registrados no website, através de cadastro. Podemos citar como exemplo a utilização de bancos online, o sistema de pagamento do UOL (PagSeguro), Moip, Site Blindado, etc.

DIREITO DE ARREPENDIMENTO

O direito de arrependimento do consumidor está previsto no Código de Proteção e Defesa do Consumidor, em seu artigo 49. O consumidor pode desistir da compra realizada no prazo de 7 (sete) dias, a contar da assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a transação ocorrer fora do estabelecimento comercial, o que é o caso do e-commerce.

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

No Decreto, fica previsto que a empresa deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor, porém faculta ao consumidor o exercício deste direito por meio das mesmas ferramentas utilizadas para a contratação, mesmo que haja outros meios disponíveis.

Em nossa opinião, a empresa deve estipular em seu contrato que o direito de arrependimento deverá ser feito por "tais" e "tais" meios, pois, nem sempre, a empresa consegue ter o controle total do chat, por exemplo, correndo o risco de "passar" o pedido de arrependimento de compra do consumidor, causando problemas de ordem jurídica e de marketing à empresa (já que pode advir disso uma causa judicial e uma reclamação negativa na internet, por exemplo).

Portanto, seria interessante que a empresa disponibilizasse ao consumidor um canal realmente direto e específico para isso, como por exemplo, um e-mail próprio ou uma seção própria no website.

Uma vez o consumidor informando que se arrependeu da compra, dentro do prazo de 7 (sete) dias,

o contrato considera-se rescindido. O empresário deve tomar cuidado:

esta é uma das cláusulas mais importantes em comércio eletrônico, afinal, um consumidor que se arrepende não necessariamente quer dizer um cliente a menos. Se a empresa é diligente na devolução do dinheiro ou troca de produto, por exemplo, o consumidor continuará cativado pela empresa, sem sobra de dúvidas. E atenção: a rescisão não poderá onerar o consumidor, de maneira alguma.

Outro mandamento trazido pelo Decreto, que merece especial atenção do empresário, é o fato de que, a partir da comunicação do arrependimento por parte do consumidor,

a empresa deverá comunicar imediatamente eventual fornecedor do produto ou instituição financeira ou administradora de cartão de crédito ou similar para que a transação não seja lançada na fatura do consumidor, ou, para que seja efetivado o estorno do valor, caso o lançamento na fatura já tenha sido realizado.

Vale lembrar, aliás, que, a partir da comunicação do consumidor à empresa, de seu arrependimento, esta deve lhe dar uma confirmação imediata do recebimento da comunicação.

Acreditamos que esta confirmação "imediata" deva ser de, no máximo, 24 horas após a comunicação do arrependimento do consumidor. Até por isso, dissemos acima que é necessário deixar um canal direto, uma seção específica à disposição do consumidor, até para que não dê à empresa qualquer prejuízo de ordem jurídica ou de boa fama social. Aliás, exigir que fosse imediata, na acepção do termo, seria irrazoável diante do número de visitantes e clientes que um website de grande proporção tem.

DISPOSIÇÕES FINAIS

Por fim, prevê o Decreto que as contratações no comércio eletrônico deverão observar o cumprimento de todos os termos da oferta, com a entrega dos produtos e serviços contratados, observados prazos, quantidade, qualidade e adequação.

No caso de haver inobservância das condutas descritas no Decreto, as empresas ficarão sujeitas às sanções previstas no art. 56 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor e no art. 9º do Decreto nº 5.903 de 2006, geralmente aplicada pelos Procons:

Código de Defesa do Consumidor - Art. 56

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

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

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

Decreto nº 5.903 de 2006 – Art. 9º

Configuram infrações ao direito básico do consumidor à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, sujeitando o infrator às penalidades previstas na Lei nº 8.078, de 1990, as seguintes condutas:

- I - utilizar letras cujo tamanho não seja uniforme ou dificulte a percepção da informação, considerada a distância normal de visualização do consumidor;
- II - expor preços com as cores das letras e do fundo idêntico ou semelhante;
- III - utilizar caracteres apagados, rasurados ou borrados;
- IV - informar preços apenas em parcelas, obrigando o consumidor ao cálculo do total;
- V - informar preços em moeda estrangeira, desacompanhados de sua conversão em moeda corrente nacional, em caracteres de igual ou superior destaque;
- VI - utilizar referência que deixa dúvida quanto à identificação do item ao qual se refere;
- VII - atribuir preços distintos para o mesmo item; e
- VIII - expor informação redigida na vertical ou outro ângulo que dificulte a percepção.

Por fim, de bom senso dizer que o Decreto foi positivo, pois, de alguma maneira regulamentou e, agora, colocou efetivamente no ordenamento jurídico práticas já existentes nos grandes sites de vendas online e, também, novas práticas que deverão ser adotadas para uma melhor relação de consumo entre consumidores e empresas.

(*) Hugo Fanaia de Medeiros, advogado em Campo Grande, é membro e secretário-adjunto da Comissão de Defesa do Direito do Consumidor da OAB/MS e editor do blog jurídico www.direitocoletivojusto.wordpress.com.

Imprimir