

**Modalidade do trabalho:** Relato de experiência  
**Evento:** XXIII Seminário de Iniciação Científica

## **DIREITOS ALTERNATIVOS: RANKING E ESTATÍSTICAS NO ÂMBITO DO Balcão DO CONSUMIDOR.<sup>1</sup>**

**Jônatas Barcelos Dos Santos<sup>2</sup>, Fabiana Fachineto Padoin<sup>3</sup>, Tobias Damião Corrêa<sup>4</sup>.**

<sup>1</sup> Pesquisa realizada no âmbito do Balcão do Consumidor de Ijuí, apresentação dos dados de atendimentos.

<sup>2</sup> Aluno do Curso de Graduação em Direito da UNIJUI, estagiário no Balcão do Consumidor PROCON/projeto “Cidadania para todos” na temática de Direito do Consumidor.

<sup>3</sup> Professora vinculada ao Departamento de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, coordenadora do Projeto de Extensão “Balcão do Consumidor”.

<sup>4</sup> Professor vinculado ao Departamento de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, coordenador no Projeto de Extensão “Balcão do Consumidor”.

### **INTRODUÇÃO**

Com o constante crescimento competitivo entre empresas em nível global, empresas ágeis e modernas surgem a todo momento, superando até mesmo as já estabelecidas. Muitas vezes a qualidade da prestação de serviço ou do produto tem deixado a desejar, não sendo a qualidade um fator indispensável, assim, violando com frequência os direitos dos consumidores, eximindo-se da responsabilidade perante estes.

Assim, o presente trabalho busca apresentar os atendimentos realizados no Balcão do Consumidor, visando esclarecer e apontar dados referentes a reclamações dos consumidores, assim como os fornecedores com maiores números de reclamação, causas e efeitos das mesmas, além de mostrar quais são as medidas adotadas para a solução de tais conflitos.

### **METODOLOGIA**

O texto é feito com base em análises dos atendimentos realizados no âmbito do Balcão do Consumidor, retirando dados presentes em relatórios de atendimentos, e também analisando e classificando as maiores demandas apresentadas pelos consumidores.

A análise foi feita com base nos atendimentos realizados no período de 01 de Janeiro de 2014 a 31 de Março de 2015.

### **RESULTADO E DISCUSSÃO**

A primeira abordagem que deve ser feita no âmbito do trabalho realizado no Balcão do Consumidor é que todas as atividades desenvolvidas são norteadas por meio da prática de Direitos Alternativos, mais precisamente, a mediação e a conciliação que são os mecanismos essenciais para que haja um trabalho integralmente satisfatório. Dessa forma, Juan Carlos Vezzulla (1998, p. 16) esclarece que a que mediação é:

**Modalidade do trabalho:** Relato de experiência  
**Evento:** XXIII Seminário de Iniciação Científica

Técnica de resolução de conflitos não adversarial, que, sem imposições de sentenças ou de laudos e com um profissional devidamente formado, auxilia as partes a acharem seus verdadeiros interesses e a preservá-los num acordo criativo em que as duas partes ganhem.

O Balcão Do Consumidor originou-se de uma parceria firmada entre UNIJUI, Ministério Público Estadual e Município de Ijuí, tendo início de suas atividades em 1º de Março de 2013. Desde então vem desenvolvendo variadas atividades em prol da defesa do consumidor, estando instalado no primeiro andar do prédio do PROCON Municipal, com funcionamento das 12 horas às 18 horas, de segunda à sexta-feira, sendo realizado expediente interno das 17 às 18 horas.

O projeto está vinculado ao Curso de Graduação em Direito da UNIJUI que desenvolve projeto de extensão universitária, busca socialização das informações, garantindo e exercendo a cidadania e promove a discussão e a aplicação de meios alternativos para a resolução das lides oriundas das relações de consumo, por meio de conciliação e mediação extrajudicial, visando a aplicação de forma coerente do Código de Defesa do Consumidor.

Como diria Sérgio Cavaliere Filho (2008, p. 92)

O Código de Defesa do consumidor é um instrumento forte, mas isso não é problema. A desigualdade de forças é tão grande que apenas um instrumento realmente muito forte seria capaz de garantir a sua eficácia, a sua razão de ser, a sua finalidade: proteger e defender o consumidor vulnerável. O Ideal seria que jamais precisássemos utilizá-lo, mas, em sendo isso inevitável, que não haja acanhamentos, sob pena de não serem atingidos os seus justos propósitos, o que comprometeria a sua eficiência.

As atividades de mediação e conciliação são desempenhadas por três estagiários, que são acadêmicos do curso de Direito, e dois extensionistas, sendo estes orientados e supervisionados pela Analista Jurídica e pelos professores coordenadores do projeto.

Dentre as atividades desenvolvidas no Balcão do Consumidor, está à realização de atendimento ao consumidor finalista, versando este em simples consulta, atendimento preliminar, Carta de Informações Preliminares (CIP) e audiência de mediação, todos estes são feitos por meio Sistema Nacional de Informações Preliminares/SINDEC, que possibilita o armazenamento de dados e a contabilização dos atendimentos locais e nacionais, sendo estes compartilhados com os consumidores, que também, no momento do atendimento, recebem um resumo do acolhimento realizado, que consta o número de sua reclamação e os fatos relatados por eles.

Cláudia Lima Marques (Revista Direito do Consumidor, ed. 35) conceitua consumidor finalista da seguinte forma:

Parece-me que destinatário final é aquele destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, segundo esta interpretação teleológica não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, levá-lo para o escritório ou residência; é necessário ser destinatário final econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para uso profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção cujo preço será incluindo no preço final do profissional que adquiriu. Neste caso não haveria a exigida “destinação final” do produto ou do serviço.

**Modalidade do trabalho:** Relato de experiência  
**Evento:** XXIII Seminário de Iniciação Científica

A simples consulta consiste em uma orientação que é dada ao consumidor que busca esclarecimento de dúvidas. Segundo dados do SINDEC (Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor) no período de 01 de janeiro de 2014 a 31/03/2015 foram realizados 214 atendimentos de simples consulta no Balcão do Consumidor.

O atendimento preliminar é o momento no qual se faz o uso da mediação, através do acolhimento da reclamação apresentada pelo consumidor, em que é realizado o contato telefônico com o fornecedor, expondo o conflito e buscando uma resolução satisfatória para ambas as partes. Assim, no período citado no parágrafo anterior, foram realizados 1.883 atendimento preliminares.

Restando infrutífero o contato inicial por telefone, é realizado o envio da Carta de Informações preliminares composta da reclamação do consumidor fundamentadamente na legislação consumerista, cabendo ao fornecedor apresentar resposta no prazo de dez dias após o recebimento desta. Nesse mesmo período, segundo dados do SINDEC, foi feito envio de 1.087 CIP's, 04 aberturas diretas de reclamação, que é o envio da reclamação do consumidor direto ao PROCON e 08 encaminhamentos a fiscalização.

#### EMPRESAS MAIS RECLAMADAS E SUAS PORCENTAGENS.

As empresas de telefonia possuem status de destaque no que tange a sua prestação de serviço, possuindo 46,19% de atendimentos. Verificamos que a operadora Oi lidera o ranking de reclamações por sua má prestação de serviço, inacessibilidade ao consumidor, aos meios de reclamação e resolução de problemas (SAC), falta de representantes que consigam suprir as necessidades apresentadas pelos consumidores, além de não cumprimento de ofertas, e propagando enganosa, fatos estes narrados cotidianamente pelos consumidores. Logo após a Oi, vem as operadoras Claro e Vivo versando reclamações quanto a planos, fornecimento de serviços, cobranças indevidas, alterações de contratos unilateralmente e também inacessibilidade ao Serviço de Atendimento ao Consumidor.

Com colocação posterior as operadoras de telefonia, vem as empresas fornecedoras de crédito, que tem a porcentagem de 25,30%. Sendo as reclamações no sentido de que falta informações quanto ao contrato aderido, como por exemplo: taxa de juros utilizada pelo banco, valor que pagará acrescido de juros, cobrança de TAC e demais taxas correspondente a firmação de contrato de cessão de crédito, além da ineficiência no envio de boletos para pagamento de suas obrigações. Salientando que aqui se encaixam lojas locais que fornecem créditos por meio de cartão ou usam fazer financiamento ao invés de parcelamento de compras, como por exemplo as Lojas Quero-Quero quando vendem seu cartão Verde Card.

E em terceiro lugar verifica-se os lojistas locais, com 22,51% das reclamações, consistindo as reclamações sobre produtos duráveis e não duráveis que apresentam vícios, não fornecimento de assistência técnica e devido amparo ao consumidor, venda casada, taxa de juros por mora abusivas e falta de informações quanto ao produto e também condições de pagamento.

Verifica-se a resolução de 60% dos casos no atendimento preliminar e audiências de mediação, as quais são 85% exitosas.

**Modalidade do trabalho:** Relato de experiência  
**Evento:** XXIII Seminário de Iniciação Científica

Quanto ao perfil do consumidor local, demonstra a hipossuficiência de informações, a maioria relacionada ao poder de compra, ou seja, quanto menos o poder aquisitivo, maior a vulnerabilidade. Assim, muitos consumidores procuram o Balcão para esclarecer dúvidas e se informar a respeito de seus direitos e obrigações. E quanto a faixa etária dos consumidores atendidos estes apresentam uma média de 47 anos de idade, sendo 50,55% do sexo masculino e 49,45% do sexo feminino no ano de 2014, já no primeiro trimestre de 2015 são 47,44% do sexo masculino e 52,56 do sexo feminino.

## CONCLUSÕES

Em vista os argumentos apresentados, nota-se que o Balcão do Consumidor desenvolve juntamente com o PROCON um trabalho de suma importância para a população Ijuicense, uma vez que todos estes tem possibilidade de tomar conhecimento de seus direitos e encontram amparo quando estes são infringidos e têm a oportunidade de que eles sejam cumprido quando o Balcão usa da mediação, que de certa forma acarreta no desafogamento do judiciário. Pela tamanha demanda nota-se que este projeto possui um bom conceito perante a sociedade, uma vez que se não houvesse resolução nas demandas não haveria procura dos trabalhos realizados.

Palavras Chaves: Consumo; Direitos; Atendimentos; Consumidor.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- JUAN CARLOS VEZZULA, A mediação. O mediador. A justiça e outros conceitos, in: Mediação – métodos de resolução de controvérsias, n.1, coord. Ângela Oliveira. São Paulo, 1999.  
SERGIO CAVALIERI FILHO, Programa de direito do consumidor, Atlas, 2008,p.92;  
CLÁUDIA LIMA MARQUES, Direitos básicos do consumidor na sociedade pós-moderna de serviços: o aparecimento de um sujeito novo e a realização de seus direitos, in RDC 35/79;