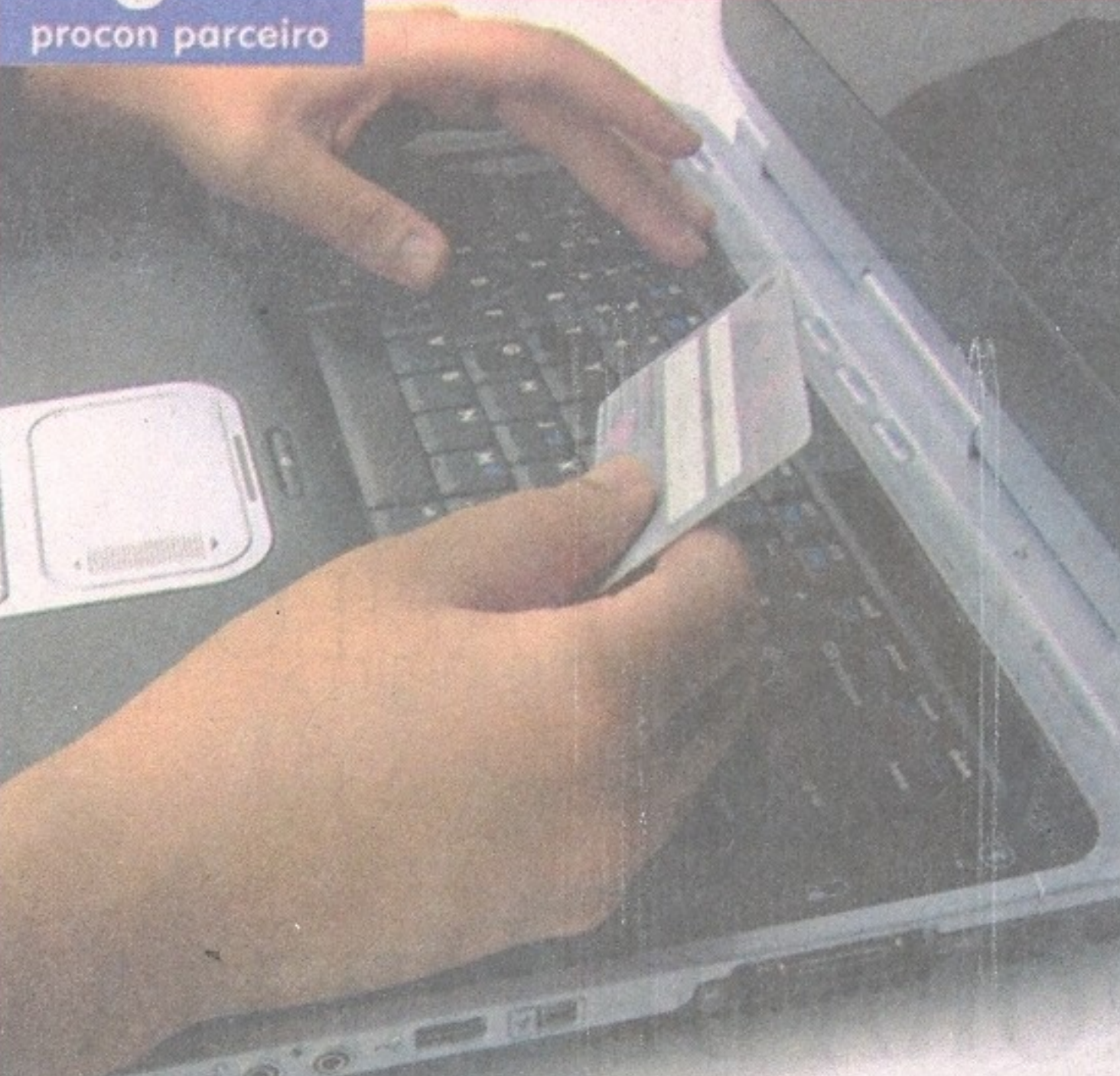




diáriodocomércio

COMÉRCIO
ELETRÔNICO

procon parceiro



A Internet representa, hoje, um dos meios mais utilizados para a produção e troca de informações e para comercialização de produtos e serviços. O Comércio Eletrônico ocupa cada vez mais espaço na vida dos consumidores e dos fornecedores, e a relação que se estabelece nessa modalidade tem características particulares que merecem atenção. Nesta publicação, o PROCON-SP traz informações e dicas que visam contribuir para a prevenção dos principais problemas ligados à comercialização de produtos e serviços em geral e pelo comércio virtual, em particular, quanto aos direitos do consumidor.

HOJE: CARTILHA DE E-COMMERCE DO PROCON.

A cartilha do Procon está nas páginas 21 e 22, frente e verso. Basta seguir a orientação para as dobras para formar a sua. Ela contém informações e dicas que previnem problemas para lojistas virtuais e consumidores.

Negócios com alta tecnologia

"A discussão agora é a integração entre comércio físico e virtual", diz Nelson Kheirallah, vice-presidente da ACSP, diante da nova relação com o consumidor – com tablets, smartphones... Pág. 13



Stuart Ise/NTT

Vendedor cai em desuso para a geração Google

Lojas se armam de Wi-Fi e telas para clientes que vão às compras sabendo o que querem e comparam preços pelo celular. Pág. 23

Novo vazamento. E a Chevron pode ser expulsa.
Página 5

Ano 87 - Nº 23.585

Jornal do empreendedor

diáriodocomércio

Conclusão: 23h40

www.dcomercio.com.br

São Paulo, sábado, domingo e segunda-feira, 17, 18 e 19 de março de 2012

R\$ 1,40



Wilton Junior/AE



Romário: vamos passar vergonha

Cético, deputado critica governo, Fifa, e diz que Brasil não fará a maior Copa de todos os tempos. Pág. 28

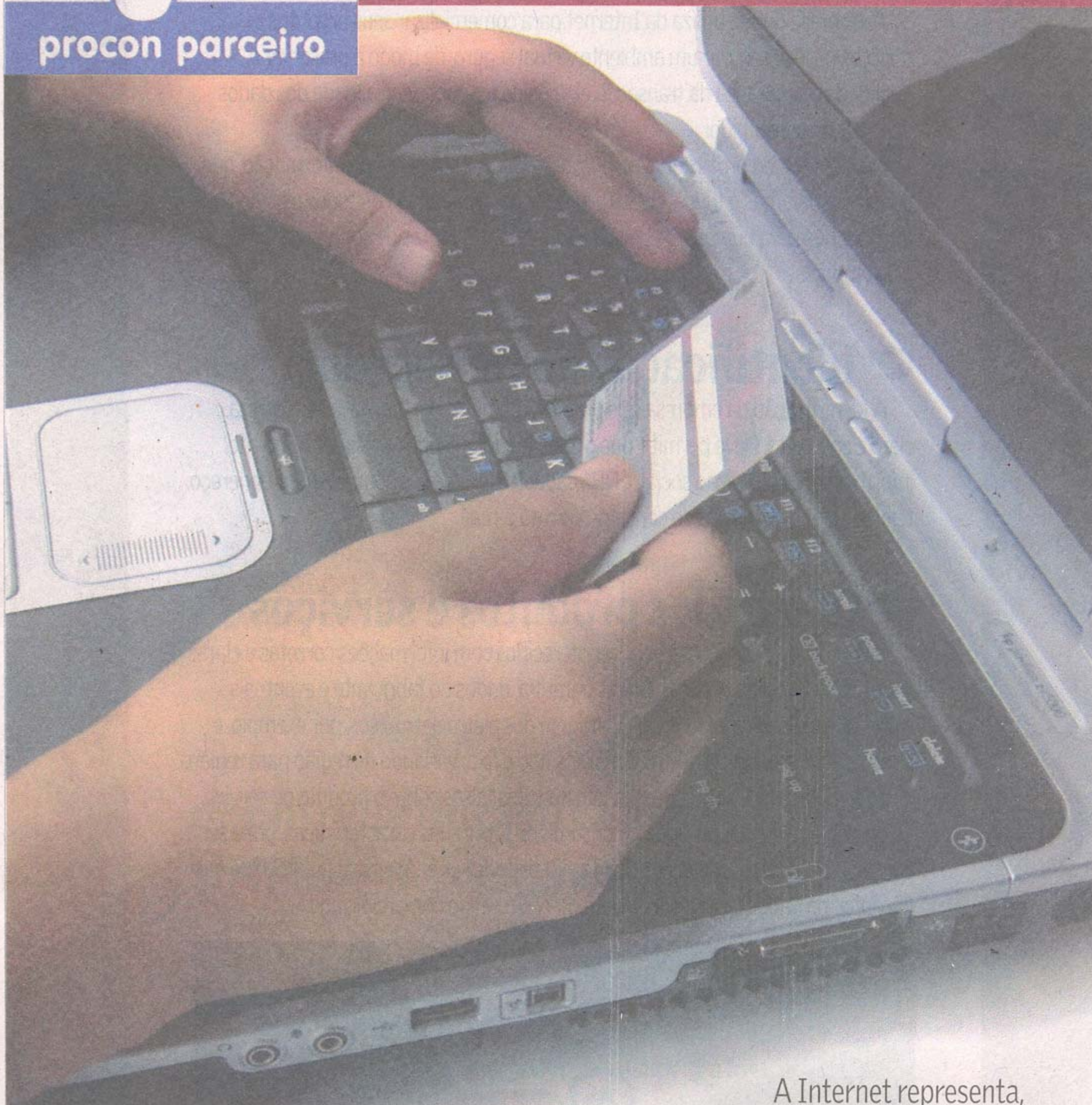


procon parceiro

diário do comércio



COMÉRCIO ELETRÔNICO



A Internet representa, hoje, um dos meios mais utilizados para a produção e troca de informações e para comercialização de produtos e serviços. O Comércio Eletrônico ocupa cada vez mais espaço na vida dos consumidores e dos fornecedores, e a relação que se estabelece nessa modalidade tem características particulares que merecem atenção. Nesta publicação, o PROCON-SP traz informações e dicas que visam contribuir para a prevenção dos principais problemas ligados à comercialização de produtos e serviços em geral e pelo comércio virtual, em particular, quanto aos direitos do consumidor.



Segurança do Site e Política de Privacidade

A empresa que se utiliza da Internet para comercializar seus produtos e serviços deve assegurar um ambiente virtual seguro, de modo a preservar a qualidade e segurança da transação eletrônica e a confidencialidade dos dados pessoais do consumidor.

Há no mercado profissionais especializados em segurança da informação, que podem ajudar, mas o fundamental é investir na capacitação de todos os funcionários para que zelem pelo cumprimento das regras de segurança adotadas pela empresa.

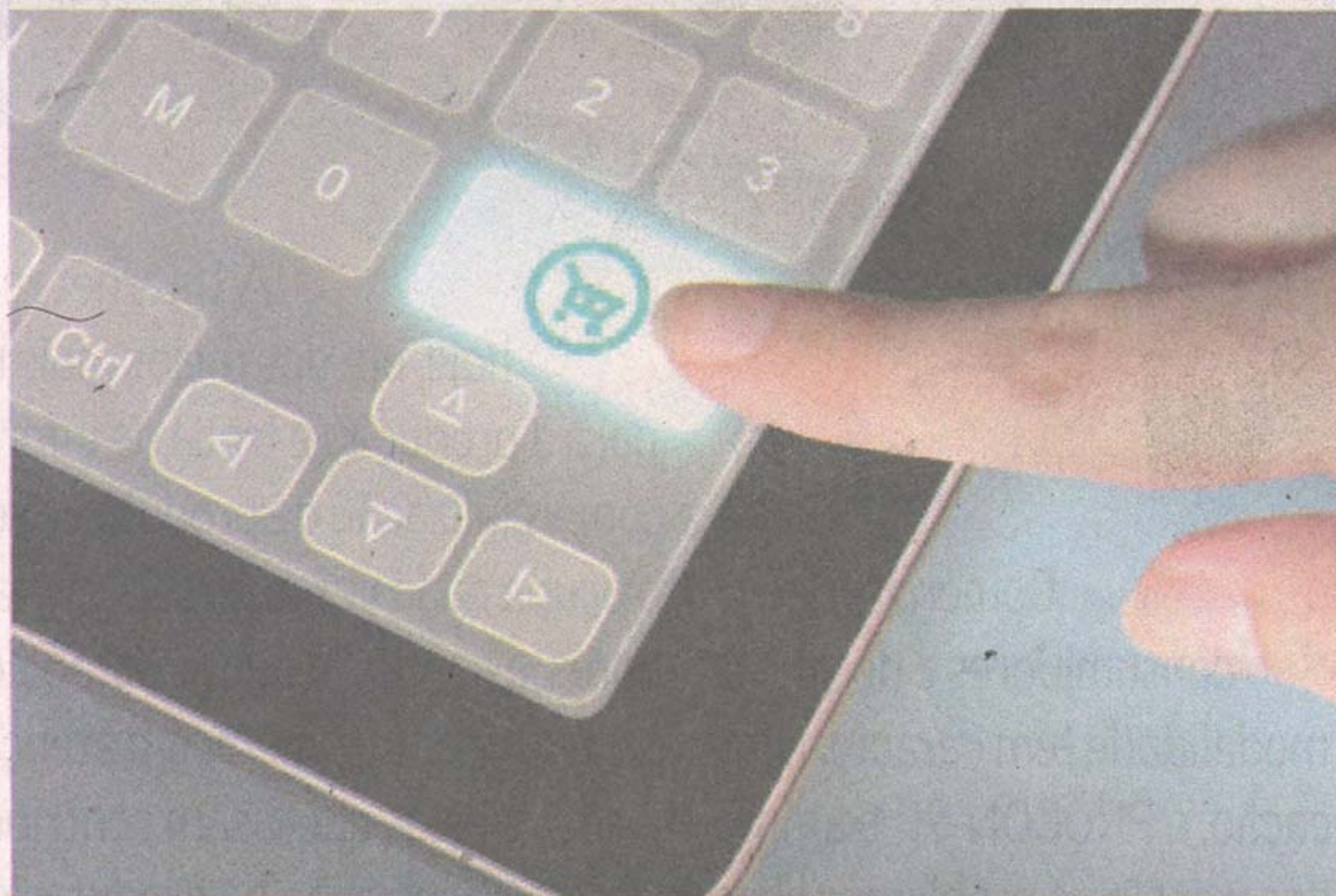
Identificação do fornecedor

A identificação da empresa que pratica o comércio virtual deve ser correta, clara e completa. Deve permitir que o consumidor encontre facilmente, no site, informações como razão social, CNPJ, cadastro em órgãos competentes, endereço, telefone e outras formas de contato, além do e-mail.

Oferta dos produtos e serviços

Os produtos e serviços devem ser oferecidos com informações corretas e claras sobre as suas características, preço, garantia, dados do fabricante e eventuais riscos que possam apresentar. A voltagem dos eletroeletrônicos, por exemplo, é informação essencial, já que no Brasil ela não é fixa, variando de região para região.

Toda publicidade que contenha informações falsas sobre o produto ou serviço, ou que seja capaz de confundir o consumidor sobre suas características, pode ser considerada publicidade enganosa. Também pode ser enganosa a publicidade que não informa dados essenciais do bem que está sendo comercializado.



Atenção

O valor do produto ofertado na página inicial do site do fornecedor deve ser **idêntico ao valor informado** nas páginas seguintes e **quando o produto é deslocado para o "carrinho de compras"**.

Tudo que é ofertado deve ser cumprido. É direito do consumidor exigir que a oferta seja cumprida exatamente como foi anunciada. E quando

isso não for possível, ele poderá optar pela troca do produto ou do serviço anunciado por outro equivalente, ou ainda, quando for o caso, cancelar a compra ou o contrato e exigir a devolução do que pagou, devidamente corrigido.

A escolha será sempre do consumidor que poderá, ainda, ingressar na Justiça pedindo indenização por perdas e danos (materiais e/ou morais) que eventualmente tenha sofrido.

👉 Entrega do contrato nas vendas virtuais ou a distância

Desde 01/09/2011, todas as empresas que atuam no Estado de São Paulo são obrigadas a encaminhar ao consumidor, por escrito, até o décimo quinto dia útil após a efetivação da contratação, os contratos firmados verbalmente por meio de

Call Center, Internet ou outras formas de venda a distância (Lei Estadual 14.516/11).

A entrega de uma via do contrato é dever do fornecedor e um direito fundamental dos consumidores. Não fornecer o contrato é privar o consumidor de um de seus mais preciosos direitos: o direito à informação.

Portanto, é também, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor, uma prática abusiva e, logo, proibida e passível de sanções.

Lembre-se

A relação contratual entre fornecedores e consumidores deve ser sempre baseada na harmonia, equilíbrio e boa-fé.

Entrega do produto ou serviço

O prazo de entrega do produto ou execução do serviço deve ser especificado clara e corretamente, bem como todos os custos envolvidos, como valor do frete (se houver) e taxas sobre produtos importados. Nos casos em que o produto não é entregue diretamente aos consumidores, devendo, por exemplo, ser retirado em determinada agência do correio, mediante pagamento de taxa, o consumidor deve ser informado dessa condição.

Todos os produtos devem ser entregues com a Nota Fiscal, na qual serão discriminados os produtos adquiridos, os valores de frete e impostos.

Atenção

No Estado de São Paulo, o fornecedor é obrigado a dar a opção ao consumidor de escolher data e turno da entrega do produto adquirido (Lei Estadual 13.747/09).

Prazo de reflexão

O consumidor que compra um produto ou contrata um serviço pela Internet tem direito a se arrepender da compra ou da contratação, sem a necessidade de justificativa. O prazo para a desistência é de 07 (sete) dias, contados a partir da contratação ou do recebimento do produto ou serviço.

Se houver desistência da compra nesse prazo, o fornecedor deve cancelar a venda e devolver ao consumidor qualquer quantia eventualmente paga. Também não deve repassar ao consumidor as despesas com a devolução do produto (frete, por exemplo).

Saiba que

O fornecedor não pode exigir que a embalagem não seja violada, como condição para aceitar a devolução. Considerando que a venda virtual não possibilita o contato do consumidor com o produto escolhido, muitas vezes é necessário abrir a embalagem e manusear o produto para saber se ele corresponde às suas expectativas.

Política de Troca

É importante que a empresa disponibilize, em seu site, informações detalhadas sobre sua política de troca, que deve estar adequada às normas do Código de Defesa do Consumidor. Se o consumidor for bem informado sobre a política da empresa e, principalmente sobre seus direitos, a chance de mal entendidos e reclamações tende a diminuir bastante.



Responsabilidade no caso de vício do produto ou serviço

No prazo de garantia legal – 90 dias para produtos ou serviços duráveis e 30 dias para os não duráveis – todos os fornecedores (o fabricante, produtor, importador, distribuidor e o comerciante, dentre outros) são solidariamente responsáveis pelo vício que o produto ou serviço apresentar.

Para o caso de vício que seja visível de imediato, o prazo de garantia começa a valer a partir da entrega do produto ou da conclusão do serviço. Nos casos em que o vício só aparece com a utilização do produto ou serviço, o prazo começa a contar a partir do momento em que o consumidor constata o problema.

É comum encontrarmos nos sites de lojas virtuais instruções para que o consumidor entre em contato diretamente com a assistência técnica ou com o fabricante em caso de problemas com o produto ou serviço. Essa tentativa do comerciante de se esquivar da responsabilidade não é admitida pelo Código de Defesa do Consumidor.

Sites de Compra Coletiva

O mercado de compras coletivas cresce de forma gigantesca, e os fornecedores de produtos e serviços vêm se utilizando dessa nova modalidade para divulgar seus produtos e alavancar suas vendas.

O mecanismo é simples: os sites de compras coletivas reúnem ofertas de estabelecimentos comerciais, tais como restaurantes, lojas de varejo, clínicas de estética, agências de turismo, teatro e outros, anunciando descontos. A ativação da compra é condicionada a um número mínimo de consumidores que aderem à oferta num prazo

verdadeira, o que quer dizer que o consumidor não deve ser levado a acreditar, por exemplo, que um produto ou serviço está sendo vendido com 80% de desconto de seu preço usual, quando, na verdade, o desconto é só de 10%.

O regulamento das promoções deve ser claro e deve conter, no mínimo, as seguintes informações: especificações do produto ou serviço que está sendo ofertado; validade da promoção; se há restrição de dias e horários para a utilização do cupom ou "voucher" e se há necessidade de agendamento (no caso de prestação de serviço) e quais as condições de cancelamento.

Deve, ainda, informar claramente qual é o número mínimo de participantes para validar a oferta e quantas pessoas já aderiram a ela.

O prazo de reflexão e o direito ao arrependimento

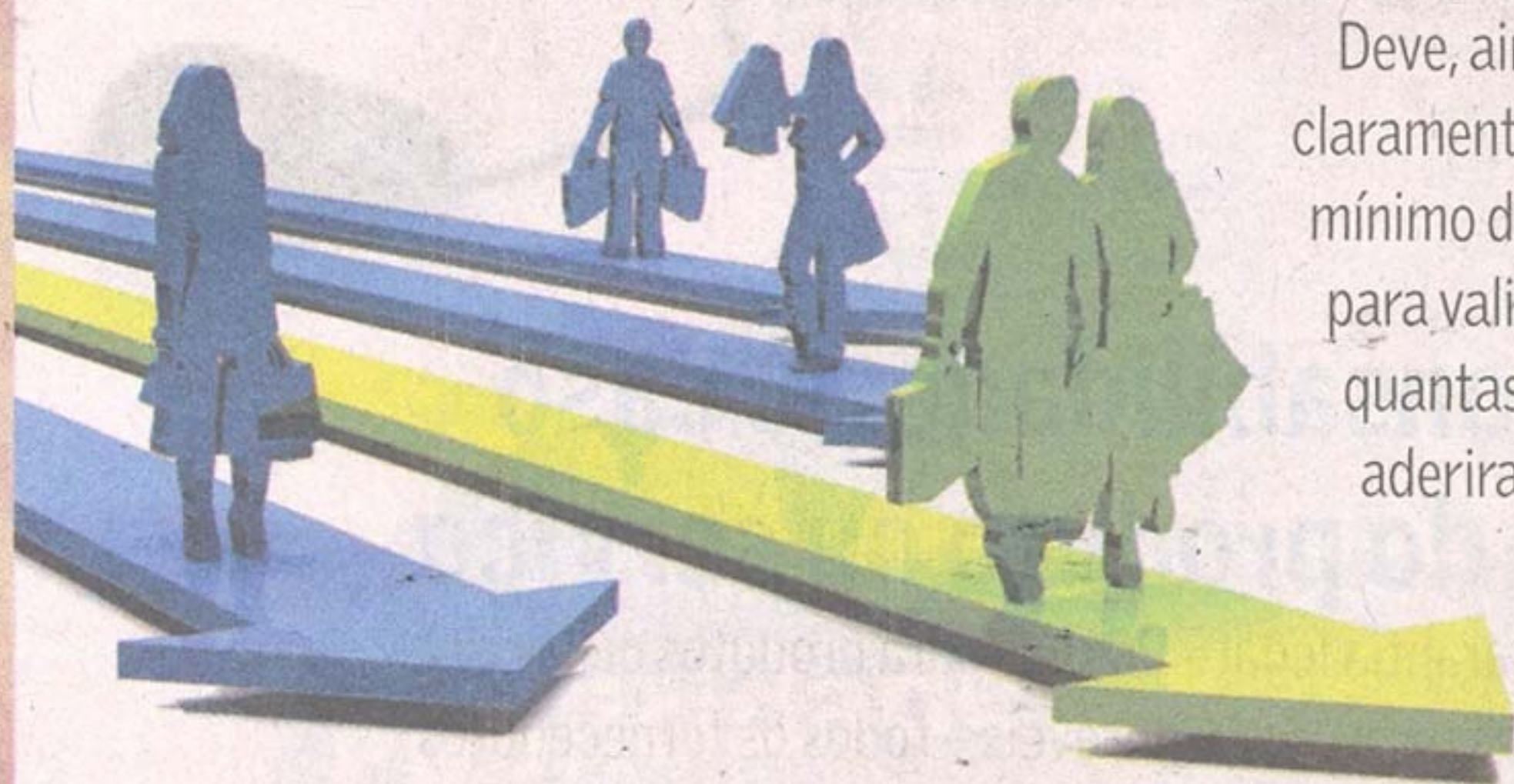
determinado. Se não for atingido o número mínimo de participantes, a oferta será cancelada e o dinheiro devolvido ao consumidor. Se for atingido, efetiva-se a compra e o consumidor recebe um cupom para a retirada do produto ou a utilização do serviço.

Os fornecedores associados aos portais de compras coletivas devem tomar alguns cuidados para não desrespeitar os direitos do consumidor:

Qualquer promoção deve ser

também se aplicam às compras coletivas.

Sempre que o fornecedor não cumprir a oferta (não entregar o produto, não realizar o serviço ou entregar algo diferente do que foi pedido) e o consumidor tiver pago sua compra através do cartão de crédito ou de sites de intermediação de pagamento, ele poderá solicitar diretamente a estes o cancelamento da compra e o estorno do valor pago, caso não consiga ter acesso ao fornecedor.



Lembre-se

A utilização do cupom de desconto **não autoriza tratamento diferenciado** do consumidor em relação aos outros clientes.

Para as promoções realizadas por restaurantes ou lanchonetes, em sites de compra coletiva, o pagamento da taxa de serviço dos restaurantes (ou "gorjeta") **continua sendo opcional. O consumidor decide se quer pagar ou não.**

Saiba que

Os sites de compra coletiva também têm responsabilidade pelos produtos e serviços que anunciam.

ATENÇÃO

A não observância das regras acima constitui violação à legislação e sujeita os infratores a processo administrativo sancionatório, podendo culminar na aplicação de sanções descritas no Código de Defesa do Consumidor, como a multa.

Visite o site e o blog do Procon São Paulo e encontre estas e outras informações especialmente dedicadas à orientação de fornecedores

www.procon.sp.gov.br

<http://educaproconsp.blogspot.com/>

