



► **Redes sociais**
Opções de orientação
nas novas mídias

Revista Procon

A revista da Fundação Procon-SP

• nº 22

1976

*O princípio:
8 reclamações mensais, em média*

PRO CON SP
FICHA DE ATENDIMENTO

2011

**A Fundação Procon-SP ultrapassa os 8.000.000
de consumidores atendidos em 35 anos**



► **Entrevista**

Conheça o primeiro
Diretor do Procon-SP

► **Artigo**

As agências reguladoras
e a defesa do consumidor

► **Pesquisa**

Os consumidores
sabem o que é recall?

Sumário

1 - EDITORIAL

2 - ARTIGO

As agências reguladoras e a defesa do consumidor

4 - ENTREVISTA

Pérsio de Carvalho Junqueira

8 - SUPERENDIVIDAMENTO

Colocando as dívidas em dia

10 - LADO A LADO

Parceria para reduzir irregularidades

12 - ENERGIA ELÉTRICA

Demanda ação conjunta

14 - REDES SOCIAIS

O consumidor orientado na web

16 - CAPA

35 anos em defesa do consumidor

19 - PESQUISA

Os consumidores sabem o que é recall?

20 - RACISMO

Procon-SP fiscalizará discriminação racial nas relações de consumo

22 - PROJETO DE LEI

Cerco contra a fumaça

24 - INTERNET

O campeão de problemas

26 - FORMATURA

Evite dor de cabeça

28 - TV POR ASSINATURA

Ponto extra: pode cobrar?

30 - DIRETO AO CONSUMIDOR

32 - DIRETO AO PONTO

Limpando as gavetas

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

Governador

Geraldo Alckmin

SECRETARIA DA JUSTIÇA E DA DEFESA DA CIDADANIA

Secretária

Eloisa de Sousa Arruda

FUNDAÇÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – PROCON-SP

Conselho Curador

Ana Leonor Sala Alonso, Daniela Batalha Trettel, Dinis Nunes da Silva, Eugênia Cristina Cleto Marolla, Fernando Batolla, Flávio Antas Corrêa, Francisco José Couceiro de Oliveira, João Vicente Silva Cayres, Jorge Hidalgo, José Carlos Rached, José Constantino de Bastos Júnior, Lisa Gunn, Mônica Aparecida Fernandes Grau, Luis Henrique Perez, Márcio Yukio Santana Kaziura, Rafael Marcos Braga, Roberto Grassi Neto, Silmara Juny de Abreu Chinellato

Diretor-executivo

Paulo Arthur Lencioni Góes

Chefe de gabinete

Carlos Augusto Coscarelli

Editora-chefe

Carina Rabelo

Redação

Gabriela Amatuzzi, Ricardo Camilo e Rosi Palma

Colaboraram nesta edição

Bernadete Aquino, Marta Barros e Camila Rodrigues

Direção de arte e diagramação

Glauber Ribeiro

Capa

Carlos Damiano

CTP, impressão e acabamento

Agns

Contato

Rua Barra Funda, 930, sala 412 - Barra Funda
CEP: 01152-000 - São Paulo - SP
imprensaprocon@procon.sp.gov.br

1º semestre de 2011

Distribuição gratuita

O Procon do futuro

Caros leitores, neste ano o **Procon-SP** comemora trinta e cinco anos, trajetória iniciada em 6 de junho de 1976, com a criação do Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor.

Talvez nem mesmo os precursores desta história – visionários sem dúvida alguma – vislumbassem naquele momento, quando da formação do grupo incumbido de estudar as relações de consumo, a dimensão que tomaria seu trabalho. A defesa do consumidor elevada à condição de direito e garantia fundamental pela Constituição de 1988; a edição de uma lei moderna e inovadora disciplinando as relações entre consumidores e fornecedores, nosso Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90); o **Procon-SP** como um dos protagonistas de todo esse processo, consolidando-se como uma verdadeira marca, sinônimo de respeito e credibilidade, conquistando a confiança não apenas dos consumidores, mas também de fornecedores e instituições públicas e privadas.

Por tudo isso, os 35 anos de existência do **Procon-SP**, merecem ser celebrados.

O dia 6 de maio foi, assim, comemorado com o lançamento do Banco de Dados de *Recall*, que reúne o histórico de todas as campanhas de chamamento realizadas desde 2002 envolvendo produtos e serviços.

Porém, mais do que merecida, a celebração é também necessária, pois ao mesmo tempo que nos leva a revisitar fatos importantes dessa história, provoca-nos a refletir quanto ao futuro da proteção do consumidor e da própria instituição.

O mundo mudou; o consumidor mudou. Mudaram seus hábitos; suas necessidades. Questões outrora menos faladas, como consumo sustentável, ou até mesmo desconhecidas como comércio eletrônico e proteção de dados, crédito e superendividamento, tornaram-se preocupações recorrentes e é inexorável que, assim como elas, novas demandas surjam numa velocidade cada vez maior.

O **Procon-SP** deve estar atento a essas transformações, antevê-las, acompanhá-las e dar as respostas que a sociedade necessita.

É fundamental, portanto, estar permanentemente conectado e em sintonia com o público facilitando cada vez mais seu acesso aos serviços prestados pelo órgão, lançando mão de novas ferramentas tecnológicas que nos possibilitem melhorar nossa comunicação com o cidadão, educá-lo e informá-lo.

Também é importante o diálogo franco com os diversos setores do mercado, de modo a construir soluções adequadas para os problemas já existentes e prevenir novos conflitos. Neste caso, cabe ao **Procon-SP** não só ampliar seus canais como também e criar foros onde possam ser feitas essas discussões.

E como não poderia deixar de ser é indispensável o fortalecimento da rede de proteção ao consumidor, buscando-se novas parcerias para fazer frente aos desafios que se impõem, sobretudo nos setores sujeitos a regulação.

Por fim, conhecimento e inovação são a chave do planejamento estratégico da organização e devem fazer parte do “DNA” do **Procon-SP**.

Neste ponto, o futuro exigirá qualificação e capacidade de criação cada vez maior de seus profissionais. Essas qualidades por certo continuarão a fazer toda diferença.

Desejo a todos uma boa leitura.

Paulo Arthur Lencione Góes
Diretor-executivo

As Agências Reguladoras e a Defesa do Consumidor

Uma breve análise do ranking das reclamações fundamentadas da Fundação Procon-SP, dos últimos quatro anos, verificamos a presença reiterada, nas primeiras posições, de empresas prestadoras de serviços públicos regulados, que se somadas são responsáveis pela maioria das demandas do órgão.

Já em 2007, serviços essenciais como telefonia e energia foram os que tiveram o maior número de reclamações; em 2008 registrou-se que o maior número de reclamações neste segmento foi liderado por Telefônica, Embratel e Eletropaulo; no ranking de 2009, destacou-se o fato de que as empresas de telefonia (fixa e móvel) e de energia elétrica (novamente Telefônica e Eletropaulo), terem somadas 49% do total de reclamações fundamentadas; e em 2010 o problema se agravou, pois além da Telefônica continuar sendo a líder do ranking geral, o número de reclamações não atendidas pela Eletropaulo saltou, proporcionalmente, de 52% para 71%¹, embora o número total de reclamações da empresa tenha diminuído em relação ao ano anterior.

Tal constatação leva-nos a seguinte reflexão.

Como empresas que são reguladas pelo Poder Público e que atuam praticamente sozinhas neste mercado, não conseguem dar solução para problemas que elas mesmas causam aos seus consumidores, obrigando-os a procurar ajuda não só nos órgão de defesa do consumidor, mas em defensorias públicas, ministérios públicos, associações civis e nos juizados especiais cíveis?

A resposta pode estar na eficiência do processo de regulação das Agências responsáveis por estes setores, no caso a Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL e a Agência Nacional de Energia Elétrica – ANEEL, posto que muitas das reclamações registradas nos canais de atendimento

do Procon-SP decorrem, por vezes, pelo descumprimento das concessionárias dos regulamentos existentes ou ainda pela falta destes, adequados ou aptos a atender as atuais necessidades do mercado de consumo.

Para exemplificar tal reflexão podemos citar a recente proposta de revisão e aprimoramento do Regulamento do Serviço Telefônico Fixo Comutado – STFC colocado em Consulta Pública² pela Anatel, sem apresentar propostas para minimizar um dos maiores problemas do segmento que é venda combinada de diversos serviços.

As reclamações dos consumidores demonstram que a prática do mercado está totalmente dissociada do atual regulamento do STFC; a oferta conjunta de serviços, os chamados “combos” (TV, internet e telefone), sem mecanismos para solução dos reiterados problemas e a ausência de regulamentos convergentes contribui com o crescimento vertiginoso das reclamações, sendo que atualmente a regulamentação trata os vários serviços de forma segmentada.

O mercado de consumo indica a necessidade de se regular de maneira adequada à oferta e a contratação conjunta de serviços, mas até o presente momento a Anatel não o fez.

A Aneel, por sua vez, ao publicar a Resolução Normativa 414/2010, que estabelece condições gerais de fornecimento de energia elétrica, fez constar do regulamento a previsão da modalidade de pré-pagamento de energia elétrica (art. 52, § 2.º, III). Esta modalidade não fez parte das minutas propostas nas consultas públicas de 2008 e 2009, sendo que em 2010, a agência apenas apresentou a redação já aprovada pela diretoria colegiada do órgão, frustrando a participação da sociedade e órgãos de defesa do consumidor nesse importantíssimo processo regulatório. A proposta havia sido duramente refutada pela sociedade, com a informação divulgada em 2010. Em mais duas oportunidades a ANEEL buscou instituir a energia

pré-paga, por ocasião da regulamentação da tarifa social (Audiência Pública 32/2010) e medição inteligente (Audiência Pública 43/2010), sendo que em ambas rechaçou-se a instituição desse sistema, por entendê-lo discriminatório, vez que não facultaria ao consumidor a opção por tal modalidade.

Ainda em relação a Aneel, cabe-nos lamentar a postura adotada pela Agência quanto a falta de neutralidade da parcela A, reconhecendo o erro, elaborou um termo aditivo aos contratos de concessão garantindo a neutralidade da Parcela A, mas entendeu que não havia direito dos consumidores à devolução dos valores cobrados a maior, em decorrência da utilização de metodologia que potencializava os ganhos das concessionárias, indevidamente, transferindo o questão para o Poder Judiciário, através das várias ações civis públicas, distribuídas pelo País.

Não poderia deixar de mencionar a Agência Nacional de Saúde Suplementar – ANS, que não vem obtendo êxito em assegurar aos consumidores desse tipo de serviço padrões adequados de qualidade, uma vez que enfrentam dificuldades quanto a negativa para marcação de exames, consultas e cirurgias; demora no agendamento; disponibilidade de médicos, clínicas, hospitais ou laboratórios distantes da residência do consumidor; descrédito de médicos e instituições de saúde sem que o paciente seja previamente informado, sem contar os consumidores de planos de saúde coletivos que ficam excluídos da regulação.

As várias legislações que afetam as Agências Reguladoras³ trazem disposições prevendo que os regulamentos deverão observar os dispositivos do Código de Defesa do Consumidor, entretanto, presenciemos nos últimos anos desrespeito declarado ao consumidor e o descumprimento contumaz da Lei 8078/90, sendo certo que “a regulação existe com o objetivo primordial de fazer o mercado funcionar de forma eficiente e justa, corrigindo externalidades e minimizando falhas. Portanto, ela deve atuar onde isso estiver ocorrendo. No caso

*dos serviços públicos deve também buscar medidas justas de rentabilidade versus modicidade... deve ater-se a esses objetivos com uma visão de longo prazo e a despeito das pressões dos diversos atores... atento aos interesses gerais e a ordem jurídica”.*⁴

Os discursos dos atuais dirigentes das Agências destacam a importância de se observar as normas de defesa dos consumidores, o que nos leva a crer que estamos iniciando um novo momento regulatório.

Esperamos demonstrações práticas e claras desse novo momento que poderia ser traduzido por meio da viabilidade da participação efetiva dos consumidores no processo regulatório, sendo assegurada a simetria das informações e tradução da linguagem dos termos apresentados para o debate, bem como a formação de agendas regulatórias com temas pré definidos para cada setor.

1. <http://www.procon.sp.gov.br/reclamacoes.asp>

2. Consulta Pública Anatel nº 50/2010

3. ANATEL - Art. 16 e 19 do Decreto 2338/97; ANEEL – Art. 4º do Decreto 2335/97; ANS – art. 4º Lei 9961/2000.

4. Série Pensando o Direito – nº 21/2010 – pg. 17



Andrea da Silva Souza Sanchez
Diretora de Programas Especiais
Fundação Procon-SP

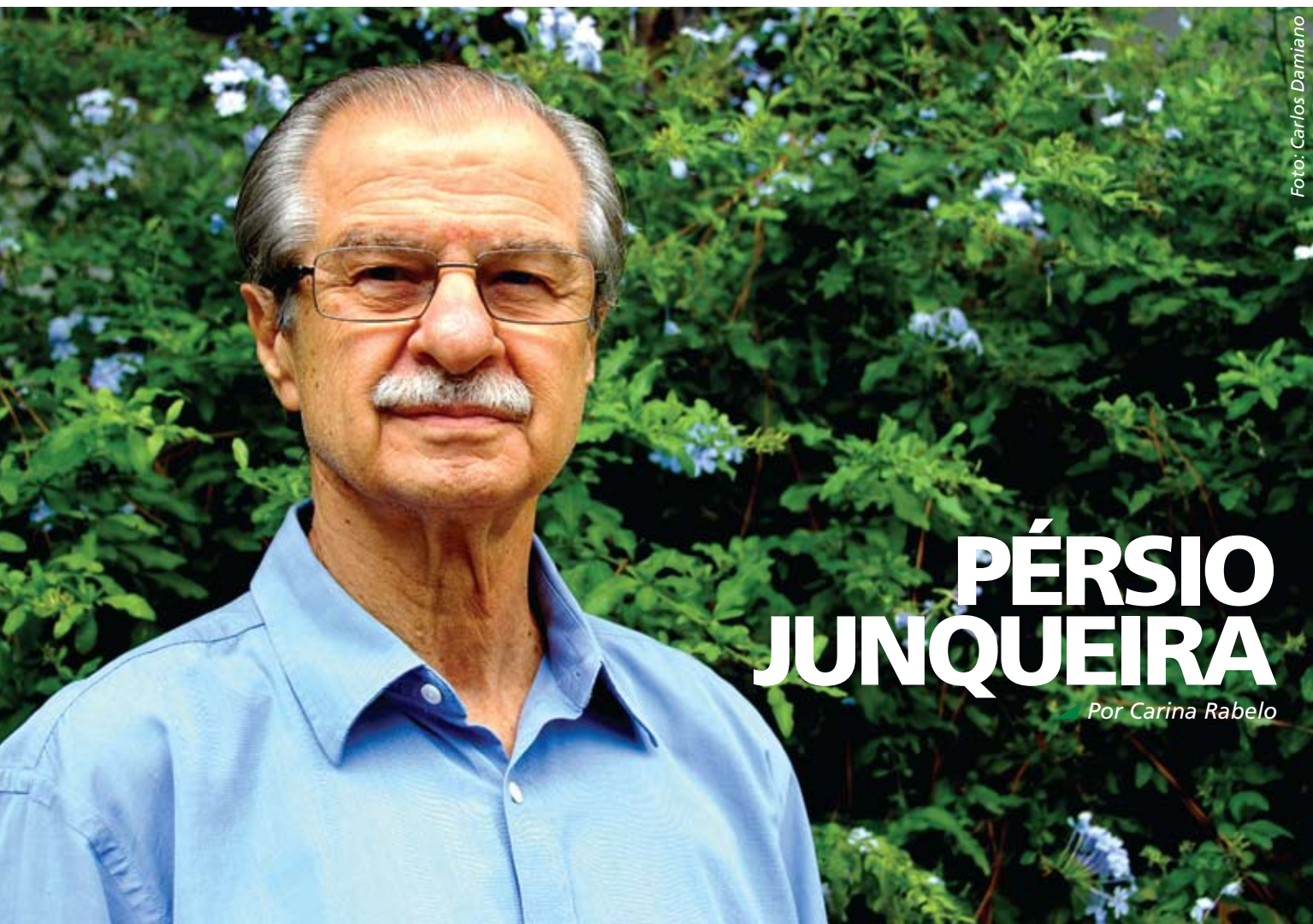


Foto: Carlos Damiano

PÊRSIO JUNQUEIRA

Por Carina Rabelo

Primeiro dirigente do Procon-SP, Pêrsio Junqueira, 77 anos, revela os bastidores da formação do Sistema Estadual de Defesa Consumidor e as dificuldades que enfrentou para conter os frequentes abusos que ocorriam no mercado de consumo nos anos 1970.

CARINA RABELO – Como surgiu a idéia da criação de um Sistema Estadual de Defesa do Consumidor?

PÊRSIO JUNQUEIRA – Logo que saí da Escola de Agronomia em Piracicaba, fui para o Instituto de Economia Agrícola, onde me dediquei aos problemas do consumidor nas áreas de abastecimento e comercialização agrícola. Em 1974, o Paulo Egídio criou um grupo de trabalho para fazer o plano de Governo. Fui convidado para traçar um diagnóstico do abastecimento metropolitano. Publiquei o trabalho “O Paradoxo do

Abastecimento”, que provava que os moradores da periferia pagavam mais caro pelos alimentos do que os de maior renda, que viviam no Centro. Entre as sugestões para o plano de Governo, propus a criação de um órgão de Defesa do Consumidor.

CR – Até então, o Brasil não dispunha de legislação específica de proteção aos direitos do consumidor. Quais seriam os modelos de atuação deste órgão?

PJ – Os órgãos internacionais de Defesa do Consumidor. Visitei durante três meses diversos países para elaborar um relatório sobre como estas instituições trabalhavam. Fui para a Europa, Estados Unidos e México. Fiquei impressionado com os procedimentos adotados. Em Nova York, conheci o Consumer Reports, um órgão que realizava testes de produtos e publicava os resul-

“Tenho muito orgulho em ter feito parte desta história”

tados em uma revista. Visitei uma ONG que defendia os direitos do consumidor eleitor. A organização levantava quanto o Deputado recebeu em dinheiro, como votou, quanto tempo compareceu na Câmara. Na Europa, acompanhei diversos tipos de análise de produtos. Sugeriu que o Governo de São Paulo implantasse algo semelhante. A proposta foi aceita e fiquei responsável pela coordenação do órgão, criado onze meses depois por Decreto Estadual.

CR – Nestes anos, quais eram as principais demandas dos consumidores?

PJ – O Estadão tinha a sessão ‘São Paulo Pergunta’, onde os consumidores reclamavam e questionavam os seus direitos. Fui à redação do jornal acompanhado de uma socióloga e uma economista para realizar uma amostra das cartas enviadas pelos leitores. Queríamos entender que tipo de queixas o consumidor fazia. Foi o nosso primeiro levantamento das principais áreas reclamadas. Havia muitos problemas na área da alimentação, produtos perecíveis, engano de peso e taxas abusivas nas vendas em caderneta. Havia muitas queixas sobre geladeiras. Os fabricantes achavam que quem tinha que garantir a qualidade do produto era o vendedor. Um dia, nós recebemos uma queixa de uma moça que tinha comprado um vestido de noiva a uma taxa de 12% ao mês. No final, iria pagar um valor absurdo. Negociamos a dívida com o vendedor. A notícia foi divulgada na primeira página do jornal.

CR – Qual era a estrutura do Sistema Estadual de Defesa do Consumidor?

PJ – Havia uma predominância de mulheres no quadro de funcionários. Eram técnicas, advogadas, economistas, fonoaudiólogas, sociólogas. Nós elaborávamos as queixas e dávamos sequência aos procedimentos. Tudo era feito a mão, dava um trabalho danado. A primeira sede do órgão funcionava na Rua Bahia, em Higienópolis, que já era um bairro de classe média alta. O pessoal de renda mais baixa entrava desconfiado no órgão. Ficamos lá por vários anos até que toda a estrutura fosse montada. Trouxe para a equipe economistas especialistas em juros e prestações. Dividimos os pro-

gramas em 10 áreas, entre elas, alimentação, economia das taxas de juros e relacionamento entre produtor e vendedor. O nosso maior desafio era criar um órgão sério com credibilidade. Se falhássemos, o Procon não iria para frente. Não podíamos divulgar nomes nem colocar ninguém na parede.

CR – Por que era tão importante preservar os nomes?

PJ – Sofríamos muita pressão dos comerciantes. Até então, não havia ninguém que os peitasse, que mostrasse que eles estavam fazendo a coisa errada. Armaram contra o Procon com montagens fotográficas e ameaçaram a minha família. Eu sofria horrores com esse negócio. Mas eu aguentava porque sabia que o órgão iria crescer. O início foi muito difícil, mas nós contávamos com o apoio da imprensa. No dia que o Procon foi lançado, o publicitário Enio Mainardi publicou na primeira página do Jornal da Tarde uma salsicha podre com a frase: ‘Finalmente, temos um órgão que vai nos proteger desses absurdos’. Hoje, o Procon é tão respeitado que consegue aplicar multas tremendas. Na minha época, jamais imaginei que poderíamos um dia multar alguém por alguma coisa. Resolvíamos os problemas na base da negociação. No primeiro ano do Sistema Estadual, foram 600 acordos. No segundo, este número subiu para 1.300. No terceiro, chegamos a três mil.

CR – Quais foram as primeiras medidas de proteção ao consumidor adotadas pelo órgão?

PJ – Sugeriu ao Deputado Hebert Levy a criação de uma Lei que determinasse na loja a exposição do preço do produto à vista e o preço da venda a prazo, para que o consumidor pudesse comparar. Ele fez uma força danada e conseguiu passar essa Lei, que carrega o seu nome. Hoje, toda loja é obrigada a pôr o nome do produto, o valor à vista e as prestações. Na época, o Brasil sofria com altas taxas de juros. Marcamos uma audiência com o Ministro da Fazenda para discutir a situação. Saiu na primeira página do Estadão e da Folha. A atuação permanente do Procon aumentava a credibilidade do órgão. Os funcionários se especializaram. Lembro de uma tecnóloga de alimentos que conheci em um semi-



“ Nós elaborávamos as queixas e dávamos sequência aos procedimentos. Tudo era feito a mão, dava um trabalho danado ”

nário na Associação Comercial sobre proteção ao consumidor. Ela sentou ao meu lado e disse que o seu sonho era trabalhar no Procon.

CR – Quais argumentos o Procon utilizava para convencer os comerciantes dos direitos do consumidor?

PJ – Quando os comerciantes ou fornecedores sabiam que um órgão já estava apreciando a causa, eles tinham medo e resolviam. Trocavam produtos, ofereciam descontos, baixavam os preços. Tinham medo da repercussão. Hoje, vemos os resultados. Há poucos meses, em Curitiba, uma agência bancária cometeu um erro contra um consumidor e recebeu uma multa tão alta do Procon que a unidade quase foi fechada. Isso é fantástico.

CR – Que tipo de desafios o Procon encontrou para crescer?

PJ – O Sistema Estadual de Defesa do Consumidor foi criado por Decreto pelo Governador Paulo Egídio. Em 1979, o Paulo Maluf assumiria o mandato. Como ex-presidente da Associação Comercial de São Paulo, temíamos que ele revogasse o Decreto. Para evitar a extinção do órgão, iniciei um grande trabalho na Assembléia Legislativa para que o Sistema Estadual de Proteção ao Consumidor virasse Lei. Contei com o apoio extraordinário do Almir Pazzianotto, Deputado Estadual que batalhou pela aprovação. O órgão teve o nome alterado

para ‘Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor’. Para difundir a idéia pelo Brasil, nós viajavamos até três vezes por semana para compartilhar o nosso trabalho. As pessoas dos outros estados estavam interessadas, queriam saber como funcionava. Hoje, todos os órgãos de defesa do consumidor no Brasil carregam o nome Procon. Em 1987, o Quércio deu um grande apoio e criou a Secretaria Estadual de Defesa do Consumidor, que reunia PROCON e Ipem e contava com orçamento próprio.

CR – Nos dias de hoje, como o Procon deve agir para amenizar a vulnerabilidade do consumidor, imerso em um gigantesco mercado de massa?

PJ – Hoje, com celular e rápido desenvolvimento da internet, o Procon precisa se preparar para enfrentar estes novos desafios. Outro dia, entrei em um site e comprei um tênis bacana. Efetuei a compra por um provedor seguro. Nunca recebi o produto. Os casos de fraudes são muito frequentes, assim como as clonagens de cartão de crédito e as cobranças indevidas. Nas duas últimas décadas, a economia e o consumo cresceram. Na década de 70, as classes C e D eram o objetivo primordial do Procon em casos de abastecimento. Hoje, estas mesmas classes compram passagens aéreas e viajam ao exterior. O consumidor tem sofrido novos tipos de pressão e dificuldades. O Procon deve estar atento a estas demandas e evoluir junto com a sociedade. ■

Histórias Unidas

▲ Por Ricardo Camilo



Respeito ao consumidor como cidadão de direitos, é com este princípio que os técnicos do Procon de São Caetano do Sul procuram solucionar os problemas nas relações de consumo trazidos pela população. Com 152.093 habitantes e localizada no Grande ABCD, São Caetano do Sul iniciou sua parceria com o Procon-SP graças à Lei 3321 de 1993, o atendimento ao público foi iniciado dois anos depois.

A história do órgão é interligada a de seu diretor, Alexandro Guirão: "Eu participei da criação do Procon no município. Estive, juntamente com o Vagner Otávio Barbato, em todos os cursos que foram ministrados em 1994. Eu era técnico de atendimento e fiscal, e o Vagner coordenava o Procon (função que ocupou por 14 anos)", relembra.

Com 17 anos de experiência na defesa aos direitos do consumidor, Alexandro conta o que mudou desde seu ingresso no Procon, até os dias de hoje: "Naquela época, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) tinha pouco mais de três anos de

vigência e ainda era muito contestado e combatido pelos fornecedores, havia mais problemas com produtos e alimentos, e o crédito era menos acessível. Atualmente, os problemas migraram de produtos para serviços, e alguns setores se tornaram mais complexos em sua essência: saúde suplementar, telefonia e o setor financeiro, por exemplo. A própria cultura do fornecedor também mudou, sob o argumento da responsabilidade social, mas ainda existem empresas que não ouvem os seus clientes", comenta Alexandro.

DE OLHO NO FUTURO E NA EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO

Para ampliar e melhorar o atendimento da população, o Procon de São Caetano deverá lançar o seu site até o final do primeiro semestre

deste ano. Atendimento das reclamações sobre comércio eletrônico e orientações sobre os direitos do consumidor, são exemplos de serviços que estarão disponíveis ao cidadão sulaetanense. "Esperamos com isso atender as pessoas que não têm tempo de vir até o órgão ou mesmo otimizar o atendimento daquele que buscou uma informação prévia no site", diz Alexanfre Guirão".

Além do atendimento ao consumidor, o Procon de São Caetano promove, em parceria com a Associação Comercial, um ciclo de palestras de orientações aos fornecedores. No dia 15 de março, Dia Internacional dos Direitos do Consumidor, técnicos do órgão percorreram comércio de várias regiões da cidade com o objetivo de promover a educação para o consumo. ■

Canais de Atendimento do Procon São Caetano do Sul

Atendimento pessoal - de 2ª a 6ª feira, das 8h às 18h (distribuição de senhas até as 16h), Sábados, das 8h às 12h (distribuição de senhas até as 10:30h)
Endereço: Rua Major Carlo Del Prete, 651 - Centro - São Caetano do Sul/SP
Telefones: 4227-7755 e 151
e-mail: diretor.procon@saocaetanodosul.sp.gov.br

COLOCANDO AS DÍVIDAS EM DIA

▲ Por Gabriela Amatuzzi



Foto: SXC

"A perfeição é ter essa conciliação, em que se pode conversar, verificar quais as possibilidades que o devedor tem para pagar seu débito". Essa é a opinião de uma representante de fornecedor do setor varejista que compareceu à audiência de conciliação do Projeto-Piloto de Tratamento do Superendividamento, realizada no dia 14 de fevereiro, no Posto Avançado de Conciliação Extraprocessual mantido pelo SIMPI (Sindicato das Micro e Pequenas Empresas do Estado de São Paulo). A audiência foi uma das mais de 100 audiências realizadas até agora. E melhor, está entre aquelas em que houve acordo para quitação da dívida.

Com o início das atividades em 13 de dezembro do ano passado, o projeto de iniciativa da Fundação Procon-SP em parceria com o Tribunal de Justiça de São Paulo tem como objetivo auxiliar os consumidores a renegociarem suas dívidas com os seus credores e a retomarem sua vida

financeira sem pendências. Na primeira semana, que totalizou aproximadamente 40 audiências realizadas no posto mantido pelo SIMPI, o índice de acordos alcançado foi de quase 72%. A segunda semana, que aconteceu no Posto Avançado de Conciliação Extraprocessual mantido pela Associação Comercial de São Paulo, totalizou 87 audiências com mais de 65% de acordos.

O projeto, em caráter piloto e com capacidade para atender 300 cidadãos, está em andamento e os consumidores participantes já foram selecionados.

A história de Márcia de Paula, professora da rede pública de ensino, parecida com a de tantas outras pessoas, serve de alerta: emprestou o seu nome para uma terceira pessoa obter empréstimo e acabou tendo de arcar com os pagamentos. Quando ficou doente, conseguiu pagar apenas alguns credores. "Estou desde o

ano passado correndo atrás. O projeto é maravilhoso. Às vezes quando ficamos devendo nos tratam mal. Nesse projeto não", opina Márcia. No dia 14 de fevereiro Márcia saiu satisfeita: conseguiu fazer o acordo com o último fornecedor que devia.

O diferencial dessa ação está na forma de abordar o tema. "Desde o início do projeto já se tinha a ideia de trabalhar com uma abordagem mais ampla, não enfatizando apenas a questão da dívida, mas também de outros aspectos, como o emocional, por exemplo. O projeto visa o tratamento global do superendividamento, além da renegociação da dívida, há uma preocupação com o esclarecimento sobre os aspectos emocionais relacionados com a dívida e a educação para o consumo consciente", explica a coordenadora do Projeto-Piloto, Vera Lúcia Remedi Pereira.



Foto: Glauber Ribeiro

Consumidores participam de palestras psicoeducacionais



Triagem realizada pelos técnicos do Procon-SP

A preocupação é de analisar e entender a origem do problema, saber por que se chegou a tal condição. Além de fazer a mediação para que o devedor quite seus débitos e retome o controle de seu orçamento, a finalidade é evitar novamente a situação de superendividamento. Por isso uma das fases da iniciativa, que prepara os consumidores para as audiências coletivas, envolve uma palestra psicoeducacional. Ministrada pela psicóloga do Hospital das Clínicas, Tatiana Filomensky, a palestra é uma etapa do trabalho em que os consumidores são convidados a refletir.

Os participantes também são orientados a verificar suas possibilidades de pagamento, como e quanto podem pagar mensalmente a cada credor, e a trazerem todos os documentos que demonstrem como se originou e qual o valor inicial da dívida. Um dos pré-requisitos para a participação é ter capacidade econômica de renegociar ao menos uma de suas dívidas. É preciso também ter condições de participar de todas as etapas do

procedimento: passar pela triagem e entrevista, realizadas por técnicos do Procon-SP, treinados especialmente para atuar no projeto; assistir às palestras preparatórias e comparecer à audiência de conciliação coletiva nos Postos Avançados de Conciliação Pré-processual, última etapa do projeto.

As audiências coletivas são coordenadas e supervisionadas pelo Tribunal de Justiça de São Paulo. Todos os fornecedores com o qual o consumidor possui dívidas recebem carta-convite para participar da audiência. Na ocasião da audiência, havendo acordo, o juiz homologa o acordo obtido nas sessões de conciliação. Todas as etapas previstas no projeto são obrigatórias.

SENSIBILIZAÇÃO DOS FORNECEDORES

O Procon-SP tem chamado os fornecedores de diversos setores para sensibilizá-los da relevância do projeto. Os segmentos de bancos, cartões de crédito, telefonia fixa e móvel e varejista compareceram às reuniões em que se discute o assunto superendividamento como um problema social, um fenômeno que vem aumentando e que precisa ser trabalhado por todos os envolvidos.

É importante que as empresas encaminhem para as audiências representantes preparados para fazer a conciliação, com autonomia para avaliar a situação do consumidor e flexibilizem as propostas para se chegar a um bom acordo para as duas partes. De maneira geral os representantes que estiveram na fundação mostraram-se bastante receptivos.

Outro ponto discutido com os setores é a questão da informação. A coordenação do projeto verificou que em muitos casos a situação de superendividamento acontece em decorrência de falha na informação prestada pelo fornecedor.

Após a finalização de todas as etapas desse projeto-piloto, Procon e Tribunal de Justiça avaliarão o resultado. A ideia é que a iniciativa tenha continuidade. ■

O QUE É SUPERENDIVIDAMENTO

O superendividamento é caracterizado quando o consumidor de boa-fé perde o controle financeiro de seu orçamento, deixando de conseguir pagar suas dívidas atuais e futuras. Conceitualmente, essa situação pode ser definida de duas formas: ativo e passivo. O primeiro caso é aquele em que para manter um determinado nível de vida, a pessoa acaba gastando mais do que ganha; o segundo trata-se de um desequilíbrio motivado por um fator externo, como desemprego, doença, morte na família, etc.



Fotos: Ipem-SP

Parceria para reduzir irregularidades

Por Bernadete Aquino

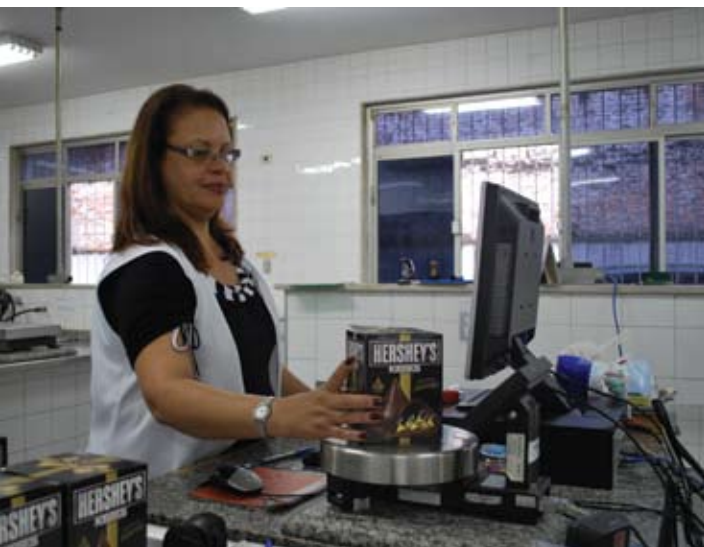
Ovos de chocolate com brinquedos, bombons, pescaço congelado e até coelhinho de pelúcia. Todos os anos, essas tentações estão presentes no varejo em todo o País para atrair consumidores durante as comemorações de uma das mais importantes festas da Cristandade, a Páscoa. Mas o perigo não está nas calorias a mais que os derivados do cacau representam. O aumento de ofertas no mercado também faz aparecer irregularidades nos produtos que podem representar prejuízos ao consumidor.

Para reduzir os erros, este ano o Instituto de Pesos e Medidas do Estado de São Paulo (Ipem-SP) e Fundação Procon-SP, firmaram parceria para fortalecer a fiscalização desses itens no comércio com dois tipos de operação.

Uma delas foi a "Operação Páscoa", para a qual o Ipem coletou produtos pré-medidos (medidos e pesados sem a presença do consumidor) em estabelecimentos comerciais para analisar nos laboratórios de Bauru, Campinas, Presidente Prudente, Ribeirão Preto, São Car-

los, São José dos Campos, São José do Rio Preto e São Paulo se a quantidade de cada item era a mesma indicada na embalagem. Técnicos do Procon, por sua vez verificaram se a qualidade das informações prestada pelos fornecedores ao consumidor estava correta e adequada conforme prevê o Código de Defesa do Consumidor e legislação correlata.

A boa notícia: a maioria das denúncias de chocolate foi aprovada, mas surgiu o pescaço congelado como o vilão da fiscalização, com erros significativos. Em dois dias foram



examinados 151 lotes, dos quais 26 (17,22%) apresentaram erros, sendo 20 só de pescado. Depois dos exames todos os lotes de pescados congelados reprovados foram interditados e retirados dos estabelecimentos. O Procon-SP recolheu as embalagens dos produtos para análise.

No entanto, não é de hoje que esse produto traz problemas e está entre os que mais apresentam erros quantitativos nas fiscalizações do Ipem. Mas, para detectar se a água está sendo considerada como peixe no peso citado na embalagem, só mesmo exames realizados em laboratório. Para preservar o produto da forma como foi encontrado na geladeira do supermercado, o pescado é transportado por agentes fiscais de forma correta, em temperatura adequada, para que os analistas tenham certeza na pesagem.

Sem toda essa parafernália, como o consumidor pode suspeitar que está sendo lesado na hora de comprar o peixe congelado?

Superintendente do Ipem-SP, Fabiano Marques de Paula, explica que uma simples conta pode ajudar

a encontrar indícios de erros. Basta pedir ao comerciante que confira o peso do produto na balança do próprio estabelecimento, levando em conta o peso líquido do pescado somado ao peso da embalagem, nela citado. "Um pacote de camarão que pesa 400g e tem o peso da embalagem citado como sendo 35g, por exemplo, deve ter registrado

na balança 435g. como peso final. Se pesar menos do que isso há suspeita de erro quantitativo. Está previsto no Código de Defesa do Consumidor. O cidadão tem o direito de reclamar e pedir o abatimento proporcional ao preço final do produto", aconselha o superintendente.

Em operação similar no ano passado, o Ipem-SP reprovou 27 (14,67%) dos 184 lotes examinados durante os dois dias de operação.

BRINQUEDOS

Fiscais do Ipem e Procon também fizeram a "Operação Pernalonga" indo às lojas para verificar ovos de Páscoa que oferecem brinquedos como brindes, que devem trazer na embalagem a mensagem "Atenção: contém brinquedo certificado no âmbito do Sistema Brasileiro da Avaliação da Conformidade" e no brinquedo, o selo do Inmetro. A fiscalização também serve para brinquedos temáticos, como coelhos de pelúcia, que também devem trazer o selo de certificação do instituto.

Neste caso, foram visitados 97 estabelecimentos comerciais e emitidos 17 autos de infração (10 do

Ipem e 7 do Procon), por irregularidades encontradas em 206 produtos, dentre os 115.597 verificados.

Na ação, técnicos do Procon, por sua vez, foram à rua comercial mais famosa da capital, a 25 de março e encontraram irregularidades em sete (23,33%) das 30 empresas fiscalizadas. O principal erro foi a imposição de limite para aceitar o pagamento dos produtos com cartões de crédito e débito.

As empresas autuadas pelo Ipem-SP têm dez dias para apresentar defesa ao Ipem, que define multa que varia de R\$ 100 a R\$ 50 mil, dobrando na reincidência. O comerciante deve apresentar a nota fiscal do produto para que sejam identificados o fabricante ou distribuidor, caso contrário é considerado o único responsável pelos erros detectados.

Segundo a Fundação Procon-SP, no caso de irregularidades as empresas podem ser autuadas e responder a processo administrativo.

Veja a lista dos produtos com erros e empresas autuadas pelo Ipem-SP durante os dois dias de "Operação Páscoa", que aconteceu nos dias 4 e 5 de abril no site www.ipem.sp.gov.br. ■





ENERGIA ELÉTRICA

DEMANDA AÇÃO CONJUNTA

▲ Por Gabriela Amatuzzi

Novembro de 2009, fevereiro e dezembro de 2010, janeiro e fevereiro de 2011. Foram vários os episódios em que o consumidor paulista sofreu com a interrupção do fornecimento de energia elétrica. Muitos casos agravados ainda pela demora no restabelecimento do serviço.

Para enfrentar essa e outras questões igualmente importantes envolvendo o tema, a Fundação Procon-SP, Ministério Público do Estado de São Paulo, Idec (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor), Proteste (Associação Brasileira de Defesa do Consumidor), Sindicato dos Engenheiros do Estado de São Paulo (SEESP) e Abrace (Associação Brasileira de Grandes Consumidores Industriais de Energia e de Consumidores Livres) for-

maram uma frente de trabalho. O objetivo é que o grupo identifique os problemas do setor para que possam contribuir de forma mais eficiente nos processos regulatórios, de fiscalização e no âmbito legislativo.

Na avaliação das entidades, por se tratar de um serviço essencial e que deve ser prestado de forma adequada, contínua e eficiente a todos os consumidores, é preciso uma soma de esforços para que

se possa ampliar o conhecimento técnico dos envolvidos, com vistas a interferir na forma do tratamento que a questão vem recebendo dos órgãos reguladores. "Será um trabalho muito importante que possibilitará o intercâmbio de experiências e informações tornando mais efetiva a participação dos consumidores no processo regulatório.", afirma Andréa Sanchez, diretora de programas especiais da Fundação Procon-SP.

PASSO A PASSO DO MUTIRÃO DE ENERGIA ELÉTRICA

- 1) O consumidor deve registrar a sua queixa no canal eletrônico exclusivo para as falta de energia' no site www.procon.sp.gov.br. Se preferir, pode discar o 151 ou dirigir-se a um dos postos de atendimento.
- 2) As queixas são encaminhadas imediatamente à concessionária.
- 3) A concessionária tem o prazo de 15 a 25 dias para prestar esclarecimentos.
- 4) Após o retorno da concessionária, o Procon-SP faz contato com o consumidor.
- 5) Para equipamentos eletrônicos e elétricos, o consumidor deve ser ressarcido no prazo máximo de 45 dias.
- 6) Para os demais casos, o prazo varia de acordo com o tipo de problema.
- 7) Caso seja comprovada falha da concessionária em relação ao serviço prestado e assistência aos consumidores, a multa pode chegar a R\$ 6 milhões.

COMO ERA FEITO**COMO É FEITO HOJE**

Atendimento presencial	Atendimento eletrônico, atendimento pelo telefone (151) e atendimento presencial
Atendimento sem prioridade	Atendimento prioritário (como funciona para gestantes, idosos e portadores de deficiência)
O consumidor deveria comunicar o dano à concessionária	O consumidor pode ir diretamente ao Procon comunicar o dano
O atendimento se restringia aos danos a equipamentos elétricos e eletrônicos, danificados pela queda de energia	O Procon acolherá denúncias sobre danos diversos gerado pela falta de energia
Encaminhamento dos casos individuais	As reclamações e denúncias poderão subsidiar medidas de caráter coletivo

Dentre os assuntos que estarão em pauta para discussão, destaca-se a devolução dos R\$7 bilhões cobrados indevidamente em função de um erro no cálculo do reajuste tarifário – irregularidade noticiada, em outubro de 2009, pelo jornal Folha de S.Paulo.

O próximo passo será encaminhar ao governo Federal – Casa Civil, Ministério das Minas e Energia

e Ministério do Planejamento uma carta solicitando medidas do Poder Executivo no sentido de restabelecer o equilíbrio dos contratos de energia elétrica, corrigindo a metodologia para que os novos reajustes não apresentem a distorção e também ressarcindo o prejuízo que os consumidores tiveram.

Outros temas que estão em discussão pelo grupo são: o novo ciclo

de revisão tarifária que se inicia neste ano (quais os itens responsáveis pela elevação do valor da tarifa, se o valor reflete a qualidade da prestação de serviços, se o consumidor entende como é composta a tarifa); a cobrança de outros serviços além do fornecimento de energia numa mesma fatura ao consumidor; pré-pagamento de energia elétrica e parcelamento de débitos; entre outros assuntos.

PENALIDADE

No mês de março, em decorrência das interrupções de fornecimento de energia elétrica e da demora excessiva no restabelecimento (mais de 20 horas em alguns locais!), especificamente nos casos ocorridos de setembro a janeiro deste ano, a concessionária AES Eletropaulo, que presta serviço em São Paulo, foi multada no valor de R\$4,7 milhões pelo Procon-SP. Os episódios, que levaram à aplicação da penalidade, afetaram pelo menos 590 mil unidades consumidoras.

“O serviço de distribuição de energia pela Eletropaulo tem deixado a desejar”, afirmou Carlos Coscarelli, assessor chefe do Procon-SP. “Se fosse satisfatório, não teríamos apagões sucessivos”. Também em razão dessas sucessivas falhas e interrupções no fornecimento de energia elétrica, a Fundação Procon-SP lançou no dia 24 de fevereiro, o mutirão de atendimento especial às vítimas de apagão. ■

PRINCIPAIS CONCESSIONÁRIAS DE ENERGIA ELÉTRICA DO ESTADO DE SÃO PAULO

AES Eletropaulo: www.aeseletropaulo.com.br

CPFL: www.cpfl.com.br

Bandeirantes: www.bandeirante.com.br

Elektro: www.elektro.com.br

Grupo Rede: www.gruporede.com.br

A ANEEL é agência reguladora do setor: www.aneel.gov.br

A missão da agência é proporcionar condições para que o mercado se desenvolva de forma equilibrada.



Redes sociais: Por Camila Rodrigues O consumidor orientado na web



Twitter, Facebook, Orkut, Youtube, Blogs, Formspring, Foursquare, LinkedIn, Tumblr.

As redes sociais fazem parte do dia-a-dia dos consumidores. Não é mais obrigatório deslocar-se a um órgão ou instituição para obter um dado. Hoje, a informação segmentada é instantânea e potencializa as discussões sobre temas de consumo que, em outras mídias, poderiam passar despercebidas. Os consumidores têm possibilidades infinitas. Além da facilidade das compras online, pagamentos de contas e acesso direto às informações sobre promoções de serviços e produtos, eles não precisam mais sair de casa para interagir com as empresas.

O estudo "Hábitos de uso e comportamento dos internautas brasileiros em redes sociais", realizado pela empresa E.life, mostra

que os usuários brasileiros de redes sociais permanecem conectados, em média, 41 horas por semana. Dos 945 internautas que participa-

“É um canal onde ele conversa, concorda, discorda e repensa a concepção do consumo nos tempos em que as coisas mudam em segundos”

Paulo Arthur Góes

ram do estudo, 64,2% acessam as redes sociais enquanto navegam na internet; 88,3% pesquisam preços de produtos e serviços nas redes; 74,3% compram produtos e serviços online e 32,8% fazem críticas sobre produtos e serviços.

“Os consumidores, principalmente os mais jovens, sentem falta de um acesso rápido e objetivo de uma informação que oriente e tire as dúvidas. Nós estamos abrindo esse canal. Queremos ampliar o relacionamento com eles”, destaca Paulo Arthur Lencioni Góes, diretor-executivo da Fundação Procon-SP.

A Fundação Procon-SP ressalta que os direitos dos consumidores no espaço virtual são garantidos a partir da orientação e educação do comprador. As redes sociais, vídeos conferências e as novas tecnologias estão na prioridade do órgão, que

#hashtag – Como funciona?

Um assunto caracterizado pelo símbolo #, permite o internauta atrelar o assunto à um tema ou uma empresa.

O # (hashtag) faz com que todos os tweets com essa tag sejam concentrados num mesmo bloco.

Para criar um hashtag é fácil, é só usar o símbolo # antes de uma palavra, como #twitter.

Os assuntos mais tuitados ou retweets com a # pode chegar ao TT (Trending Topics) – um ranking onde mostra os assuntos mais abordados no twitter.

tem como objetivo aprimorar e ampliar o atendimento e a orientação à população.

Para atender a essa demanda, o Procon vai investir na criação de algumas das principais redes sociais utilizadas no Brasil. Serão quatro blogs com foco educacional para os consumidores, além de Twitter e o Facebook. O microblog (twitter) será utilizado para orientações de consumo rápidas e precisas. No Facebook, será aberto um canal de discussão sobre problemas de consumo.

“As redes sociais permitem a interação com o usuário, que deixa de ser apenas público e passa a ser interlocutor”, ressalta o diretor-executivo do Procon. “É um canal onde ele conversa, concorda, discorda e repensa a concepção do consumo nos tempos em que as coisas mudam em segundos”.

#FAIL: DECEPÇÃO COMPARTILHADA VIA REDE

A hashtag, um assunto sinalizado pelo símbolo #, é um termo famoso e conhecido pelos usuários das redes sociais. O termo #Fail, por exemplo, significa que não se

conseguiu o objetivo desejado ou esperado em alguma situação ou produto. No caso de um serviço ou produto, o termo se refere aqueles que não atingiram as expectativas do consumidor.

Os consumidores estão se engajando nas redes sociais para achar uma forma de garantir os seus direitos com maior agilidade. Em fevereiro deste ano, a consumidora Daniely de Andrade Argenton, que enfrentava há quatro anos problemas no seu carro, criou o site “Meu-CarroFalha” e criou perfis nas redes sociais Twitter, Facebook, Orkut e um canal no Youtube para reclamar os seus direitos de consumidora. Ela gravou diversos vídeos para lançar críticas e reclamações contra uma montadora de carros. Daniely alega ter entrado em contato por diversas vezes com a assistência técnica da empresa. Foi negligenciada em todas as solicitações.

As reclamações de Daniely ganharam força nas redes sociais e abalou as estruturas da montadora. A empresa entrou com uma ação judicial que obrigou a cliente a pôr um fim nos canais da web que expôs os problemas da marca. O site www.meucarrofalha.com.br teve mais de 700 mil acessos.

“Espero ter contribuído com um bom exemplo de defesa dos direitos do consumidor e de persistência”

Daniely de Andrade

Depois do barulho na internet gerado pelo problema no carro, no dia 22 de março, foi feito um acordo entre as partes. A Renault vai devolver o dinheiro pago pela cliente na aquisição do carro e arcar com todos os danos sofridos pela consumidora.

“Espero ter contribuído com um bom exemplo de defesa dos direitos do consumidor e de persistência”, afirmou Daniely no site criado para expor o seu problema.

O caso de Daniely prova que a mídia social é mais do que uma tecnologia. É uma nova concepção de relacionamento e de interação entre as partes na relação de consumo. ■

Consumidor: utilizando a rede social de maneira correta

- Informe-se sobre a legitimidade da sua causa. Saiba dos seus direitos e deveres como consumidor.
- Prove que sua reclamação é real. Publique tudo que mostre a veracidade do fato: fotos, vídeos, cópias de documentos, número de protocolos, etc.
- Não use a rede social apenas como canal de desabafo. Seja firme no que disser e tenha argumentos.
- Evite problemas – Não se direcione a empresa de forma pejorativa, falsa ou caluniadora.
- Depois de jogado na rede, o problema passa a ser coletivo. Você perde o controle de onde aquilo irá chegar ou da dimensão que irá tomar. Tenha fundamentos.
- A rede social pode ajudar muito na garantia dos seus direitos, porém não deve ser utilizada sozinha. Entre em contato com os órgãos de defesa do consumidor da sua região e registre o seu problema.



35 ANOS EM DEFESA DO CONSUMIDOR

Por Carina Rabelo

Propagandas de remédios milagrosos. Insetos misturados aos alimentos enlatados. Carne cobrada a preços exorbitantes. Prestações mensais imprevisíveis. Mercadoria não entregue. Esta era a realidade dos consumidores brasileiros no início da década de 70, poucos anos antes da criação do Sistema Estadual de Defesa do Consumidor. Sem um órgão que zelasse pelos seus direitos, o consumidor só poderia contar com a própria sorte.

Os juros flutuantes, resultado das incertezas na economia, não garantiam qualquer segurança ao cidadão. Os preços das vendas a prazo eram nebulosos. O valor dos alugueis e dos imóveis não respeitavam qualquer critério. Se de um lado, foram abertas linhas de créditos - e os primeiros sinais do superendividamento - do outro, crescia vertiginosamente o número de fichados no Sistema de Proteção ao Crédito (SPC). O ônus da prova era da parte mais fraca. Confortavelmente, vendedores e fabricante comercializavam na 'terra de ninguém'. Os consumidores eram penalizados no deserto de direitos. A Justiça Civil, burocrática e morosa, era o único instrumento de defesa.

Entre 1969 e 1973, a falta de apoio e orientação dos consumidores nas relações de consumo contrastava com os anos do milagre econômico, marcado pelo crescimento do poder econômico da sociedade brasileira. Paralelo ao aumento da concentração de renda, houve o aumento da pobreza - o PIB brasileiro cresceu a uma

taxa média acima de 10% ao ano e a inflação, no mesmo período, oscilou entre 15% e 20%. Do total de municípios no País, 30% não tinham sequer abastecimento de água. O mercado consumidor era formado por 35 milhões de habitantes. Enquanto 65 milhões apenas subsistiam.

Neste contexto, surgia o Sistema Estadual de Defesa do Consumidor. Criado em 6 de maio de 1976, as suas bases foram inspiradas em práticas internacionais, como as bandeiras levantadas por Ralph Nader, defensor dos consumidores americanos, e a Federal Trade Commission americana, que vetava modelos de carros e alimentos nocivos à saúde. O Sistema tinha como objetivo orientar os consumidores e promover acordos em situações de conflito nas relações de consumo. "Procurei no exterior as informações sobre os órgãos de defesa do consumidor e elaborei um relatório sobre como eles encaminhavam os procedimentos", diz Pêrsio Junqueira, idealizador e fundador do Sistema Estadual, criado por decreto que, ao se tornar Lei, receberia o nome "Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor" (Procon).

Para atender a demanda dos consumidores, que se ampliava em número e temas, o Procon foi dividido em 15 setores técnicos e um para assuntos institucionais. Os novos setores passaram a receber consultas, denúncias e queixas sobre alimentos; consórcios; educação; eletrodomésticos; estabelecimentos comerciais; imóveis; montepio; prestação de serviços; produtos industriais; propaganda; saúde; serviços públicos; sistemas de vendas; veículos; máquinas e equipamentos;

vendas em domicílio. O sistema de trabalho do Procon-SP se espalhou por todo o Brasil. Em cada estado, foi criado um órgão semelhante, com os mesmos procedimentos.

Apesar dos esforços na atualização permanente do órgão, o empenho seria em vão se o consumidor não fizesse a sua parte - utilizar a informação para exercer o seu poder de escolha. Em 1980, o Procon iniciou um intenso trabalho voltado à orientação da população e educação para o consumo. Com base nas reclamações formuladas e na normatização sanitária vigente, os técnicos do órgão elaboraram milhares de panfletos e cartilhas sobre cuidados durante a compra, armazenamento de produtos e prazos de validade dos alimentos.

PERIGOS À MESA

Em 1978, um surto de peste suína levou o consumidor a vivenciar uma espécie de psicose da comida. Queixas de dor de cabeça, indisposição, mal estar - sintomas de intoxicações crônicas causadas por alimentos contaminados. Em 1981, novas denúncias ganham a grande mídia. Registros de contaminação no leite se espalharam pelo País e fizeram o consumo do produto cair em 30%. O produto era comercializado com coliformes, estafilococos e outras bactérias nocivas à saúde. A falta de higiene nas embalagens fez com que toda a imprensa divulgasse a presença de besouros nas latas de ervilhas da marca Swift. A denúncia foi feita por consumidores ao Procon. Os produtos nocivos e contaminados estavam na ordem do dia.

Das marcas de mel vendidas no País, 85% eram compostas por uma simples mistura de glicose e corante. Medicamentos condenados eram livremente comercializados nas farmácias. Para conter a barbárie, o Procon criou a Comissão de Saúde e Segurança e o assunto foi tratado com prioridade. A comissão iniciou trabalhos relacionados a informações em bulas e rotulagens das embalagens de medicamentos, segurança de chupetas e alimentos.

AÇÕES JUDICIAIS

A atuação do Procon não se limitou a esfera cível. As reclamações, muitas vezes, apontavam indícios de prática criminal, quer pela forma de atuação, quer pela prática reiterada da consulta dos reclamados. Ao longo dos anos, dezenas de solicitações foram encaminhadas para análise e abertura de inquéritos policiais em diversos distritos da cidade. Para garantir a defesa dos interesses coletivos dos consumidores, o órgão passou a agir em parceria com o Ministério Público. Após a aprovação, em 1985, da Lei da Ação Civil Pública, o Promotor de Justiça José Geraldo Brito Filomeno ingressou com a primeira ação no Estado para impedir a comercialização de leite e derivados, contaminados com radioatividade decorrente do vazamento da usina atômica de Chernobyl, na antiga União Soviética. Em 1992, o foco das ações coletivas sustentadas pelo Procon era a publicidade enganosa de alimentos e calçados e as violações em contratos de viagens.

EM BUSCA DA PRATICIDADE

Para facilitar a vida do consumidor - que agonizava nas longas filas do órgão após os problemas decorrentes do congelamento de preços no Plano Cruzado I - foi criado em 1986 o Procon móvel, as 'Procombis'. Os veículos ficavam estacionados por uma semana

nos bairros da periferia para atender os consumidores. O Procon assumiu a titularidade na representação dos consumidores, priorizando o atendimento pessoal. Em 1987, foi incentivado o programa de municipalização e criada a Secretaria Estadual de Defesa do Consumidor, a primeira no País. Em decorrência do descumprimento dos planos econômicos por parte dos fornecedores, em seis meses, foram denunciados 9.297 estabelecimentos e 3.344 foram autuados. No mesmo ano, foi criado o 'Disque 200', atendimento telefônico que oferecia à população orientações e informações na área do consumo. O Centro de Estudos do Procon investiu na sensibilização dos fornecedores sobre a necessidade da efetiva abertura de canais diretos de atendimento aos consumidores pelas empresas, facilitando a solução das demandas. Em 1996, o Governador Mário Covas criou o Poupatempo, descentralizando e ampliando o atendimento aos consumidores. Em 2000, foi disponibilizado aos consumidores um canal eletrônico para consultas, orientações e informações.

O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Em 1988, os funcionários e técnicos do Procon e o então Secretário da Defesa do Consumidor, Geraldo Alckmin, participaram pessoalmente da mobilização que colheu milhares de assinaturas em vários locais da cidade, solicitando que o consumidor fosse contemplado em um futuro texto Constitucional. As reclamações protocoladas no Procon serviram como base para a Comissão que elaborou o anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor. Dezenas de funcionários do Procon viajaram de ônibus até Brasília para reivindicar, nas galerias e gramados do Congres-

so, a aprovação do texto legal. O CDC, entre as muitas contribuições, instituiu o Cadastro de Reclamações Fundamentadas, para que os consumidores pudessem saber quais são as empresas que menos respeitam o Código.

SERVIÇOS ESSENCIAIS

Na última década, o Procon tem acompanhado de perto às inúmeras queixas dos consumidores relativas aos serviços essenciais. Foram firmados pelo órgão diversos acordos coletivos, principalmente, na área da telefonia. Para os diversos problemas apontados na instalação de linhas, reparos defeituosos, análise de contas e transferências, foi montado um grupo de trabalho que contactou os consumidores individualmente e monitorou o cumprimento do Termo de Ajustamento de Conduta, que beneficiou milhares de pessoas. Atualmente, entre as grandes bandeiras do órgão, destacam-se a luta pelo ressarcimento dos consumidores lesados pelas grandes concessionárias de serviços essenciais e a participação da sociedade na composição das Agências Reguladoras, principalmente, na saúde, telefonia e energia elétrica. E, assim como mostra a sua história, o Procon luta pela educação para o consumo, que confere poder ao consumidor, soberano no momento da escolha. Uma jornada de 35 anos ensaiou os primeiros passos. Um longo caminho ainda está por vir. ■



O QUE SIGNIFICOU O PROCON PARA VOCÊ?



MARIA INÊS FORNAZARO

"Minha vida profissional se confunde com a história do Procon. Por quase vinte e cinco anos tive a grata satisfação de atuar em um órgão de credibilidade reconhecida, com um grupo de pessoas idealistas e dedicadas que colaboraram para a construção de uma sociedade mais equilibrada e compatível com valores que prezo, como cidadania, ética e transparência. Parabéns ao Procon e a seus especiais funcionários por 35 anos de ação e atitude na defesa dos interesses dos consumidores."

MARCELO SODRÉ

"Estive no PROCON no período de 1988 a 1994. Foi uma experiência maravilhosa que valeu para a minha formação pessoal. Nesta ocasião, tivemos o início da implantação do Código de Defesa do Consumidor. Travamos uma batalha para aceitação do Código, principalmente entre os fornecedores, que se sentiram prejudicados, achando que a lei puniria a todos. Foi uma fase em que o Procon cresceu muito. Tivemos a ampliação do atendimento pessoal e a implantação do atendimento telefônico."



PAULO SALVADOR FRONTINI

"Em 1987, fui nomeado Secretário de Defesa do Consumidor. A Secretaria passou a ter em sua estrutura o PROCON. Criamos uma série de medidas, entre elas, uma área de fiscalização apta para multar e uma assistência judiciária para os consumidores. O trabalho foi intenso. O órgão virou uma coordenadoria e buscamos nos municípios, mediante convenio, criar os PROCONs municipais. Orgulho-me de ter participado do início do órgão. Atualmente, o modelo PROCON Paulista é imitado em todo o País."



DANIEL FINK

"O Código de Defesa do Consumidor foi um marco na história do País. Estávamos na fase pré-constituente e na eminência de termos na Constituição Federal um conjunto de regras direcionado ao consumidor. Infelizmente, não foi consumado. O PROCON significou a consolidação do direito do consumidor, da educação para o consumo e da afirmação da cidadania. Pessoalmente, foi um desafio muito grande."



MARILENA LAZZARINI

"Foi o responsável pelo redirecionamento da minha vida profissional, pela fundação do IDEC e pela minha participação no movimento internacional. Desde que participei, em 1976, do Grupo de Trabalho multidisciplinar que propôs a institucionalização da Política de Proteção ao Consumidor no Estado de São Paulo e a criação do PROCON, esse tema tornou-se o centro de minhas atenções. Entre 1983 e 1986, em plena retomada da democracia no País, tive a honra de dirigi-lo e percebi o quanto poderíamos contribuir para a construção da nossa cidadania, depois de um longo período de restrições à liberdade."



Os consumidores sabem o que é recall?

Nos últimos anos, tem aumentado a frequência com que ocorrem campanhas de recall, seja pelo maior nível de conscientização dos fornecedores, seja pela atuação cada vez mais efetiva dos órgãos de defesa do consumidor, responsáveis por sua fiscalização. No período de 1º de janeiro de 2002 a 18 de março de 2011 foram 425 campanhas. Mas, e o consumidor? Está devidamente informado sobre o assunto? Qual sua avaliação desse mecanismo de informação?

Como a participação do consumidor é fundamental nesse processo a Fundação Procon-SP elaborou uma pesquisa com objetivo de captar o nível de informação e a percepção do consumidor frente a questões referentes ao *recall*.

O resultado desta pesquisa foi surpreendente: apesar de 85% (1.573) dos internautas terem declarado saber o que é *recall* 83% (1.541) não sabem de fato o que é *recall*, tomando-se como base o total de 1.846 consumidores que responderam o levantamento. “Devido a importância do consumidor

no processo do recall é preocupante saber que apenas 17% dos que participaram da pesquisa tem o devido entendimento sobre o tema”, observa Cristina Rafael Martinussi, assistente de direção do Procon-SP e coordenadora da pesquisa. “Vamos usar o resultado dessa pesquisa como subsídio para outras ações de orientação e educação”, conclui Cristina.

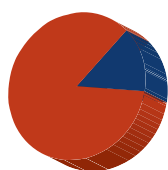
As informações foram obtidas pela aplicação de questionário via internet (site da instituição), respondido por 1.846 internautas no período de 1 a 14 de março.

Ainda de acordo com o levantamento, na opinião de 72% dos internautas a divulgação do recall nos meios de comunicação não é suficiente e, para 61% as informações constantes no texto do chamamento não são claras. Essa insuficiência e a falta de clareza das informações estão em desacordo com que estabelece a Portaria nº 789 de 24 de agosto de 2001 do Ministério da Justiça que regula a comunicação de “recall” em âmbito federal.

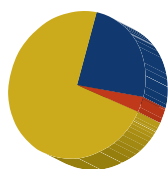
AÇÕES IMPORTANTES RELACIONADAS A RECALL

Procon-SP criou em 1998 a Comissão de Estudos Permanentes de Acidentes de Consumo (CEPAC), com o objetivo de discutir as providências que serão tomadas, a partir de problemas pontuais ocorridos com consumidores e que possam refletir problemas coletivos, tanto no aspecto preventivo, como no corretivo.

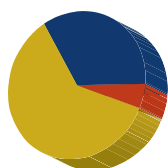
Posteriormente, por iniciativa do Departamento de Proteção de Defesa do Consumidor (DPDC), inspirado na CEPAC, foi criado o Grupo de Estudos Permanentes de Acidentes de Consumo (GEPAC), com vistas à definição e promoção de procedimentos e estratégias de atuação para coibir a comercialização de produtos ou a prestação de serviços com alto grau de nocividade ou periculosidade no mercado pátrio, além da prevenção, detecção, identificação, acompanhamento e repressão dos acidentes de consumo, nos termos da Portaria nº 44/2008 da Secretaria de Direito Econômico, com âmbito nacional. ■



Sabe o que é Recall
Base: 1.846 consumidores

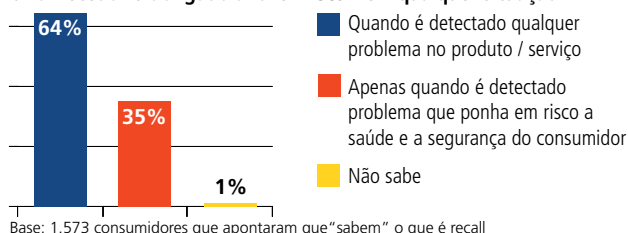


Acha que o Recall é bem divulgado pelas empresas nos meios de comunicação
Base: 1.573 consumidores que apontaram que “sabem” o que é recall



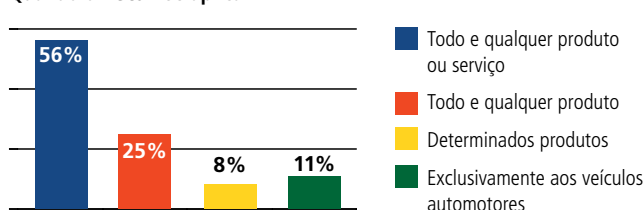
Os textos dos Recall são claros quanto aos riscos e/ou consequências
Base: 1.573 consumidores que apontaram que “sabem” o que é recall

O fornecedor é obrigado a fazer Recall em qualquer situação



Base: 1.573 consumidores que apontaram que “sabem” o que é recall

Quando o Recall se aplica



Base: 547 consumidores que responderam corretamente a questão anterior “O fornecedor é obrigado a fazer recall apenas quando é detectado problema que ponha em risco a saúde e segurança do consumidor.”

Procon-SP fiscalizará discriminação racial nas relações de consumo

▲ Por Marta Barros

Em janeiro deste ano, um menino de 13 anos foi abordado por seguranças de uma grande rede de supermercados, levado a um quarto e obrigado a tirar a roupa para provar que não tinha roubado produtos da loja. O fato sensibilizou a sociedade e serviu como um alerta: a Discriminação Racial nas Relações de Consumo não está vencida. O caso, registrado no 10º Distrito Policial, aponta prática de constrangimento ilegal. Mesmo apresentando a nota fiscal de compra dos produtos, o garoto foi destrutado pelos seguranças.

Instituído pela Organização das Nações Unidas, neste ano comemora-se o Ano Internacional do Afrodescendente. Em cumprimento aos tratados internacionais na área de Direitos Humanos, o Governador de São Paulo Geraldo Alckmin e a Secretária de Justiça e da Defesa da Cidadania Eloisa de Sousa Arruda lançaram no dia 21 de março o projeto “São Paulo contra o Racismo”, que prevê uma série de ações no combate da Discriminação Racial nas Relações de Consumo pela Fundação Procon-SP.

Um dos exemplos de sanções aplicadas pelo Procon-SP ocorreu em 2009. O Grupo Carrefour foi multado em R\$ 26 mil, quando os seguranças do supermercado acusaram um cliente negro de ter roubado um carro. “Ficou comprovado o ato de discriminação e a empresa foi multada”, explica Renan Ferracioli, diretor de fiscalização da Fundação Procon-SP. No momento da abordagem dos seguranças, o cliente apenas aguardava a esposa e os seus filhos dentro do seu próprio automóvel.

A Fundação Procon-SP intensificará o acolhimento de denúncias de discriminação e já iniciou um curso de capacitação de humanização de atendimento para treinar as equipes de São Paulo e do interior.

“Serão elaborados procedimentos para que o consumidor efetue as denúncias”

Regina Lunardelli

“Serão elaborados procedimentos para que o consumidor efetue as denúncias, que serão encaminhadas à Coordenadoria de Políticas para a População Negra e Indígena da Secretaria da Justiça”, afirmou Regina Lunardelli, Diretora de Relações Institucionais da Fundação Procon-SP.

“A comissão processante irá investigar o caso”.

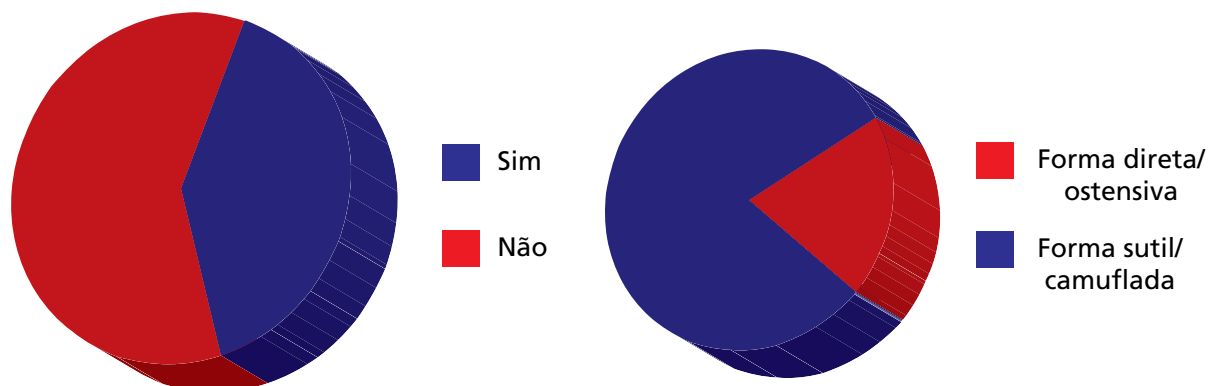
Serão realizadas novas pesquisas sobre discriminação na área de consumo, divulgação de vídeo institucional de direitos humanos e de cartilhas temáticas. O material será distribuído para jovens, escolas, Centro e Integração da Cidadania (CICs), procons municipais e postos de atendimento.

A Comissão Processante para Denúncias de Discriminação Racial da Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania, fundada no final de 2010, desenvolve um programa de ações para a divulgação da Lei 14.187/10 – que trata da aplicação de penalidades administrativas por prática de discriminação. “Atualmente, já temos 15 denúncias”, afirma Clério Rodrigues da Costa, Presidente da Comissão. As denúncias estão sendo investigadas pela Secretaria da Justiça.

PESQUISA

Em outubro de 2010, a Fundação Procon de São Paulo realizou pesquisa com 2.630 pessoas sobre discriminação étnico racial

Consumidor que se sentiu discriminado pela sua cor/raça,
no momento da compra de um produto ou na contratação de um serviço



nas relações de consumo através de questionário via internet.

A pesquisa apurou que quase metade dos entrevistados (40,11%) já se sentiu vítima de discriminação por raça/cor na relação de consumo; e 57% presenciaram atitudes discriminatórias. Para 80,93% dos participantes, a discriminação surgiu de forma camuflada e sutil. Os fatos ocorreram com frequência em lojas de sapatos, roupas, acessórios, perfumarias, Shoppings Centers e bancos.

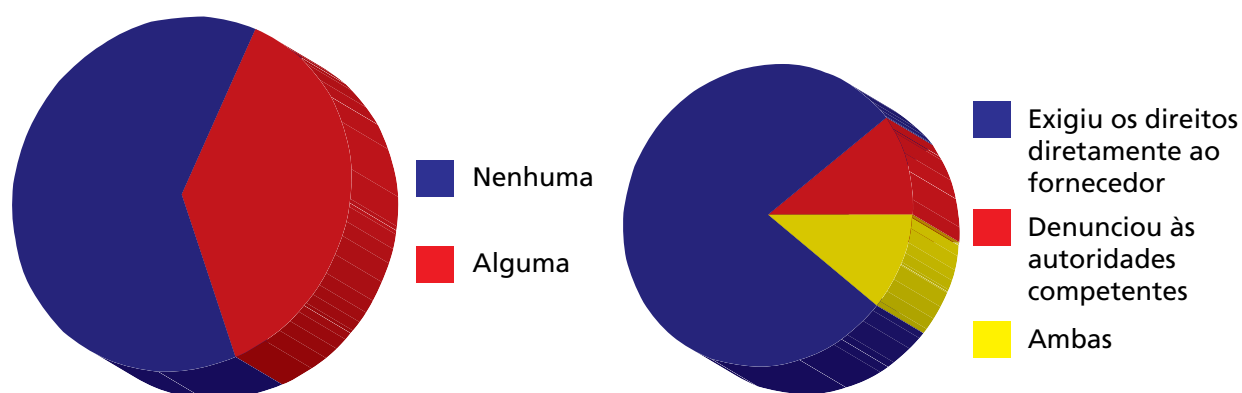
Quanto à reação diante do ato discriminatório, 658 consumidores (62,37%) não tomaram nenhuma atitude – seja por achar que não valia a pena, seja por falta de tempo, ou ainda, por não saber a quem recorrer. Do total, 397 (78,59%) exigiram os direitos diretamente ao fornecedor; 11,08% denunciaram às autoridades competentes e 10,33% utilizaram os dois canais de reclamação.

De acordo com o levantamento, na análise segmentada por

cor/raça, foi no grupo dos que se declararam de cor preta que se observou o maior percentual de pessoas que afirmaram haver sofrido atitude discriminatória na relação de consumo (86,52%). Em segundo lugar veio o grupo dos indígenas (59,09%) e, em terceiro, o grupo dos pardos (48,57%).

A Discriminação Racial nas Relações de Consumo é um dos temas do vídeo “Educação para o Consumo e Cidadania”, disponível no site do Procon. ■

Qual atitude foi tomada pelo consumidor que se sentiu discriminado pela sua cor/raça



Cerco contra a fumaça

Por Ricardo Lima

A preocupação com a saúde da população fez com que o Estado de São Paulo elaborasse a Lei n.º 13.541/2009. Em vigor desde 31 de julho de 2009, a “Lei Antifumo”, como popularmente ficou conhecida, proíbe o consumo de qualquer produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, em ambientes total ou parcialmente fechados de uso coletivo. Também visando proteger os pulmões dos cidadãos paulistas, o deputado estadual Vinícius Camarinha (PSB), propôs o Projeto de Lei 19/2011 que visa incluir na Legislação existente a proibição do fumo também em locais abertos - parques, praças, praias e demais locais ao ar livre - destinados a práticas esportivas e de lazer.

O deputado alega que a apresentação do projeto se tornou “inevitável, por tratar - se de postura adotada no mundo todo, beneficiando a saúde da população”. O parlamentar também argumenta que “não é coerente pessoas que buscam uma vida mais saudável em locais destinados ao esporte e ao lazer serem expostas à fumaça do cigarro, que possui mais de 250 substâncias tóxicas”.

Para o Procon SP, as propostas do projeto não estão em conformidade com as diretrizes e fundamentos que justificaram a elaboração da Lei Antifumo. Segundo parecer da técnica de proteção e defesa do consumidor, Luciana Aparecida Dantas, “a lei vigente seguiu a tendência mundial em relação à prevenção e preservação da saúde pública. As proibições contidas na

“A lei vigente seguiu a tendência mundial em relação à prevenção e preservação da saúde pública”

Luciana Dantas

Lei Estadual nº 13.541/09 já são bastantes abrangentes para proteger a saúde da população contra a exposição da fumaça de produtos fumígenos, inclusive se estende aos locais parcialmente fechados”, ressalta Luciana Dantas.

Apesar de ser desfavorável ao prosseguimento do Projeto de Lei, o Procon-SP sugeriu apreciação pelo Centro de Vigilância Sanitária (CVS).

O diretor de meio ambiente do CVS, Luis Sergio Ozório Valentim, também elaborou parecer contrário ao projeto. Segundo ele, não há pesquisas científicas suficientes que comprovem que o fumo em locais abertos provoque prejuízo para alguém, além do próprio fumante, ele ressalta que “justamente pela falta de nexos causais mais consolidados entre o adoecer e o fumo em locais abertos, a restrição legal de tal prática não é, como alega o deputado ao justificar o projeto de lei, uma ‘postura adotada no mundo todo’, mas reflexo de estratégias governamentais localizadas, adotadas segundo contextos sociais próprios e histórias distintas em termos de políticas regulatórias do tabaco. Cabe lembrar que, a despeito dos avanços paulistas, a legislação federal ainda tolera o fumo em locais fechados de uso coletivo, disfarçado, nos males que causa, sob a forma dos ‘fumódromos’, argumenta Ozório.

EMBALAGENS EXPOSTAS, TAMBÉM NÃO

Também com a intenção de aumentar o cerco contra o cigarro, o deputado estadual Donisete Braga (PT) elaborou o Projeto de Lei 23/2011, que visa proibir a exposição das embalagens de cigarros e assemelhados nos pontos de venda do Estado de São Paulo, com exceção às tabacarias.

Para justificar sua proposta, o deputado cita que de acordo com o artigo 196 da Constituição Federal, "a saúde é direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para sua promoção, proteção e recuperação".

Ainda segundo o parlamentar, "a visibilidade dos cigarros para crianças é acentuada nos estabelecimentos que possuem escola perto". Para justificar seus argumentos, ele cita uma pesquisa desenvolvida na cidade de São Paulo,

em maio de 2010, pelo Datafolha, encomendada pela Aliança de Controle do Tabagismo, onde foi constatado que dos estabelecimentos consultados (padarias, bares, lanchonetes e bancas), 84% ficam próximos de escolas de nível fundamental ou médio.

Para reforçar a apresentação de seu Projeto de Lei, Donisete Braga apresentou outra pesquisa, também realizada pelo Datafolha (em agosto de 2010). Neste levantamento, feito em 160 municípios brasileiros, a maioria dos entrevistados (74%) acreditam que a exposição das marcas de cigarros nos pontos de venda influencia crianças e adolescentes a começarem a fumar e 66% acreditam que influencia os adultos a comprarem cigarros.

PROCON-SP É FAVORÁVEL AO PROJETO

De acordo com o parecer do técnico de proteção e defesa do consumidor do Procon-SP, José Alecsandre de Queiroz, o Projeto de Lei é positivo por refletir aumen-

to do campo de proteção da saúde do consumidor e cumprimento das normas programáticas da Convenção-Quadro sobre Controle do Uso de Tabaco – compromisso internacional, proposto pela Organização Mundial da Saúde, para adoção de medidas de restrição ao consumo de cigarro e outros produtos derivados do tabaco.

A única ressalva ao Projeto de Lei feita pelo Procon-SP diz respeito a ausência de punições para quem descumprir as regras e expor as embalagens aos consumidores. José Alecsandre de Queiroz sugeriu a inclusão das penalidades previstas nos artigos 56 e 57 do Código de Defesa do Consumidor (CDC). ■



OBRIGAÇÕES E MEDIDAS CONTIDAS NA CONVENÇÃO-QUADRO PARA O CONTROLE DO TABACO

Obrigações

- Elaboração e atualização de políticas de controle do tabaco, em conformidade com a Convenção e seus Protocolos;
- Estabelecimento de um mecanismo de coordenação nacional e cooperação com outras Partes;
- Proteção das políticas nacionais contra os interesses da indústria do tabaco.

Medidas para reduzir a demanda por tabaco

- Aplicação de políticas tributárias e de preços com vistas à redução do consumo;
- Proteção contra a exposição à fumaça do tabaco em ambientes fechados;
- Regulamentação das análises e das mensurações dos conteúdos e emissões dos produtos derivados do tabaco;
- Obrigatoriedade da divulgação da informação relativa aos produtos do tabaco;
- Regulamentação das embalagens de produtos de tabaco: tornar obrigatória a inclusão de mensagens de advertências sanitárias, recomendando o uso de imagens em todas as embalagens de produtos de tabaco;
- Desenvolvimento de programas de educação e conscientização sobre os malefícios causados pelo tabaco;
- Proibição de publicidade, promoção e patrocínio;
- Criação e implementação de programas de tratamento da dependência da nicotina.

Medidas para reduzir a oferta por produtos do tabaco

- Eliminação do contrabando;
- Restrição ao acesso dos jovens ao tabaco;
- Substituição da cultura do tabaco;
- Restrição ao apoio e aos subsídios relativos à produção e à manufatura de tabaco.

Foto: SXC



No que se refere às compras feitas pela Internet, aparelho de telefone foi o produto que apresentou o maior número de demandas na Fundação Procon-SP no primeiro e segundo semestres de 2010. De janeiro a junho de 2010 foram 1.253 registros de um total de 9.882 atendimentos e, de julho a dezembro do mesmo ano, 1.583 de um total de 13.689 atendimentos.

Os principais problemas estão relacionados a não entrega ou demora na entrega do produto (5.312 atendimentos) e produtos entregues com danos ou defeitos (1.324 atendimentos).

Seguindo bem de perto, estão os problemas relacionados a microcomputador e produtos de informática. Foram 1.201 atendimento no primeiro semestre de 2010 e 1.462 no segundo.

LEI DA ENTREGA

Em dezembro passado a Fundação Procon-SP, o Coordenador da Área do Consumidor do CAO Cível e de Tutela Coletiva do Ministério Público do Estado de São Paulo, o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – Idec e a Associação Brasileira de Defesa do Consumidor – Proteste reuniram-se com os principais fornecedores

PRINCIPAIS ASSUNTOS 2010	1º SEM	2º SEM
Telefone (Convencional, Celular, Interfone, Etc.)	1.253	1.583
Microcomputador / Produtos de Informática	1.201	1.462
Outros Produtos Importados	156	631
Consultoria / Assessoria / Agenciamento (Recolocação Profissional, Ag. de Empregada, etc.)	575	587
Provedor de Acesso a Internet	908	581
Televisão / Vídeo Cassete / Filmadora / Video-Laser	381	552
Produto de Uso Pessoal (Barbeador, Depilador, Secador, Outros)	227	422
Artigo de Cozinha (Coifa, Exaustor, Panela, Talher, Filtro de Café, Porta-Filtro, Louças, Etc.)	211	418
Agências e Operadoras de viagens (pacotes turísticos)	303	416
Vestuário (Calçado / Roupas)	156	411

PRINCIPAIS PROBLEMAS 2010	1º SEM	2º SEM
Não entrega / demora na entrega do produto	2.781	5.312
Produto entregue com danos / defeitos	1.184	1.324
Desistência de compra (cancelamento de compra)	742	995
Cobrança indevida / abusiva	729	733
Contrato / pedido / orçamento (rescisão, descumprimento, erro, etc.)	573	588
Contrato - Rescisão / alteração unilateral	549	576
Produto entregue diferente do pedido	353	534
Garantia (Abrangência, cobertura, etc.)	414	444
Serviço não fornecido (entrega / instalação / não cumprimento da oferta / contrato)	320	402
Dúvida sobre cobrança / valor / reajuste / contrato / orçamento	365	322

do setor varejista e de *e-commerce* com o objetivo de alertar as empresas para a necessidade da adequação imediata à Lei Estadual nº 13.747/2009, conhecida como Lei de Entrega.

Na ocasião foi chamada a atenção dos fornecedores para o fato de ainda ser elevado o descumprimento da legislação,

apesar da norma já estar em vigor há mais de um ano. Das 374 empresas fiscalizadas pela equipe de fiscais do Procon-SP 201 foram autuadas. Também foram cobradas medidas por parte dos fornecedores para o fiel cumprimento dos contratos celebrados com seus consumidores, haja vista o elevado número de reclamações versan-

do sobre descumprimento dos prazos fixados para entrega.

Os dezessete fornecedores presentes foram advertidos quanto à possibilidade de serem aplicadas sanções mais severas, pelo Procon-SP, como, por exemplo, a suspensão temporária de atividades, caso persista a situação de descumprimento da legislação.■

DICAS E CUIDADOS NAS COMPRAS PELA INTERNET

- ✓ Identifique o fornecedor: procure no site a identificação da loja (razão social, CNPJ, endereço, telefone e outras formas de contato além do email). Redobre seus cuidados quando o site exibir como forma de contato apenas um telefone celular. Prefira fornecedores recomendados por amigos ou familiares ou que possuam também estabelecimentos físicos;
 - ✓ Para evitar que esses dados sejam interceptados e utilizados de forma indevida, somente os forneça em sites com endereço eletrônico iniciado pela sigla "https" e que exiba no canto direito inferior da tela um ícone em forma de cadeado, o qual indica que o fornecedor possui mecanismos de proteção do cadastro;
 - ✓ Leia a política de privacidade da loja virtual para saber quais compromissos ela assume quanto ao armazenamento e manipulação de seus dados;
 - ✓ Evite senhas que já são utilizadas em outros sites, bem como datas de aniversário (sua ou de familiares), número de telefone, palavras conhecidas e sequências numéricas ou alfabéticas (como 123456 ou abcdef);
 - ✓ Antes de realizar a compra, analise a descrição do produto, faça comparações com outras marcas, visite a página do fabricante para confirmar as funções e certifique-se que ele supre sua necessidade. Não se esqueça de comparar também o preço e a forma de pagamento em outros estabelecimentos (lojas virtuais e físicas);
 - ✓ Antes de fechar o pedido, verifique o valor do frete e a política de troca e devolução dos produtos;
 - ✓ Entrega: em São Paulo vigora legislação que determina que as empresas fixem data e turno para a entrega de produtos e realização de serviços. Os turnos podem ser das 7h às 12h; das 12h às 18h; e das 18h às 23h. Ainda de acordo com a norma, o fornecedor deve informar previamente as datas e turnos disponíveis e fica a critério do consumidor a escolha dentre as opções apresentadas;
 - ✓ Imprima e guarde todos os documentos que demonstrem a compra e confirmação do pedido (comprovante de pagamento, contrato, anúncios, etc.);
 - ✓ Peça um número de telefone fixo para contato além do email. Exija a nota fiscal no ato do recebimento do produto.
- ATENÇÃO: O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 07 (sete) dias a contar de sua assinatura ou do ato do recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial.

Evite dor de cabeça

Por Rosi Palma

Os alunos que neste ano concluirão o curso fundamental, médio ou superior que desejam selar seus estudos com uma festa de formatura já devem se mobilizar para iniciar a busca pelas empresas responsáveis pela organização. São muitos detalhes que precisam ser verificados antes de qualquer decisão afim de que o tão esperado evento não se transforme em lembranças desagradáveis.

Inicialmente os alunos realizam uma eleição da comissão de formatura que vai cuidar da negociação dos termos do contrato. O Procon-SP recomenda à comissão um levantamento de preços detalhado, ponderando sobre possíveis vantagens oferecidas por diferentes empresas. Medidas como vistoriar os locais pretendidos para a locação dos eventos, prova de cardápio ou o comparecimento a algum evento promovido pela empresa podem

auxiliar na escolha. A indicação de conhecidos que já utilizaram os serviços de uma determinada empresa, também é uma dica muito valiosa neste momento de escolha.

A comissão de formatura deve solicitar à empresa contratada garantias, documentos que comprovem sua situação financeira. Trata-se de uma precaução muito importante que poderá evitar sustos como, por exemplo, a empresa sumir e, consequentemente,

te, deixar de prestar os serviços contratados. Consultar o Cadastro de Empresas Reclamadas do Procon-SP (telefone 151) também é uma forma de prevenção que deve ser utilizada.

Como o contrato de formatura é coletivo, as decisões são tomadas por consenso geral. Nele devem constar, além da identificação das partes envolvidas (não só da comissão de formatura, como também de cada formando), informações como datas, horários e locais da colação, baile e coquetel, a decoração, número de convites e mesas por formando, possibilidade de convites extras e seu custo e o aluguel da beca.

Quando for contratada banda musical, o nome e o repertório devem vir discriminados assim como, o período em que ela tocará na festa.

Também é importante verificar previamente e registrar no contrato a questão da rolha no baile (bebida alcoólica extra, levada pelo próprio formando): se é ou não permitida e a quantidade.

O clube contratado para as cerimônias não pode ser trocado aleatoriamente. Se esta situação estiver prevista em contrato e vier a ocorrer, a substituição deverá ser por outro espaço da mesma categoria. Outros dados que também devem constar no contrato são: preços de cada item, as formas de pagamento, número de parcelas e encargos por atraso no pagamento. Recomenda-se que cada aluno fique com uma cópia deste documento.

Quanto à cobertura fotográfica e serviços de filmagem cabe à co-

missão solicitar que a empresa fixe os preços de álbuns, fotos individuais e DVD e data prevista para entrega. É aconselhável também já estipular em contrato a limitação do valor máximo a ser cobrado nos casos de fotos adicionais ou aquisição do álbum em momento posterior a contratação inicial com os demais formandos. É de entendimento da Fundação Procon-SP que a imposição ao aluno de adquirir o álbum completo, ou mesmo de um número mínimo de fotos ou do DVD, configura prática abusiva. Assim como, condicionar a aquisição das fotos ao DVD e vice-versa.

Fique atento quanto à eventual previsão contratual que proíba ingresso de convidados com máquinas fotográficas ou filmadoras próprias. Também é uma prática abusiva que a comissão tem di-

reito a contestar junto à empresa contratada.

Os critérios para o cancelamento individual ou geral e a restituição da quantia paga precisam estar claros no contrato. É considerada abusiva a cláusula que estipular a perda total dos valores desembolsados, mesmo para o aluno que for reprovado. Antes de assinar o termo de adesão, o aluno precisa ler com atenção todas as cláusulas do contrato e analisar as condições estabelecidas, inclusive, a sua disponibilidade econômica durante os meses de pagamento.■

O QUE DIZ O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Artigo 6º - São direitos básicos do consumidor:

Inciso VI – a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos

Artigo 20º – O fornecedor responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I – a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;

II – a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III – o abatimento proporcional do preço.

Ponto extra: pode cobrar?

Foto: SXC



Desde 2008 a cobrança pelo ponto-extra vem sendo discutida pelos setores envolvidos, com várias ações, decisões e alterações na norma. Atualmente, as empresas estão proibidas de praticar essa cobrança e os consumidores que tiverem problemas devem procurar o Procon-SP ou o órgão de defesa do consumidor de sua cidade.

▲ Por Gabriela Amatuzzi

No entendimento do Procon-SP a cobrança do ponto-extra é prática abusiva, sendo pertinente apenas a cobrança pela instalação, manutenção e reparo da rede e dos conversores ou decodificadores, ou seja, apenas por evento, não devendo haver a cobrança regular pelo uso do segundo ponto.

Em função disso, em fevereiro de 2009, o Procon-SP entrou com Ação Civil Pública contra as empresas NET São Paulo Ltda., Telefônica Sistema de Televisão S/A e Comercial Cabo TV São Paulo S/A para a suspensão da cobrança do ponto-extra, inclusive com pedido para que sejam devolvidos em dobro os valores já cobrados. Na ação, o órgão pede ainda que, até a conclusão da ação, os fornecedores cessem a cobrança.

HISTÓRICO

Em junho de 2008, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), órgão responsável pela regulação do setor, suspendeu por 60 dias a vigência dos artigos 30,31 e 32 do Regulamento dos Direitos dos Assinantes de TV por Assinatura, que definem a possibilidade da prestadora cobrar por serviços realizados, relativos a ponto-extra. Mas manteve o artigo 29, que garante para o assinante o direito ao ponto extra, sem qualquer ônus. Após a decisão da agência, a ABTA ingressou com ação, com pedido liminar, na Justiça Federal de Brasília, pedindo a suspensão do artigo 29 do regulamento.

Foi concedida liminar pelo juiz da 14ª Vara da Justiça Fede-

ral de Brasília, permitindo a continuação da cobrança mensal do ponto-extra. O juiz reconheceu a falta de clareza da norma.

Em fevereiro de 2009, a Fundação Procon-SP entrou com ação pedindo a declaração de abusividade da cobrança pela utilização do ponto-extra e a devolução em dobro dos valores cobrados abusivamente dos consumidores. Foi solicitado ainda que as empresas deixem de cobrar pela utilização do ponto-extra.

ne as exceções de cobrança pelo serviço, como na instalação, reparo de rede interna ou de conversores.

Em Março de 2010 a juíza da 6ª Vara da Fazenda Pública de São Paulo deferiu liminar na ação proposta pelo Procon-SP decidindo que a cobrança por serviço não prestado caracteriza enriquecimento ilícito e prática abusiva, concedendo a liminar determinando às empresas que não cobrem pela utilização do

do, o desembargador considerou que como agência reguladora possui súmula (nº 09), a qual não veda que a prestadora e o assinante disponham livremente sobre a forma de contratação do equipamento conversor/decodificador, concluindo, pelo cabimento desta contratação, pactuando livremente as partes, vedando-se apenas o abuso de poder econômico. Nesse sentido, a decisão de segundo grau considera possível a cobrança do equipamento,

No entendimento do Procon-SP a cobrança do ponto-extra é prática abusiva, sendo pertinente apenas a cobrança pela instalação, manutenção e reparo da rede e dos conversores ou decodificadores

Em abril 2009, a Anatel publica a Resolução n.º 528/2009, possibilitando a cobrança de serviços que envolvam a oferta de pontos-extras e de pontos-de-extensão quanto a instalação e reparo da rede interna e dos conversores/decodificadores de sinal ou equipamentos similares. De acordo com a norma, a cobrança destes serviços deve ocorrer por evento, sendo que os valores não podem ser superiores àqueles cobrados pelos mesmos serviços referentes ao Ponto-Principal.

Em agosto de 2009, caiu a liminar pelo juiz da 14ª Vara da Justiça Federal de Brasília, que concedia à ABTA a possibilidade da cobrança do ponto-extra. O juiz acatou a nova redação dada pela Anatel aos artigos 29 e 30 da Resolução 488/07, que defi-

ponto-extra, a partir da mensalidade seguinte à data da intimação da decisão, sob pena de multa diária de R\$ 30.000,00.

No mesmo mês, a agência reguladora publicou nota de esclarecimento para explicitar interpretação sobre aspectos relativos ao ponto-extra contido no Regulamento de Proteção e Defesa dos Direitos dos Assinantes dos Serviços de Televisão por Assinatura, na tentativa de tornar mais claro o entendimento de que a prestadora somente poderá cobrar pelo equipamento e pelos serviços de instalação e manutenção do ponto-extra por evento.

Inconformados com o deferimento da liminar a Telefônica Sistema de Televisão S/A interpôs agravo de instrumento. Contu-

desde que haja previsão contratual entre as partes, deferindo-se o efeito suspensivo em relação a esta questão. Dessa forma, a liminar ficou suspensa.

Neste cenário de discussões, as empresas passaram a cobrar o aluguel de conversores/decodificadores, e não mais pelo ponto-extra, o que na prática é a mesma coisa, a transferência do ônus ao consumidor. Nota-se que a própria Súmula da Anatel contraria o regulamento nº 528/09, que é claro ao proibir a cobrança pelo ponto-extra como também pelo aluguel de conversores/decodificadores.

A ação civil pública a qual o Procon-SP ingressou ainda não foi concluída. A expectativa do órgão é que a Justiça decida favoravelmente aos consumidores.■

Semana do Consumidor

Foto: Glauber Ribeiro



Em comemoração ao Dia Internacional do Consumidor, 15 de março, a Fundação Procon-SP realizou nos dias 16, 17 e 18 de março a Semana do Consumidor.

O evento realizado no Vão Livre do MASP contou com a presença da Secretária da Justiça e da Defesa da Cidadania, Eloisa de Sousa Arruda, e com a parceria do Ipem-SP, do Idec, da Defensoria Pública, da Proteste e do Ministério Público Federal. Durante os três dias a unidade móvel do Procon-SP atendeu aproximadamente 150 consumidores, além de distribuir 200 informativos sobre educação financeira para as pessoas que passaram pelo local. "A unidade móvel é uma ferramenta

importante para levar os serviços do Procon-SP, em especial o atendimento, à população", disse Paulo Arthur Góes, diretor — executivo do Procon-SP.

Demais Ações

Além do evento na Avenida Paulista, técnicos da fundação e de Procons conveniados realizaram atendimento especial e palestras sobre os direitos do consumidor.

Participaram do mutirão as cidades de Araçatuba, Santos, São José dos Campos, Campos do Jordão, Avaré, Cerqueira César, Ibiuna, Porto Feliz, São Manuel, Presidente Prudente, Sorocaba, Tietê, Salto, Presidente Epitácio e Ribeirão Preto.

Alimentos importados do Japão



Devido ao acidente radionuclear ocorrido em usina atômica do Japão a agência nacional de vigilância sanitária (Anvisa), em 1º de abril, fixou critérios para a importação de matérias-primas e alimentos do Japão.

A resolução estabelece que a importação de matérias-primas e produtos alimentícios originários ou provenientes do Japão, acabados, semi-elaborados ou a granel, destinados ao consumo humano, fabricados com data posterior a 11/03/2011, somente deverá ocorrer mediante apresentação de declaração das autoridades sanitárias japonesas de que os produtos estão de acordo com os limites estabelecidos pelo codex alimentarius.

Caso alguma empresa no Brasil tenha efetuado a importação destes produtos depois da data mencionada e importados antes da publicação desta resolução, não deverá utilizá-los no processamento industrial de alimentos nem efetuar o comércio dos mesmos no país.

Garrações de água



Portaria nº 128/11 do Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM) determina que os garrações-plásticos retornáveis de água mineral

devam trazer a data de validade impressa de forma indelével e legível na parte superior do garração, entre o gargalo e o anel de reforço superior. A data limite de 03 (três) anos de sua vida útil deve ser especificada na forma "Data de Fabricação" e "Prazo de Validade" expressos segundo a escrita usual: mês/ano.

Também o número de certificação da embalagem que atesta a sua conformidade com as normas técnicas da BNT NBR 1422 e 14328 e o nome

do instituto técnico responsável pela emissão do certificado deverão estar impressos neste espaço mantendo as mesmas condições estabelecidas para a data de validade.

Esta Portaria, que entra em vigor em 26 de junho, altera a redação do Artigo 5º da Portaria 387 que disciplina o uso das embalagens plásticas garração retornável, destinados ao evasamento e comercialização de água mineral e potável de mesa.

Fim das tarifas indevidas?



No dia 1º de março, entram em vigor as novas regras dos cartões de crédito determinadas pelo CMN (Conselho Monetário Nacional) do Banco Central. As mudanças acontecem por etapas. Confira as principais:

Segundo as novas determinações, as administradoras de cartão de crédito não podem mais emitir cartões de crédito sem a

solicitação do cliente, prática considerada abusiva há 20 anos pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC).

As instituições financeiras serão obrigadas, a partir de 31 de maio, a ofertar o cartão de crédito básico. Esta modalidade não pode possuir programas de recompensa ou benefícios ao consumidor; além disso, este tipo de cartão só pode conter cinco tarifas: anuidade (que deve ser menor em relação aos cartões nacionais e internacionais), pagamentos de contas, fornecimento de 2ª via, utilização para saques e pedido de urgência na análise para aumento do limite. Diminuindo assim o elevado número de tarifas existentes hoje, que dependendo da

administradora, pode chegar a 40.

A partir de 1º de junho deste ano, o valor mínimo para o crédito rotativo passa de 10% para 15%, chegando a 20% do valor total da fatura em dezembro de 2011.

Para a técnica de defesa do consumidor do Procon-SP, Renata Reis, as medidas do CMN são "positivas, mas deveriam definir uma padronização dos encargos cobrados pelas administradoras". Renata Reis critica também o fato de o Banco Central proibir, somente em 2011, os bancos de emitirem cartões sem solicitação do consumidor. "O Código de Defesa do Consumidor considera prática abusiva o envio de prontos e serviços sem solicitação há 20 anos, editar uma resolução proibindo algo já previsto em Lei Federal é desnecessário", analisa.

Adequação de publicidade

Com o objetivo de adequar peça publicitária veiculada na TV promovida pela Crefisa, instituição financeira que atua no mercado de crédito pessoal, foi firmado termo de ajustamento entre a empresa e a Fundação Procon-SP. Na publicidade os consumidores eram informados que o crédito era concedido rapidamente e sem a necessidade de análise e avaliação de capacidade de pagamento do cliente. A Lei 8.078/90, conhecida como Código de Defesa do Consumidor, veda qualquer tipo de publicidade que induza o consumidor ao erro. O Termo de Compromisso de Ajustamento de Conduta número 13, de 4 de abril, foi firmado após reuniões entre representantes do Procon-SP e da empresa Crefisa e prevê aplicação de multa de R\$20.000,00 por veiculação de peça em desacordo ao que determina o documento.

Rotulagem de Transgênicos



Em novembro de 2010, uma fiscalização coordenada pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) – em parceria com os Procons de São Paulo, Bahia e Mato Grosso – detectou que, em pelo menos dez

produtos com ingredientes transgênicos, não havia a indicação no rótulo da sigla OGM – que indica a presença de Organismos Geneticamente Modificados. A informação é obrigatória, conforme o Código de Defesa do Consumidor e o Decreto 4.680/2003. As empresas responsáveis respondem a processos administrativos instaurados pelo DPDC. As empresas com produtos identificados com rotulagem irregular foram: Adria Alimentos do Brasil, Alimentos Zaeli, Bangley do Brasil Alimentos, Bimbo do Brasil, J. Macedo, Kraft Foods, Nestlé, Nutrimental, Oetker e Pepsico do Brasil.

Conforto para quem?

A companhia aérea Tam foi autuada no mês de abril pelo Procon-SP por oferecer a preço diferenciado o chamado assento conforto: poltronas localizadas na primeira fileira e próximas às saídas de emergência, onde há mais espaço para o passageiro. A empresa usa um espaço que já existe no avião, sem oferecer nenhum serviço adicional, para arrecadar um valor maior. De acordo com norma da ANAC, as primeiras fileiras devem ser usadas

prioritariamente por crianças em berço ou desacompanhadas e passageiros com cão-guia. Caso não sejam ocupadas em até 48 horas antes do voo, a companhia pode oferecer aos demais passageiros.

A prática, considerada abusiva pelo órgão, fere o Código de Defesa do Consumidor por tratar passageiro de uma mesma classe de forma desigual. A empresa pode ser multada no valor de R\$400,00 a R\$6 milhões. Cabe defesa.

Limpando as gavetas

▲ Por Rosi Palma

Comprovantes referentes à quitação de contas têm um tempo específico para ficarem guardados, mas é importante ficar atento aos prazos para descartar estes documentos.

Nos casos de serviços, públicos ou privados, prestados ao consumidor de forma contínua, como fornecimento de água, luz, telefone, TV por assinatura, escolas, cartão de crédito, de acordo com as Leis Estadual 13.552/2009 e Federal 12.007/2009, os fornecedores são obrigados a encaminhar aos seus clientes declaração de quitação de débitos referente ao ano anterior.

A legislação federal estabelece que, durante o mês de maio os fornecedores devem enviar ao consumidor uma declaração de quitação anual, que substituirá os recibos e comprovantes mensais emitidos ao

longo do ano anterior. Mas, é necessário estar em dia com todas as parcelas ou mensalidades do ano anterior e caso algum débito seja objeto de contestação judicial, o direito à declaração de quitação será apenas dos meses não questionados. Se o consumidor não tiver utilizado os serviços durante todos os meses do ano anterior, o documento deverá ser referente aos meses em que houve faturamento dos débitos.

Veja abaixo alguns prazos para descarte de documentos, especificamente, em casos de problemas relativos a consumo. ■



Foto: Glauber Ribeiro

PRAZOS DE CONSERVAÇÃO DA DECLARAÇÃO DE QUITAÇÃO ANUAL

Água, energia, telefone e demais contas de serviços essenciais	Cinco anos.
Condomínio	Durante todo o período em que o morador estiver no imóvel e, após a saída, por mais dez anos.
Consórcio	Até o encerramento das operações financeiras do grupo.
Seguro	Proposta, apólice e as declarações de pagamento por mais um ano após o fim da vigência.
Convênio médico	Proposta e contrato por todo o período em que estiver como conveniado. Recibos, no mínimo, os 12 meses anteriores ao último reajuste devem ser guardados por todo o período de contratação. Seguro saúde segue as regras dos seguros em geral, ou seja, qualquer reclamação ou ação judicial (do consumidor ao seguro ou do seguro ao consumidor) deve ser feita no prazo de um ano. Para plano de saúde, o prazo é de cinco anos.
Mensalidade escolar	Declarações e contrato por de cinco anos.
Cursos livres	Declarações e contrato por de cinco anos.
Cartão de crédito	Por cinco anos.
Aluguel	O locatário deve guardar o contrato e as declarações até sua desocupação e consequente recebimento do termo de entrega de chaves, por três anos, desde que não haja qualquer pendência (somente para casos entre consumidor e uma empresa/administradora).

PRAZOS DE CONSERVAÇÃO DE OUTROS DOCUMENTOS

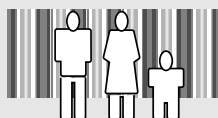
Compra de imóvel	A proposta, o contrato e todos os comprovantes de pagamento até a lavratura e registro imobiliário da escritura (somente para casos onde haja uma efetiva relação de consumo – contratos entre particulares são de natureza jurídica diferente).
Notas fiscais e Certificados de garantia	Pelo prazo da vida útil do produto/serviço, a contar da aquisição do bem.
Contratos	Até que o vínculo entre as partes seja desfeito e, em se tratando de financiamento, até que todas as parcelas estejam quitadas e o bem desalienado.



**Tráfico de pessoas é crime.
Previna-se, defenda-se, denuncie:
ligue 181**

Plantão: (11) 7818-9418 ou (11) 3241-4291 - Sigilo absoluto

Núcleo
De Prevenção
e Enfrentamento
ao Tráfico de Pessoas



COORDENAÇÃO DE POLÍTICAS
PARA A POPULAÇÃO
NEGRA E INDÍGENA



**GOVERNO DE
SÃO PAULO**



Procon Ipem

Fundação de Proteção e
Defesa do Consumidor



Atendimento, consultas e reclamações

POSTOS POUPEMPO

Itaquera: Av. do Contorno, 60 – Metrô Itaquera
Santo Amaro: Rua Amador Bueno, 176/258
Sé: Praça do Carmo s/nº
2ª a 6ª, das 7h às 19h - Sábados, das 7h às 13h

OUVIDORIA DO PROCON-SP

Rua Barra Funda, 930, Sala 401
Barra Funda, Cep 01152-000, São Paulo-SP
Telefone/Fax: (11) 3826-1457
Email: ouvidoria@procon.sp.gov.br

INTERNET

www.procon.sp.gov.br

OUTROS ATENDIMENTOS

Cartas: Caixa Postal 3050 - Cep: 01031-970
Fax: (11) 3824-0717 - 2ª a 6ª, das 10h às 16h
Orientações e Cadastro de Reclamações Fundamentadas:
Telefone 151
2ª a 6ª, das 7h às 19h.

OUTROS MUNICÍPIOS

Consulte a prefeitura de sua cidade ou o site do Procon-SP

