

UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL
GRADUAÇÃO BACHARELADO EM DIREITO

GISELLE FERREIRA ADELUNGUE

**ASPECTOS GERAIS DA RELAÇÃO DE CONSUMO
E ÓRGÃOS DE DEFESA DO CONSUMIDOR À LUZ
DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

São Caetano do Sul
2015

GISELLE FERREIRA ADELUNGUE

**ASPECTOS GERAIS DA RELAÇÃO DE CONSUMO
E ÓRGÃOS DE DEFESA DO CONSUMIDOR À LUZ
DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

**Monografia apresentada para a
conclusão do curso de graduação
de Bacharel em Direito pela
Universidade Municipal de São
Caetano do Sul – USCS**

**Orientadora
Profª Ms. Cinira Gomes Lima Melo**

**São Caetano do Sul
2015**

Ficha Catalográfica

A181a Adelungue, Giselle Ferreira

Aspectos Gerais da Relação de Consumo e Órgãos de Defesa do Consumidor à Luz do Código de Defesa do Consumidor / Giselle Ferreira Adelungue. – São Caetano do Sul: USCS, 2015.

57 f.

Orientadora: Prof^a Ms. Cinira Gomes Lima Melo.
Monografia (Bacharelado em Direito) – USCS, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, 2015.

1. Consumidor. 2. Código de Defesa do Consumidor. 3. Relação de Consumo. 4. Órgãos de Defesa do Consumidor. I. Melo, Cinira Gomes Lima. II. Universidade Municipal de São Caetano do Sul. III. Título

REITOR DA UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL – USCS

Prof. Dr. Marcos Sidnei Bassi

PRÓ-REITOR DE GRADUAÇÃO

Prof. Ms. Marcos Antônio Biffi

GESTOR DO CURSO DA ESCOLA DE DIREITO

Prof. Dr. Robinson Henriques Alves

Dedicatória

Dedico a concretização desse trabalho, especialmente aos meus amados e eternos pais, Nilce e Eduardo (*in memoriam*) que, no decorrer da minha vida, proporcionaram-me, extenso carinho, amor e perseverança.

Dedico as minhas queridas irmãs e meus preciosos sobrinhos, que permaneceram sempre ao meu lado. A minha querida e amada avó Cida (*in memoriam*) que me ajudou, durante todo o percurso de minha vida, com incentivo, atenção e carinho.

Agradecimentos

Meu agradecimento em primeiro lugar a Deus que, iluminou o meu caminho, me dando força e coragem durante essa etapa.

À minha querida professora e orientadora, Ms. Cinira Gomes Lima Melo, pelo suporte, pela compreensão, pelo incentivo e correção na orientação, que tornaram possível a conclusão desta monografia.

Agradeço a todos os professores do curso de Direito, que foram tão importantes durante minha graduação.

Agradecimentos aos meus amigos (as) pelos preciosos conselhos e a todos aqueles que direta ou indiretamente, contribuíram por mais esta realização em minha vida.

À todos vocês, minha imensa gratidão!

“Tente uma, duas, três vezes e se possível tente a quarta, a quinta e quantas vezes for necessário. Só não desista nas primeiras tentativas, a persistência é amiga da conquista. Se você quer chegar aonde a maioria não chega, faça o que a maioria não faz”.

(William Henry Gates III – 1955 – fundador da Microsoft)

Resumo

O presente trabalho aborda sobre a proteção e defesa do Consumidor, tem como objeto a evolução do Direito do Consumidor e a importância que o tema alcançou ao passar dos anos. Será observado superficialmente sobre princípios básicos e conceitos à luz do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor. Aborda o surgimento da Lei 8.078/90 e de alguns órgãos de defesa do consumidor e suas principais atribuições. Neste contexto, verifica o Código de Defesa do Consumidor, como o instrumento jurídico adequado para a tutela dos consumidores, e tem como objetivo, regular as relações entre consumidor, fornecedor ou prestador de serviços, buscando um equilíbrio nas relações de consumo fazendo uso dos órgãos de defesa do consumidor.

Palavras-chave: consumidor, código de defesa do consumidor, relação de consumo, órgãos de defesa do consumidor.

Abstract

The present work discusses about protection and consumer protection, has as its object the evolution of consumer law and the importance that the theme has reached the passing of years. There is superficially on basic principles and concepts in the light of the Brazilian Code of Consumer Protection. It presents the emergence of Law 8.078/90 and of some organs of consumer protection and their main responsibilities. In this context demonstrates the Code of Consumer Protection, as the appropriate legal instrument for the protection of consumers, and has as objective, regulate relations between consumers, supplier or provider of services, seeking a balance in consumer relations by making use of the organs of consumer protection.

Key-words: consumer, consumer protection code, consumption ratio, bodies of consumer protection.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 1 DEFESA DO CONSUMIDOR	11
1.1 Evolução Histórica	11
1.2 Princípios da Lei 8.078/90	14
CAPÍTULO 2 RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO	20
2.1 Conceito.....	20
2.2 Conceito Jurídico do Consumidor	22
2.3 Conceito Jurídico do Fornecedor	23
2.4 Conceito Jurídico de Produtos e Serviços.....	24
CAPÍTULO 3 SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR E ÓRGÃOS DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR.....	26
3.1 Criação dos órgãos de proteção do consumidor	26
3.2 Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC).....	28
3.3 Fundação Procon	30
3.4 Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC)	32
3.5 Departamento de Polícia de Proteção à Cidadania (DPPEC)	33
3.6 Ministério Público, Defensoria Pública e as Delegacias Especializadas .	33
3.7 Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE)	35
3.8 Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON)	35
3.9 Juizados Especiais	35
CAPÍTULO 4 ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DOS PERCENTUAIS DE ATENDIMENTO DO SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÕES DE DEFESA DO CONSUMIDOR	37
4.1 Conceito.....	37
4.2 Comparação dos atendimentos realizados pelo Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor	37

4.2.1 Perfil do Consumidor	38
4.2.2 Principais Problemas Relatados.....	41
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44
REFERÊNCIAS.....	45
Anexo A - Protocolo de Santa Maria	48
Anexo B - Ranking de Atendimentos Estadual – Procon	49
Anexo C - Ranking das 50 Empresas mais reclamadas.....	51
Anexo D - Assuntos mais demandados em 2012	53
Anexo E - Assuntos mais demandados em 2013	54
Anexo F - Assuntos mais demandados em 2014	55

INTRODUÇÃO

No decorrer dessa monografia, deseja-se por meio de princípios, conceitos e de observações sobre aspectos do Código de Defesa do Consumidor, esclarecer as relações de consumo e a grande importância dos órgãos de defesa do consumidor, como auxiliares nos conflitos decorrentes da relação de consumo.

Enfocando, todos esses aspectos o presente trabalho foi dividido em quatro capítulos. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica.

No primeiro capítulo explana-se sobre a evolução histórica da defesa do consumidor, os princípios e o surgimento da Lei 8.078/90, o Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, que regulamenta não só os direitos fundamentais e garantias que visam a proteção dos consumidores até então não tutelados, como demonstra que o Estado tem o dever de proteger e equilibrar as relações de consumo.

No segundo capítulo aborda sobre a incidência do Código de Defesa do Consumidor, sobre os sujeitos das relações de consumo, o conceito jurídico de consumidor, fornecedor, produtos e serviços, e a importância de cada um na relação de consumo.

O terceiro capítulo demonstra-se os órgãos de defesa do consumidor, onde a partir da criação do Código de Defesa do Consumidor, criou-se também o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) do Ministério da Justiça, a criação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), Juizados Especiais, Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON), Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), Defensoria Pública, as Delegacias Especializadas e o Procon, órgãos atuam como mediadores de conflitos nas relações de consumo.

O quarto e último capítulo analisa-se os percentuais anuais do Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor, que são relativos aos atendimentos realizados pelos Procons de todo Brasil, integrados a esse Sistema. Observa-se também, o perfil, faixa etária e principais assuntos reclamados nos Procons.

CAPÍTULO 1 DEFESA DO CONSUMIDOR

1.1 Evolução Histórica

Para a melhor compreensão do ramo jurídico que hoje chamamos de Direito do Consumidor, faz-se necessário conhecer um pouco de sua evolução histórica.

Com base em Cavalieri Filho, para se conseguir entender a origem desse ramo autônomo que é o Direito do Consumidor, é indispensável empregar especial atenção à Revolução Industrial. Nesse sentido, tem-se que antes da Revolução Industrial a produção era limitada, haja vista que sua forma era artesanal e balizada ao núcleo familiar ou a uma pequena quantidade de pessoas. (2008, p.24)

Como muitas pessoas possam imaginar, não é recente, a concepção de um ordenamento de direitos e deveres a serem realizados durante e após as relações de consumo.

Antigamente as pessoas estabeleciam relações de consumo, tendo em vista a aquisição ou utilização de produto ou serviço com destinação final, suas obrigações e condutas eram estabelecidas para serem cumpridas por ambas as partes.

Com base em Oliveira (2010, p.6), existem registros que os interesses dos consumidores também estavam resguardados na Mesopotâmia, no Egito Antigo e na Índia do século XIII A.C., pelo Código de Massú que previa pena de multa e punição, bem como a de ressarcimento de danos, aos que adulterassem gêneros alimentícios, ou entregassem coisa de espécie inferior à acertada, bem como procedessem à venda de igual natureza por preços diferentes.

Observa-se, que havia registros históricos, desde o Código de Hamurabi, que datam do século XVIII A.C., apontam a existência de regras para tratar de questões familiares, sucessórias, patrimoniais, e também, são mencionados assuntos relativos a preço, qualidade e quantidade dos produtos. Marco histórico para o direito do consumidor é a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, consequência da Revolução Francesa, em 1789, pois antes do sujeito ser um consumidor, deve-se reconhecê-lo como cidadão, titular de direitos individuais; tal perspectiva, fundamental na evolução histórica, serviu, e serve, de suporte para as inovações legislativas advindas do Estado.

“A partir do século XVIII, as descobertas que partejaram a Revolução Industrial modificaram, de modo fundamental, as relações de consumo, repercutindo nos direitos comercial e civil.” (SAAD, SAAD e BRANCO, 2006, p. 21).

Baseando-se em Amaral (2010, p.20) em 1872, nos Estados Unidos surge a lei que reprimia fraudes no comércio, mas, a história de luta pelos direitos dos consumidores tem início mundialmente em 1891, nos Estados Unidos da América do Norte sob liderança de Josephine Lowell, onde visava assegurar melhores condições de trabalho mais dignas para as mulheres e crianças operárias.

Conforme Oliveira (2010, p.8):

Em 1º de agosto de 1905, foi promulgada na França a primeira lei, que trata sobre fraudes e falsificações de mercadorias, em especial destinada à alimentação, expressão da preocupação do Estado para com o consumidor, início do século XX.

A partir da década de 1950, o Brasil começou a participar mais ativamente do desenvolvimento industrial, formando um mercado interno menos dependente da produção externa como suprimento das suas necessidades, assim, o país começou a crescer continuamente nas relações comerciais, entretanto, embora o mercado crescesse continuamente, as relações comerciais não conseguiam modificar ou criar novas condições de equilíbrio entre as partes nessa relação de consumo.

Enquanto o mercado sobrevivia com base numa grande demanda reprimida, o consumidor continuava a ser desconsiderado como parte importante no processo da relação de consumo.

A visão da sociedade e a proteção ao consumidor expandiram-se em alguns países a partir dos anos 1960. Em especial, pelo surgimento de associações de consumidores na sociedade, que desenvolveram o tema permitindo inovações legislativas em benefício do consumidor.

Segundo Gama (2000, p. 5) “No Brasil surgiu na década de 70 uma Associação de Defesa do Consumidor em Porto Alegre, RS, que edita a importante *Revista Consumidor*.”

Em Azevedo (2009 p.34) observa-se que, a ONU passou a ocupar-se com o tema e, em 11 de dezembro de 1969, aprovou a Resolução nº 2.542, que proclama a Declaração das Nações Unidas sobre o progresso e desenvolvimento social, o consumidor passou a ser objeto de preocupação por parte dos legisladores nos Estados Unidos, a partir da segunda metade do século XX, face às transformações no sistema capitalista de produção e circulação de bens e serviços.

Em abril de 1985, a ONU editou a Resolução nº 39/248, que tratou de normas de proteção ao consumidor, amenizando as diferenças entre consumidores e fornecedores, propondo aos países a proteção adequada aos consumidores.

Em análise de Filomeno (2005, p. 5):

A Resolução 39-248, em última análise, traçou uma política geral de proteção ao consumidor destinada aos Estados filiados, tendo em conta seus interesses e necessidades em todos os países e, particularmente, nos em desenvolvimento, reconhecendo que o consumidor enfrenta, amiúde, desequilíbrio em face da capacidade econômica, nível de educação e poder de negociação. Reconhece, ainda, que todos os consumidores devem ter o direito de acesso a produtos que não sejam perigosos, assim como o de promover um desenvolvimento econômico e social justo, equitativo e seguro. Nela, basicamente, encontra-se a preocupação fundamental de: *proteger o consumidor quanto a prejuízos à saúde e segurança, fomentar e proteger seus interesses econômicos, fornecer-lhe informações adequadas para capacitá-lo a fazer escolhas acertadas de acordo com as necessidades e desejos individuais, educá-lo, criar possibilidades de real ressarcimento, garantir a liberdade para formação de grupos de consumidores e outras organizações de relevância, e oportunidade para que essas organizações possam intervir nos processos decisórios a elas referentes.*

Apenas ao término do século XX e começo do século XXI é que as autoridades se deram conta da necessidade de tratar as pressões sociais que começaram a se constituir, uma vez que na realidade o consumidor sempre foi o verdadeiro propulsor da vitalidade do mercado.

É por meio da Constituição Federal de 1988 que o assunto consumidor obtém um vigoroso fortalecimento, com o objetivo de alcançar o equilíbrio das relações de consumo, assim como deixando o consumidor e fornecedor em nível de igualdade novamente.

Com a promulgação da Lei 8.078, o Código de Defesa do Consumidor em 11 de Setembro de 1990, se deu o fim do desamparo na luta pela proteção dos consumidores, abrangendo todos os âmbitos das relações entre fornecedor e consumidor. Após a elaboração desse Código, as relações de consumo foram então regulamentadas, para criar um sistema de equilíbrio comercial e social, onde o dever de proteger ficou a cargo do Estado, e este demonstrou como preocupação basilar proteger o consumidor quanto aos prejuízos à sua saúde, segurança, interesses econômicos, e buscando fornecer-lhe informações adequadas.

De acordo com Gama (2000, p. 7):

O que diferencia o movimento consumerista brasileiro dos existentes nos demais países, é que no Brasil o Estado, pelos seus órgãos, deu a alavancagem e dá sustentação à Defesa do Consumidor, enquanto alhures o movimento consumerista é eminentemente privado, sob as inspirações,

principalmente, das milhares de organizações privadas americanas. Apenas no México Estado atua tanto quanto no Brasil.

O consumidor passou, assim, a ser visto como parte vulnerável da relação de consumo, e, com base nisso, fundou-se essa nova disciplina jurídica, passando a ser necessário protegê-lo legalmente, como estabelece o Código de Defesa do Consumidor no:

Art. 4º - A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:
I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo.

O Código de Defesa do Consumidor tornou-se um instrumento de defesa da sociedade, nas relações de consumo com o intuito de proteger a população dos riscos que fornecedores, produtos ou serviços possam vir a causar ao consumidor.

Conforme Gama (2000, p. 169):

No CDC estão as três fases da Defesa do Consumidor: a fase repressiva, pelas punições a que estão sujeitos os infratores das suas normas e de todas as demais normas de proteção ao consumidor (arts. 56 e 61 do CDC). A fase indenizatória, pelas reparações previstas no inciso VI do 6º e pelas normas que vedam as cláusulas de “não indenizar” ou atenuem a obrigação de reparar monetariamente qualquer dano (art. 25 e nº I do art. 51 do CDC). Por fim, a fase preventiva enunciada pelos demais incisos do art. 6º do CDC.

O Código de Defesa do Consumidor assegura direitos como a proteção da vida, da saúde e da segurança contra riscos provocados no fornecimento de produtos e serviços, proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, além prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais.

A implantação do Código de Defesa do Consumidor representou inovação no ordenamento jurídico nacional, demonstrando a intervenção do Estado nos assuntos relacionados ao consumo, trouxe avanços notórios, assim como assegurou direitos na relação de consumo até então não protegidos, esse instituto foi inovador em seu campo de atuação, atribuindo direitos fundamentais aos consumidores.

1.2 Princípios da Lei 8.078/90

O Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078/1990 veio para tutelar as relações de consumo que se encontravam desequilibradas, e tem como objetivo garantir a efetiva defesa e proteção ao consumidor.

No capítulo relativo aos direitos e deveres individuais e coletivos, a Constituição Federal de 1988, prevê a defesa do consumidor, onde diz em seu “artigo 5º, inciso XXXII - o Estado promoverá na forma da lei, a defesa do consumidor.”

Na referida Constituição Federal em seu artigo 170 e incisos, estabelece princípios gerais para a atividade econômica:

Art. 170 - A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

I - soberania nacional;

II - propriedade privada;

III - função social da propriedade;

IV - livre concorrência;

V - defesa do consumidor;

VI - defesa do meio ambiente;

VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação;

VII - redução das desigualdades regionais e sociais;

VIII - busca do pleno emprego;

IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País.

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.

O conjunto de normas e princípios que regem a relação de consumo está entre os artigos 1º ao 7º do Código de Defesa do Consumidor, porém nota-se que os artigos 1º ao 3º mencionam os conceitos e disposições gerais do consumidor, já os princípios gerais estão concentrados nos artigos 4º e 7º da lei, e que estabelece o objetivo a ser alcançado para a proteção do consumidor.

O Estado passa a demonstrar sua preocupação em assegurar a proteção e defesa do consumidor, buscando amparar os seus direitos, conforme diz os artigos 6º e 7º do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

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

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX - (Vetado);

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

Parágrafo único. (Vide Lei nº 13.146, de 2015) (Vigência)

Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

O Código de Defesa do Consumidor, em seu Capítulo II, dispõe sobre o que seja a Política Nacional de Relações de Consumo, onde constam no artigo 4º os princípios.

Observa-se que os autores mencionam os princípios no *caput* do artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor e seus incisos.

Segundo o pensamento de Filomeno (2005, p.11):

Com efeito, o **art.4º** do Código de Defesa do Consumidor constitui-se numa verdadeira **alma**, no sentido de que se visa a atender não apenas as **necessidades dos consumidores e respeito à sua dignidade - de sua saúde e segurança, proteção de seus interesses econômicos, melhoria de sua qualidade de vida**, como também à imprescindível **harmonia das relações de consumo**.

Contudo, o que faz com que o Código de Defesa do Consumidor seja um sistema de normas eficiente são os princípios em que ele se funda, aos quais decorrem diretamente da Constituição, a respeito dos princípios fundamentais, dos direitos e deveres individuais e coletivos, e dos direitos sociais vem supramencionados nos artigos 1º, 5º e 6º, e oferecem ao consumidor um tratamento diferenciado em razão da natureza das relações jurídicas que envolvem as partes desse tipo de relação.

Com base em Benjamin, Marques e Bessa (2013, p. 67), podem-se destacar alguns princípios de acordo com os incisos do artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor, entre eles:

Inciso I – princípio da vulnerabilidade;
 Inciso II e VIII- princípio da defesa do consumidor pelo Estado, princípio da garantia de adequação,
 Inciso III - princípio da boa-fé objetiva e princípio do equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores
 Inciso IV - princípio da informação e da educação
 Inciso V e VII- princípio da confiança ou princípio da segurança e qualidade
 Inciso VI - princípio de combate ao abuso

O autor Filomeno (2005, p. 9) não divide os princípios de acordo com os incisos do artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor, mas, elenca como princípios epistemológicos, onde menciona que um verdadeiro microsistema jurídico pode conter:

(a) *princípios que lhe são peculiares* (isto é, a *vulnerabilidade do consumidor*, de um lado, e a *destinação final de produtos e serviços*, de outro); (b) por ser *interdisciplinar* (isto é, por relacionar-se com inúmeros ramos do direito, como *constitucional, civil, processual civil, penal, processual penal, administrativo*, etc.); (c) por ser também *multidisciplinar* (isto é, pode conter em seu bojo normas de caráter também variado, de cunho *civil, processual civil, processual penal, administrativo* etc.).

Baseando-se em Nunes (2013, p. 176), que em sua obra ele faz uma mescla entre os princípios da Lei 8.078/90 observados no *caput* do artigo 4º e incisos e os direitos básicos do artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor:

- dignidade;
- da garantia do suprimento das necessidades do consumidor;
- da transparência;
- da harmonia;
- dever de informar;
- boa-fé objetiva;
- do equilíbrio;
- vulnerabilidade;
- intervenção do Estado;
- proteção contra publicidade enganosa ou abusiva.

O princípio da vulnerabilidade é o pilar básico da tutela do consumidor, onde há de se entender que o consumidor é vulnerável, frágil, ou seja, o consumidor é a

parte mais fraca da relação jurídica de consumo, está no inciso I do artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor.

Essa fragilidade é devida a dois aspectos, um diz respeito ao aspecto econômico ou poder aquisitivo, onde em regra o fornecedor tem melhor capacidade econômica do que o consumidor, mas pode haver exceção a regra, e no caso, um consumidor individual ter uma boa condição financeira, podendo ser maior que a de pequenos fornecedores. Outro aspecto é relacionado à técnica e meios de produção, ou seja, o consumidor só poderá escolher aquilo que é oferecido no mercado de consumo.

Outro princípio observado no artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor é a ação governamental, em seus incisos II e VIII:

- II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:
 - a) por iniciativa direta;
 - b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;
 - c) pela presença do Estado no mercado de consumo;
 - d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.
- VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

É a intervenção direta do Estado, por organismos de defesa e proteção ao consumidor ou por via de entidades fiscalizadoras das relações de consumo. Neste sentido, cabe ao ente governamental a instituição de instrumentos eficazes à efetivação da tutela dos interesses dos consumidores.

O princípio de harmonia está relacionado à tranquilidade entre consumidores e fornecedores, ou seja, sem conflitos. A harmonização baseia-se na boa-fé e equilíbrio das relações de consumo, elencado no Código de Defesa do Consumidor em:

- Art. 4º, III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

Além disso, no Código de Defesa do Consumidor a boa-fé está prevista como cláusula geral nos contratos de consumo:

- Art. 51- São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:
 - IV – estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade.

O dever de informar é o princípio onde cabe ao fornecedor prestar todas as informações necessárias e relevantes, como características, preço, funcionamento, garantia do seu produto ou serviço. Está elencado no artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor, em seu inciso IV prevê o princípio de educação e informação, que esta positivado pelo artigo 6º inciso III.

Art. 4º, IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

Art. 6º, III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.

É a educação e informação de consumidores e fornecedores de produtos ou serviços, quanto aos seus direitos e deveres, visando assegurar ao consumidor uma escolha consciente, e que as informações prestadas ao consumidor seja de forma adequada, mesmo sendo por via sites, televisão, rádio, jornais, etc.

O princípio da transparência está previsto no artigo 4º, *caput* do Código de Defesa do Consumidor:

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

É o princípio que impõe obrigação ao fornecedor nos contratos, nos comerciais, na publicidade, dando oportunidade do consumidor conhecer o produto ou serviço oferecido.

CAPÍTULO 2 RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

2.1 Conceito

No que tange o Código de Defesa do Consumidor, cumpre ressaltar que com o passar dos tempos as relações comerciais foram aumentando e as relações jurídicas foram se aperfeiçoando.

No entanto, Nunes (2013, p. 120) fala sobre a relação de consumo: “haverá relação jurídica de consumo sempre que se puder identificar num dos polos da relação o consumidor, no outro, o fornecedor, ambos transacionando produtos e serviços”.

O artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor já mencionado no referido trabalho, dispõe sobre o que seja a Política Nacional de Relações de Consumo e o artigo 5º, menciona os instrumentos para a execução Política Nacional de Relações de Consumo.

Art. 5º - Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:
I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;
II - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;
III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;
IV - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;
V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das associações de Defesa do Consumidor.

Em conformidade com Andrade (1998, *apud* AMARAL, 2010, p. 89):

A relação jurídica, como todos seu elementos integrantes (sujeitos, objetos, fatos jurídicos e desdobramentos: espaciais, volitivos, temporais...), existe no plano abstrato da norma jurídica, na descrição hipotético-normativa, enquanto potencialidade do direito (que se fará concretude / materialidade/eficácia/dinâmica jurídica) e existe, também (ou se reproduz) no plano concreto do dia a dia dos homens, na vida social das pessoas.

A relação de consumo é bilateral, se traduz no vínculo existente entre duas ou mais pessoas. Sendo assim, para que seja constituída uma relação de consumo faz-se necessária a união de dois requisitos essenciais: uma das partes se enquadrar no conceito de consumidor e a outra no de fornecedor, isto é, onde uma deseja adquirir um produto ou prestação de serviço e, a outra que tem esse produto ou serviço.

Na questão relação de consumo, Khouri (2012, p. 48), faz uma interessante observação:

Ainda que quem tenha adquirido o bem ou serviço o tenha feito como consumidor, ou seja, para um uso não profissional, pode não haver nessa relação uma relação jurídica de consumo. É que, se quem lhe forneceu o bem ou serviço não se encaixa no conceito de fornecedor, não haverá relação de consumo e, por conseguinte, não haverá como acionar o CDC.

Conforme o pensamento de Amaral (2010, p. 91):

A relação *jurídica de consumo* é assim uma relação social que foi juridicizada e em que há como sujeitos (individuais ou coletivos, pessoas naturais ou jurídicas, de direito privado ou público, nacional ou estrangeira), em cada polo, os chamados de *consumidor e fornecedor* e que se relacionam a propósito de objeto (objeto da relação jurídica), um bem da vida, ou seja, bens ou serviços alvos do interesse, do ato de consumo (ato/negócio jurídico de consumo).

O Código de Defesa do Consumidor incide sobre as relações de consumo onde, consumidor pode exigir do fornecedor o cumprimento de uma prestação. Para que a relação de consumo seja tutelada pelo Código de Defesa do Consumidor, ela deve possuir todos estes aspectos, ou seja, uma relação que visa à transação de produtos e/ou serviços, feita entre consumidor e um fornecedor ou, entre o consumidor e o prestador de serviço.

Ibidem (p. 93), sujeitos na relação jurídica:

Na relação jurídica de consumo parecem como sujeitos (agentes potenciais, hipóteses subjetivas) o *consumidor* (vulnerável sempre, hipossuficiente nem sempre) e *fornecedor* (sempre hipersuficiente), ambos em largo espectro/possibilidades de subjetividade. Pessoa física/natural, pessoa jurídica (empresa ou não), inclusive o Estado podem ocupar uma ou outra subjetividade (consumidor ou fornecedor). Aliás, quanto ao Estado (o poder público em geral) ele pode parecer em três situações no âmbito do direito do consumidor: (a) como Estado-regulador e tutelador do mercado e do consumidor; (b) como fornecedor/prestador de serviço público; (c) como consumidor, diretamente, de bens e serviços.

Segundo Almeida (1982, *apud* AMARAL, 2010, p. 91):

Como em toda relação jurídica, também a de consumo, configura um vínculo de comutatividade em que um direito faz surgir um dever e vice-versa (direito do consumidor → dever do fornecedor ↔ direito do fornecedor → dever do consumidor).

Diante do aumento de negócios realizados, surgiu a necessidade de regulação e controle dessa atividade, todavia, além dessas relações serem regulamentadas pelo Código Civil, pela Constituição Federal, também passaram a ser regulamentadas pela Lei 8.078/90, ou seja, pelo Código de Defesa do Consumidor, com a finalidade de regular e assegurar os interesses coletivos da relação de consumo.

2.2 Conceito Jurídico do Consumidor

O conceito e definição de consumidor ficam frequentemente confusos nos textos jurídicos. Antigamente, não tinha uma adequação nos textos de lei sobre o que era a figura do consumidor, havia vários conceitos na sociedade comercial, como: cliente, comprador, freguês, usuário, entre outros.

Como cita Fourgoux (1987, *apud* AMARAL, 2010, p. 97): “ Os dicionários jurídicos conhecem o comprador, o locatário, o segurado, mas ignoram o consumidor.”

No Brasil, antes mesmo da criação do Código de Defesa do Consumidor, já havia uma preocupação consumidores, sendo considerados como uma categoria social que precisa ser tratada de maneira especial, melhor dizendo, com proteções específicas, por sua condição de vulnerabilidade.

Verifica-se que o próprio Código de Defesa do Consumidor, conceitua juridicamente o consumidor:

Art. 2º - Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Nesta lógica, entende-se que consumidor pode ser qualquer pessoa física ou jurídica, desde que ao adquirir ou utilizar produto ou serviço haja como destinatário final, adquirindo-o ou usando-o para si mesmo ou sua família, isto é, não comercialize o produto ou serviço.

A pessoa jurídica é observada no Código de Defesa do Consumidor em seu:

Art. 51 - São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

I - impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor-pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis;

Conforme menciona Benjamin, Marques e Bessa (2013, p. 92):

O consumidor é uma definição também ampla em seu alcance material. No CDC, o consumidor não é uma definição meramente contratual (o adquirente), mas visa também proteger vítimas dos atos ilícitos pré contratuais, como a publicidade enganosa, e das práticas comerciais abusivas, sejam ou não compradoras, sejam ou não destinatárias finais.

Neste sentido, o Código de Defesa do Consumidor, definiu os chamados consumidores por equiparação em seu artigo 17: “Para os efeitos desta Seção,

equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento”, ou seja, à todas as vítimas de fato danoso ocorrido, desde que tenham sofrido qualquer tipo de dano inclusive moral, podem basear-se na responsabilidade objetiva do fornecedor.

Ocorre a equiparação também no artigo 29: “Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas”. Sendo estas então, todas as pessoas expostas à oferta, à publicidade, às práticas comerciais abusivas, além das vítimas de acidentes de consumo.

Alguns estudiosos do direito dizem que, pessoa jurídica não considerada como um consumidor, pois, não utiliza o produto como destinatário final, mas esse nexo entre consumidor e pessoa jurídica cessa, pois, observando o *caput* do artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, a pessoa jurídica, conforme a lei reúne as mesmas condições para ser qualificada como consumidora destinatária final de produtos e serviços.

2.3 Conceito Jurídico do Fornecedor

Como já mencionando a relação de consumo compreende não só o consumidor, mas também, a presença do fornecedor.

Há uma amplitude quanto ao conceito de fornecedor, o Código de Defesa do Consumidor tipifica fornecedor em seis possibilidades:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Este rol de tipos de fornecedores, principalmente quanto aos serviços, deve ser combinado com o artigo 12 do Código de Defesa do Consumidor, que inclui não só o fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador, como também aqueles que projetam, formulam, manipulam, apresentam ou acondicionam o produto. Outra questão importante quanto ao fornecedor é quanto aos serviços de natureza pública, ou seja, tornam-se fornecedores de uma relação de consumo, sob a tutela da lei, a União, os Estados, os Municípios, as autarquias, os partidos políticos, as empresas públicas, as sociedades de economia mista, entre outras.

Portanto, fornecedores podem ser pessoas físicas ou jurídicas, desde que capazes e também os entes desprovidos de personalidade. (NUNES, 2013, p. 137)

Já o autor Amaral (2010, p. 108) conceitua fornecedor:

Como bem se pode observar, fornecedor, aqui, é gênero jurídico – categoria jurídica genérica – no âmbito da qual cabem espécies. Fornecedor sendo sujeito de direito só há de trazer, por suporte, por substrato o gênero jurídico pessoa, que, por sua vez, pode ser natural ou jurídica.

Ibidem (p. 109) ainda sobre fornecedor:

Assim, em arremate, pode-se dizer que fornecedor é toda pessoa, tanto a natural quanto a jurídica, a pública e a privada, a nacional e a estrangeira. E vai mais longe o espectro garantidor dessa norma, pois alcança até os entes despersonalizados (único fornecedor não pessoa).

O legislador, de forma simples e clara, procurou elencar aqueles considerados fornecedores de produtos ou serviços, não se esquecendo de nem mesmo dos entes despersonalizados.

2.4 Conceito Jurídico de Produtos e Serviços

A definição de produto está no Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 3º, parágrafo 1º, “Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.” Em concordância com o artigo 26 do Código, consta o direito de reclamar sobre bens duráveis e não duráveis”, o mesmo acontecerá no que diz respeito ao serviço.

O Código de Defesa do Consumidor definiu produto de forma mais adequada, diferentemente do Código Civil, ao qual se refere como bem ou coisa.

Descreve Nunes (2013, p. 139): “Esse conceito de produto é universal nos dias atuais e está estreitamente ligado à ideia do bem, resultado da produção no mercado de consumo das sociedades capitalistas contemporâneas.”

Cretella Júnior sobre a definição de produto: (1992 *apud*, AMARAL, 2010, p. 115) “É toda coisa que, por ter valor econômico, entra no campo jurídico, sendo objeto de cogitação, pelo homem, quando parte integrante de relação jurídica.”

O Código de Defesa do Consumidor no que diz respeito aos serviços o conceituou:

Art. 3º, § 2º: Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Amaral especifica serviço (2010, p. 117):

Extensivamente, porém, a expressa designa hoje o próprio trabalho/atividade a ser executado, ou que se executou, definindo a obra, o exercício do ofício, o expediente, o mister, a tarefa, a ocupação, ou a função. Serviço é, enfim, a ação/atividade de servir.

Em relação aos órgãos públicos, este será mencionado no *caput* artigo 22 do Código de Defesa do Consumidor:

Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos.

É possível verificar no “Anexo A” deste trabalho, definições de consumidor, fornecedor, relações de consumo, produto e serviços, segundo o Protocolo de Santa Maria.

O Código de Defesa do Consumidor procurou definir serviços de forma mais abrangente, como inclusive, os serviços financeiros, bancários, de créditos e securitários.

CAPÍTULO 3 SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR E ÓRGÃOS DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

3.1 Criação dos órgãos de proteção do consumidor

O Código de Defesa do Consumidor estabeleceu em seu artigo 4º e incisos, a intervenção direta do Estado, através da Política Nacional de Consumo e por organismos de defesa e proteção ao consumidor, como o Procon, que visa proteger efetivamente o consumidor e que existe praticamente em todos os Estados do Brasil, inclusive em alguns Municípios, ou por via de entidades fiscalizadoras das relações de consumo como o INMETRO, ou seja, tende traçar um quadro nacional dos órgãos, públicos e privados, que visam realizar a defesa dos consumidores. O objetivo desses órgãos é a fiscalização, no sentido de assegurar e orientar o acesso e a qualidade de produtos e serviços essenciais, e a legitimação, para propor ações coletivas se algo for abusivo ou em desconformidade com a norma.

Conforme menciona Filomeno (2005, p. 59):

O Código de Defesa do Consumidor, [...]. Criou, ainda, outros instrumentos de defesa, ampliando sobremaneira as ações colocadas à disposição, não só dos consumidores individualmente considerados, como também entidades que os representam, ao Ministério Público, União, Estados, Distrito Federal, Municípios e até entidades não dotadas de personalidade jurídica (Procons, por exemplo).

Verifica-se que na década de 70 ocorre o surgimento de algumas instituições de defesa dos consumidores. Na década de 80, foram criadas muitas associações com a Associação dos Participantes dos Planos de Saúde e Previdenciários (APLASP), que atua na defesa dos consumidores associados aos planos de medicina de grupo e de previdência privada, o Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC), a Associação das Vítimas dos Erros Médicos (AVERMES) que atua na defesa de vítimas de erro médico, tais associações tiveram como base a Constituição Federal de 1988.

Cada órgão tem diferentes e específicas atribuições legais e deverá defender os consumidores dentro de suas competências e especialidades, pode-se mencionar:

Os Órgãos Estatais que atuam na Defesa do Consumidor:

- os Procons, que são órgãos estaduais e municipais,
- os Ministérios Públicos, que são federais e estaduais,

- as Defensorias Públicas.

As Entidades Civas:

- Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC);
- Associação Brasileira de Defesa do Consumidor (PROTESTE);
- Fórum Nacional de Entidades Civas de Defesa do Consumidor (FNECDC);
- Associação Brasileira de Defesa do Consumidor e Trabalhador (ABRADECONT);
- Associação nacional de Defesa dos Consumidores do sistema Financeiro (ANDIF);
- Associação Nacional de Assistência ao Consumidor e Trabalhador (ANACONT);
- Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor (BRASILCON);

Organização Não Governamental (ONG):

- Associação Brasileira do Consumidor (ABC);

Órgãos e Agências reguladoras:

Federais

- Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO);
- Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL);
- Agência Nacional do Cinema (ANCINE);
- Agência Nacional de Petróleo (ANP);
- Agência Nacional de Águas (ANA);
- Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL);
- Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS);
- Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA);
- Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC);
- Agência Nacional de Transportes Aquaviários (ANTAQ);
- Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT);

Estaduais

- Agência de Transporte do Estado de São Paulo (ARTESP);

- Agência Reguladora de Saneamento e Energia (ARSESP)

Gama (2000, p. 13) menciona:

As organizações federais, estaduais e municipais da assistência judiciária mantêm órgãos próprios para os atendimentos dos interesses dos consumidores carentes, tendo suas atuações nos casos em que estes carecem de proteção, orientação e defesa.

Os órgãos públicos e entidades privadas devem obedecer ao disposto nos artigos 105 e 106 do Código de Defesa do Consumidor, para efetivar a Política Nacional das Relações de Consumo.

3.2 Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC)

O Código de Defesa do Consumidor institui em seu artigo 105 que: “Integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais e as entidades privadas de defesa do consumidor”.

Segundo Benjamin, Marques e Bessa (2013, p. 404):

A Lei 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor) não se contentou em estipular direitos em favor do consumidor. Foi além e instituiu um *Sistema Nacional de Defesa do Consumidor* (SNDC), com o objetivo de possibilitar a articulação dos órgãos públicos e privados que possuem a atribuição e o dever de tutelar o consumidor, obtendo-se a almejada eficácia social da lei.

O Decreto nº 2.181 de 20 de março de 1997, dispõe sobre a criação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e ficam estabelecidas as normas gerais de aplicação das sanções administrativas, nos termos do Código de Defesa do Consumidor.

De acordo com o Ministério da Justiça, encontra-se a definição para o SNDC da seguinte maneira: “é a conjugação de esforços do Estado, nas diversas unidades da Federação, e da sociedade civil, para a implementação efetiva dos direitos do consumidor e para o respeito da pessoa humana na relação de consumo”.

Esse Sistema foi estabelecido com o intuito de auxiliar em situações tanto de compra quanto da contratação de um serviço, o consumidor que se sinta prejudicado. É um conjunto de órgãos, onde se recebem as denúncias e reclamações e se tenta proporcionar um acordo entre os sujeitos da relação de consumo, com base nas leis de direito do consumidor. Tem o objetivo atender os consumidores o mais próximo de sua residência, e têm como função a proteção ao

consumidor, garantindo o cumprimento dos direitos do consumidor e o respeito nas relações de consumo.

Segundo Gama (2000, p. 172), “O Sistema foi concebido para nele fluírem os procedimentos espontâneos ou dirigidos para viabilizarem a proteção do Consumidor.”

O Estado de São Paulo foi o primeiro estado a criar o Sistema Estadual de Proteção do Consumidor, essa criação foi de extrema importância para o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, fato este, observado por Bittar (2003, p. 82):

Antecedeu ao esquema nacional o regime instituído em São Paulo em 1976 e denominado Sistema Estadual de Proteção ao Consumidor, com atribuições de definição política de prevenção, de consulta e de informação, a partir dos esforços realizados por Grupo de Trabalho nomeado pelo governo, quando se criou o PROCON (órgão próprio para a sua consecução: Decreto nº 7.899, de 6.5.1976, e Lei nº 1.903, de 29.12.1978).

Ibidem (p. 82) relata em sua obra:

[...], criou-se a Secretaria de Defesa do Consumidor (Decreto nº 26.907, de 15.3.1987, e estruturada pelo Decreto nº 27.006, de 15.5.1987), que ora concentra a ação defensiva do Estado, ficando o Conselho citado como órgão deliberativo e o PROCON como executivo.

O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor é composto pela Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça (SDE) do Ministério da Justiça, o seu Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), Defensoria Pública, os Procons e as entidades civis de defesa do consumidor, que atuam de forma integrada com a Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON), entre elas as OSCIPS e pelos demais órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal, municipais e também as organizações não governamentais.

Conforme informações do Ministério da Justiça:

O SNDC se reúne trimestralmente para analisar conjuntamente os desafios enfrentados pelos consumidores e para a formulação de estratégias de ação, tais como fiscalizações conjuntas, harmonização de entendimentos e elaboração de políticas públicas de proteção e defesa do consumidor. Os órgãos do SNDC têm competência concorrente e atuam de forma complementar para receber denúncias, apurar irregularidades e promover a proteção e defesa dos consumidores.

O Código de Defesa do Consumidor, estabelece a comunicação de diferentes órgãos públicos e entidades privadas que integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), visando garantir o cumprimento dos direitos do consumidor e o respeito nas relações de consumo.

3.3 Fundação Procon

O Decreto 7.890/76, criou o Sistema de Proteção ao Consumidor, que passou a ser denominado pelo secretário Jorge Wilhein, como Procon.

O Procon segundo Benjamin, Marques e Bessa (2013, p. 411):

Procon é a designação simplificada, com algumas pequenas variações, dos órgãos estaduais e municipais de defesa do consumidor. Sua principal atribuição é aplicar, diretamente, as sanções administrativas aos fornecedores que violam as normas de proteção ao consumidor, tudo em conformidade com o disposto nos arts. 55 a 66 da Lei 8.078/1990 e Decreto 2.181/1997.

Na obra PROCON 35 anos, Pêrsio de Carvalho Junqueira, o primeiro diretor do órgão diz:

A origem do Procon e do consumerismo no Brasil têm suas raízes nos idos de 1974 quando o futuro governador do Estado de São Paulo, Paulo Egydio Martins criou uma equipe de trabalho com a finalidade de levantar os principais problemas do Estado, delinear e propor uma estratégia de ação para seu Governo. (PROCON, 2011, p. 13)

“A Lei nº 1.903 de 20 de dezembro de 1978 instituiu o Sistema Estadual de Proteção ao Consumidor, fixando atribuições de caráter deliberativo ao Conselho Estadual e de natureza executiva ao PROCON”. (PROCON, 2011, p. 17)

Segundo Bittar (2003, p. 82) a Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON), tem seu papel definido pela Lei 9.192/95 e está:

Ligada ao Poder Executivo dotada de personalidade jurídica de direito público, vinculada à Secretaria de Estado da Justiça e Defesa da Cidadania, [...]. Contando com autonomia financeira para execução de suas tarefas, podendo atuar diretamente ou por intermédio de instituições públicas e privadas, [...], incumbem-lhe, de acordo com os incisos do art.3º da referida Lei: planejar, coordenar e executar a política estadual de proteção e defesa do consumidor, atendidas as diretrizes da Política Nacional das Relações de Consumo, receber, analisar, encaminhar e acompanhar o andamento das reclamações, consultas, denúncias e sugestões de consumidores ou de entidades que os representem [...].

A Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon) foi criada pela Lei nº 9.192, de 23 de Novembro de 1995 e Decreto nº 41.170, de 23 de setembro de 1996, atua em todo território nacional em defesa do consumidor, com competências no âmbito de sua jurisdição, para exercer as atribuições estabelecidas pela Lei 8.078/90 e pelo Decreto nº 2.181/97 que dispõe sobre a criação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. Podem ser órgãos estaduais ou municipais conforme menciona o artigo 105 do Código de Defesa do Consumidor, tem personalidade jurídica de direito público, com autonomia técnica, administrativa e financeira. Sua

função é defender e informar os direitos básicos dos consumidores, orientá-los em suas reclamações, educação para o consumo, acesso à justiça, proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, fiscalizar as relações de consumo e recorrer quando existir algum tipo de abuso sobre direito do consumidor.

Conforme mencionado no portal eletrônico da Fundação Procon:

O Procon-SP tem como missão principal equilibrar e harmonizar as relações entre consumidores e fornecedores. Tendo por objetivo elaborar e executar a política de proteção e defesa dos consumidores do Estado de São Paulo. Para tanto conta com o apoio de um grupo técnico multidisciplinar que desenvolve atividades nas mais diversas áreas de atuação, tais como:

1. educação para o consumo;
2. recebimento e processamento de reclamações administrativas, individuais e coletivas, contra fornecedores de bens ou serviços;
3. orientação aos consumidores e fornecedores acerca de seus direitos e obrigações nas relações de consumo;
4. fiscalização do mercado consumidor para fazer cumprir as determinações da legislação de defesa do consumidor;
5. acompanhamento e propositura de ações judiciais coletivas;
6. estudos e acompanhamento de legislação nacional e internacional, bem como de decisões judiciais referentes aos direitos do consumidor;
7. pesquisas qualitativas e quantitativas na área de defesa do consumidor;
8. suporte técnico para a implantação de Procons Municipais Conveniados;
9. intercâmbio técnico com entidades oficiais, organizações privadas, e outros órgãos envolvidos com a defesa do consumidor, inclusive internacionais;
10. disponibilização de uma Ouvidoria para o recebimento, encaminhamento de críticas, sugestões ou elogios feitos pelos cidadãos quanto aos serviços prestados pela Fundação Procon, com o objetivo de melhoria contínua desses serviços.

Fonte: Fundação Procon

É um órgão que se relaciona com todos os entes, federais, estaduais e municipais, visando à efetividade dos princípios do Código de Defesa do Consumidor, tem como objetivo principal, orientar, proteger, e fiscalizar as relações de consumo, passa a educar e dar aos cidadãos as informações necessárias e ampará-los de forma a garantir relações consumeristas saudáveis.

Por meio de sua Diretoria de Estudos e Pesquisas, a Fundação Procon realiza pesquisas comportamentais (problemas de relação de consumo detectados no mercado, como também o perfil do usuário reclamante), além de pesquisas relacionadas a preços, as taxas de juros, tarifas bancárias, tarifas de produtos e/ou serviços no mercado de consumo, onde, tem como objetivo, informar os consumidores, para que estejam cientes de suas escolhas.

A Fundação Procon disponibiliza vários canais de comunicação com os consumidores, como por exemplo: atendimento telefônico, eletrônico, atendimento pessoal, nos Procons conveniados e em alguns postos do poupatempo, além de ser possível fazer uma reclamação à distância. O órgão disponibiliza em seu portal eletrônico a relação das empresas que mais foram acionadas pelos consumidores em cada um dos exercícios fiscais.

É possível verificar no “Anexo B” deste trabalho, o Ranking de Atendimentos do Procon em agosto de 2015 e no “Anexo C” Ranking das 50 Empresas mais reclamadas.

É atribuição dos Procons e do Departamento da Secretaria de Direito Econômico (DPDC) a fiscalização das relações de consumo, é também responsabilidade desses órgãos imporem sanções quando for o caso.

3.4 Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC)

O Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) é estabelecido conforme artigo 106 do Código de Defesa do Consumidor:

O Departamento Nacional de Defesa do Consumidor, da Secretaria Nacional de Direito Econômico (MJ), ou órgão federal que venha substituí-lo, é organismo de coordenação da política do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, cabendo-lhe:

I - planejar, elaborar, propor, coordenar e executar a política nacional de proteção ao consumidor;

II - receber, analisar, avaliar e encaminhar consultas, denúncias ou sugestões apresentadas por entidades representativas ou pessoas jurídicas de direito público ou privado;

III - prestar aos consumidores orientação permanente sobre seus direitos e garantias;

IV - informar, conscientizar e motivar o consumidor através dos diferentes meios de comunicação;

V - solicitar à polícia judiciária a instauração de inquérito policial para a apreciação de delito contra os consumidores, nos termos da legislação vigente;

VI - representar ao Ministério Público competente para fins de adoção de medidas processuais no âmbito de suas atribuições;

VII - levar ao conhecimento dos órgãos competentes as infrações de ordem administrativa que violarem os interesses difusos, coletivos, ou individuais dos consumidores;

VIII - solicitar o concurso de órgãos e entidades da União, Estados, do Distrito Federal e Municípios, bem como auxiliar a fiscalização de preços, abastecimento, quantidade e segurança de bens e serviços;

IX - incentivar, inclusive com recursos financeiros e outros programas especiais, a formação de entidades de defesa do consumidor pela população e pelos órgãos públicos estaduais e municipais;

X - (Vetado).

XI - (Vetado).

XII - (Vetado)

XIII - desenvolver outras atividades compatíveis com suas finalidades.

Parágrafo único. Para a consecução de seus objetivos, o Departamento Nacional de Defesa do Consumidor poderá solicitar o concurso de órgãos e entidades de notória especialização técnico-científica.

Ao Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor cabe coordenar a política do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. Como também atuar nos casos de relevância nacional e nos assuntos de maior interesse para os consumidores, além de desenvolver ações voltadas ao aperfeiçoamento do sistema, à educação para o consumo e à melhor informação e orientação.

3.5 Departamento de Polícia de Proteção à Cidadania (DPPC)

O Departamento de Polícia de Proteção à Cidadania foi criado a partir do Decreto Estadual nº 54.359 de 21 de maio de 2009, onde de acordo com o artigo 7º a divisão é especializada em investigações de delitos, tem por atribuições o registro e as apurações das infrações penais relacionados contra:

- I - o consumidor;
- II - a saúde pública;
- III - o meio ambiente, o meio ambiente do trabalho e as relações do trabalho;
- IV - a Fazenda Pública Estadual e municipais;
- V - a Administração em geral, praticados por servidores públicos.

Com o surgimento do Departamento de Polícia de Proteção à Cidadania, a população passa a contar com unidades policiais dedicadas exclusivamente a investigações nessas áreas.

A Divisão de Crimes contra a Fazenda Pública atuará em delitos praticados por servidores públicos estaduais e municipais. A Divisão de Crimes contra a Fazenda, antes subordinada ao Departamento de Identificação de Registros Diversos (Dird), foi incorporada à Divisão de Crimes contra a Fazenda e a apuração de crimes relacionados à área de saúde, como roubo de medicamentos e falsificações, que era atribuição do Deic, agora é responsabilidade da Divisão de Infrações contra a Saúde Pública do Departamento.

3.6 Ministério Público, Defensoria Pública e as Delegacias Especializadas

O Ministério Público, de acordo com sua competência constitucional, além de fiscalizar a aplicação da lei, instaura inquéritos e propõe ações coletivas. A Defensoria, além de propor ações, defende os interesses dos desassistidos, promove acordos e conciliações.

Conforme análise de Gama (2000, p. 13):

O Ministério Público aplica na Defesa do Consumidor toda a carga institucional prevista na Constituição Federal no que tange aos aspectos da vigilância pela manutenção da Ordem Jurídica e dos interesses sociais e individuais indisponíveis.

O Ministério Público e a Defensoria Pública, no âmbito de suas atribuições, também atuam na proteção e na defesa dos consumidores e na construção da Política Nacional das Relações de Consumo.

De acordo com Bittar (2003, p. 83):

O Ministério Público paulista cumpre também funções relevantes na defesa do consumidor, prevista expressamente (Lei Complementar nº 304, de 28.12.1982), havendo em cada Comarca uma Curadoria especializada para proteção e defesa administrativa dos interessados, cumprindo-lhe, basicamente, neste âmbito: a orientação dos consumidores, o encaminhamento de reclamações e a mediação para a solução de conflitos.

Pelo Código de Defesa do Consumidor a criação de delegacias especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais na relação de consumo, é mencionada no “artigo 5º inciso III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo.”

Filomeno (2005, p. 429) comenta sobre este fato em sua obra:

Sobretudo para quem vive no interior, não é novidade alguma que as autoridades policiais desempenham fundamental papel no atendimento ao público mormente nos pequeninos lugares onde não há representante do Ministério Público e muito menos órgãos de proteção ou defesa do consumidor, ou ainda defensorias públicas ou assistência judiciária gratuita.

Em Benjamin, Marques e Bessa (2013, p. 410), fala sobre as funções da Delegacia do Consumidor:

A Delegacia do Consumidor é órgão da polícia civil que tem por atribuição principal apurar, por meio do inquérito policial ou termo circunstanciado, as infrações penais praticadas contra as relações de consumo. [...]

Em face de notícia de crime contra as relações de consumo, a Delegacia do Consumidor possui o dever de investigar o fato, apurando, mediante inquérito policial (arts. 4º a 23 do Código de Processo Penal ou termo circunstanciado art.69 da Lei 9.099/1995), todas as suas circunstâncias e autoria. Concluídas as investigações, o inquérito policial ou termo são encaminhados ao promotor de justiça com atribuição penal, que decidirá pelo arquivamento ou instauração de processo criminal contra os apontados autores do crime.

Mas, como todo grande país, não são todas as cidades que possuem uma delegacia específica no atendimento de consumidores que sofrem com as infrações penais, algumas cidades do Brasil sequer possui PROCON.

3.7 Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE)

O Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) começou a funcionar em maio de 2011, é uma autarquia federal brasileira que, também atua defesa do consumidor, está vinculada ao Ministério da Justiça contribuindo como uma espécie de tutelador, com um papel preventivo, para orientar, fiscalizar e apurar assuntos de abusos de poder econômico, como nas fusões empresariais, que impedem a concorrência. O Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) absorveu parte das competências da Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça e da Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda.

3.8 Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON)

Em maio de 2012 foi criada pelo Decreto Federal nº 7.738, a Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON), compõe o Ministério da Justiça, tem suas atribuições estabelecidas no artigo 106 do Código de Defesa do Consumidor e no artigo 3º do Decreto nº 2.181/97. O órgão visa a coordenação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), que é formado por Procons, Ministérios Públicos, Defensorias Públicas, entidades civis de defesa do consumidor e delegacias do consumidor, além de representar os interesses dos consumidores brasileiros e do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor junto a organizações internacionais, como Mercosul, Organização dos Estados Americanos (OEA), entre outras.

A Secretaria Nacional do Consumidor está direcionada à análise de questões que tenham um resultado produzido em âmbito nacional e interesse geral, além de planejar, formular, coordenar, supervisionar a execução da Política Nacional de Defesa do Consumidor. Dentre as ações estruturantes da Secretaria, destacam-se o Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (SINDEC).

3.9 Juizados Especiais

O consumidor que tiver algum constrangimento ou sofrer dano moral por cobrança indevida, inscrição sem motivo em cadastros de restrição ao crédito (SPC e Serasa), pode ter seus direitos defendidos nos juizados especiais.

Os Juizados Especiais são órgãos do Poder Judiciário para resolver questões simples. Tem como objetivo principal reduzir as demandas na justiça comum e

proporcionar acesso à Justiça de forma rápida e eficaz à população em geral, em causas menos complicadas.

O Juizado Especial foi criado pela Lei nº 9.099, de 26 de setembro de 1995, conforme diz:

Art. 1º Os Juizados Especiais Cíveis e Criminais, órgãos da Justiça Ordinária, serão criados pela União, no Distrito Federal e nos Territórios, e pelos Estados, para conciliação, processo, julgamento e execução, nas causas de sua competência.

Art. 3º O Juizado Especial Cível tem competência para conciliação, processo e julgamento das causas cíveis de menor complexidade, assim consideradas:

I - as causas cujo valor não exceda a quarenta vezes o salário mínimo;

II - as enumeradas no art. 275, inciso II, do Código de Processo Civil;

III - a ação de despejo para uso próprio;

IV - as ações possessórias sobre bens imóveis de valor não excedente ao fixado no inciso I deste artigo.

O atendimento nos Juizados é de graça, a pessoa só paga se faltar a uma audiência sem justificativa e em casos de recorrer da decisão do Juiz, onde terá que pagar o valor das custas e honorários do advogado da outra parte, se o seu recurso não for julgado procedente, mas há gratuidade para quem não tem condições financeiras.

As pessoas com mais de 18 anos podem usar o Juizado Especial em causa que o valor envolvido não ultrapasse 40 salários mínimos. Não há necessidade de um advogado nas causas em que o valor for até 20 salários mínimos. Valor acima de 20 até 40 salários mínimos é obrigatória a presença de um advogado constituído, ou defensor público ou um advogado designado pelo Juiz para lhe assistir gratuitamente, caso a pessoa não possa pagar um advogado. Os Juizados Especiais não podem julgar causas trabalhistas, direito de família, de crianças e adolescentes (menores de 18 anos), reclamações contra o Estado, de heranças e inventários, de falências e nem de problemas criminais.

CAPÍTULO 4 ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DOS PERCENTUAIS DE ATENDIMENTO DO SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÕES DE DEFESA DO CONSUMIDOR

4.1 Conceito

O SINDEC, essa sigla significa Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor, é um sistema informatizado que integra o resultado de um trabalho de processos e procedimentos, relativos a todos os tipos de atendimentos realizados pelos Procons, em todo o Brasil.

Segundo dados disponíveis no portal brasileiro de dados abertos, a integração de um Procon Estadual ao Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor, ocorre por meio da formalização de um Termo de Cooperação Técnica, assinado pela União, representada pelo Ministério da Justiça, e o Estado, representado pelo Governo Estadual.

Tem como objetivo fundamental, consolidar todos os atendimentos registrados pelos Procons integrados, permitindo assim, uma análise sobre os assuntos, problemas e fornecedores que mais levam os consumidores aos Procons.

O Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor é administrado pelo Ministério da Justiça, por meio da Secretaria Nacional do Consumidor. Quando um Procon se integra ao Sistema, ele conta com o sistema instalado no local onde se encontrar e as informações ficam sob a tutela, utilização e manutenção dos Procons Integrados, estas mesmas informações são coletadas também para um banco nacional, cuja responsabilidade de guarda e manutenção é da Secretaria Nacional do Consumidor.

4.2 Comparação dos atendimentos realizados pelo Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor

Esse subitem aborda uma comparação realizada pelo Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor, com os dados colhidos nos três últimos anos (2012, 2013 e 2014) nos Procons integrados.

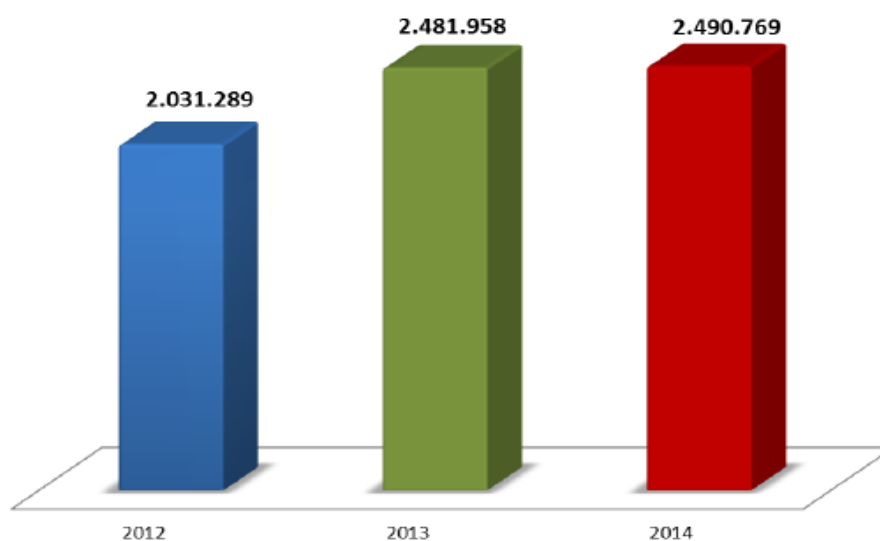
No ano 2012, foram realizados 2.031.289 (dois milhões trinta e um mil duzentos e oitenta e nove) atendimentos pelos 236 Procons que estavam integrados ao Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor.

Em 2013, os Procons que estavam integrados chegaram a 290 e foram realizados 2.481.958 (dois milhões quatrocentos e oitenta e um mil novecentos e cinquenta e oito) atendimentos pelos Procons.

Já em 2014, foram realizados 2.490.769 (dois milhões quatrocentos e noventa mil setecentos e sessenta e nove) atendimentos pelos Procons integrados ao Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor.

Os gráficos a seguir apresentam a evolução total da quantidade de atendimentos registrados nos últimos três anos pelos Procons integrados ao Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor.

Gráfico 1 - Evolução total de atendimentos

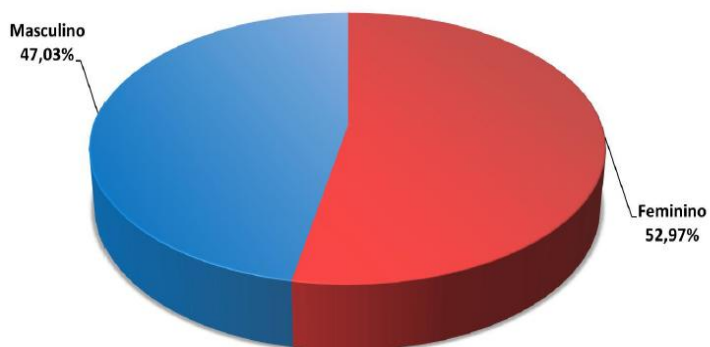


Fonte: Portal Brasileiro de Dados Abertos.

4.2.1 Perfil do Consumidor

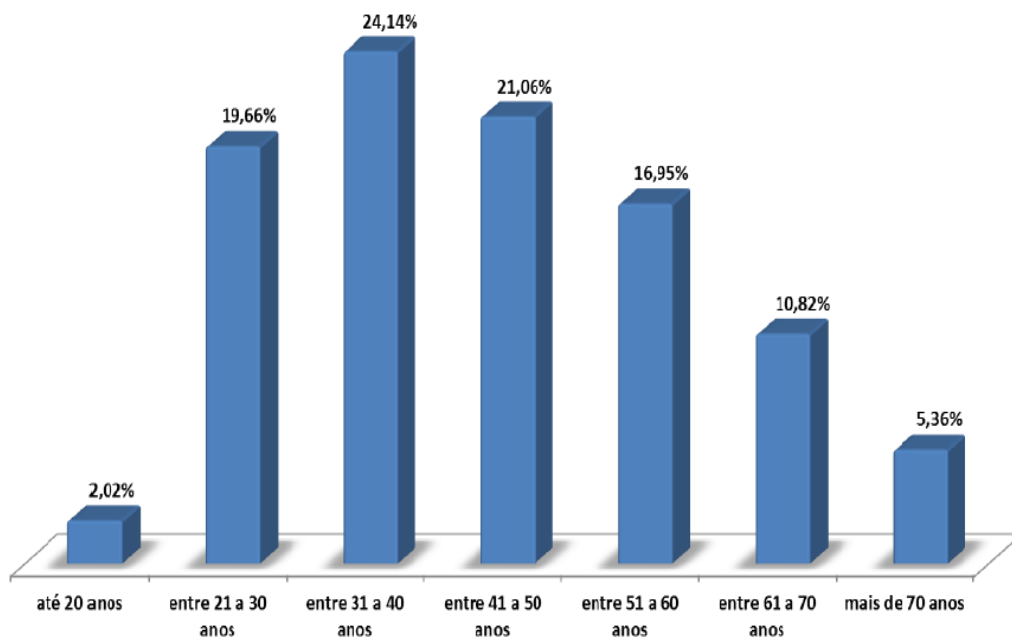
Os gráficos a seguir apresentam as comparações registradas nos últimos três anos (2012, 2013 e 2014), pelos Procons integrados ao Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor.

Gráfico 2 – Gênero do Consumidor em 2012



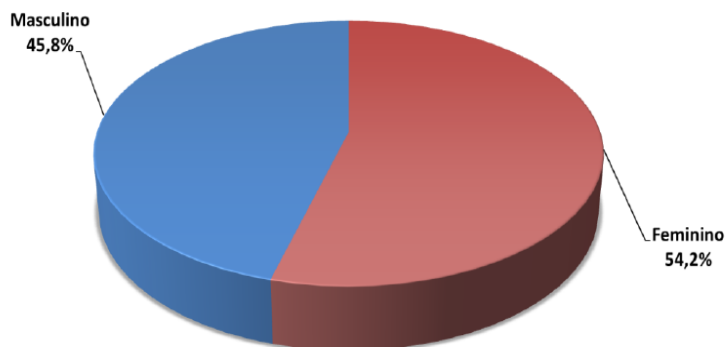
Fonte: Portal Brasileiro de Dados Abertos.

Gráfico 3 - Faixa Etária do Consumidor em 2012



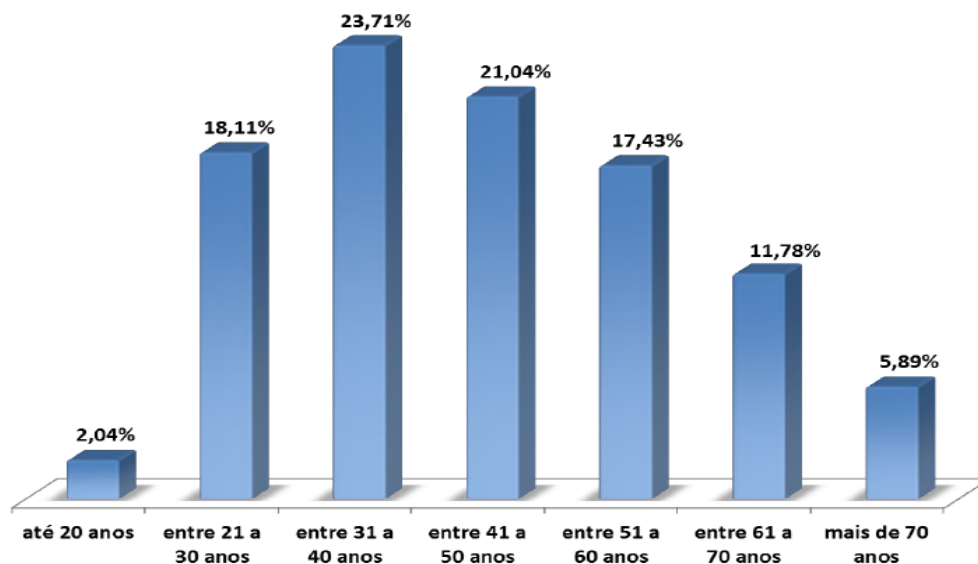
Fonte: Portal Brasileiro de Dados Abertos.

Gráfico 4 – Gênero do Consumidor em 2013



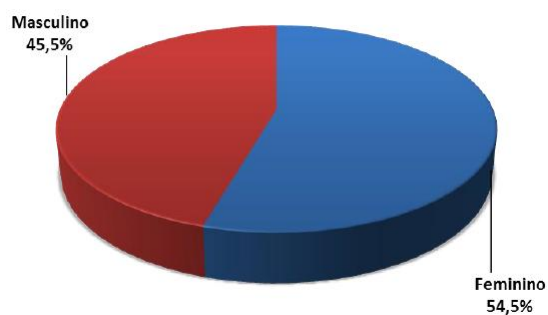
Fonte: Portal Brasileiro de Dados Abertos.

Gráfico 5 - Faixa Etária do Consumidor em 2013



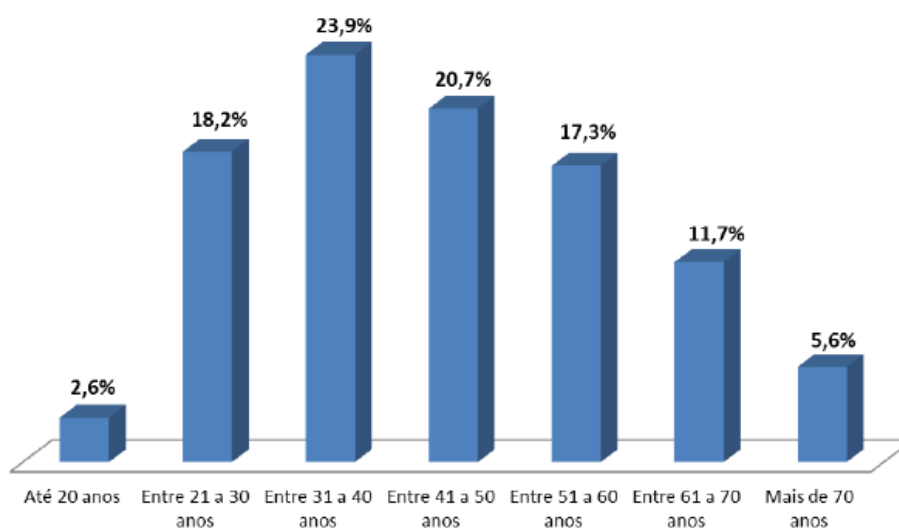
Fonte: Portal Brasileiro de Dados Abertos.

Gráfico 6 – Gênero do Consumidor em 2014



Fonte: Portal Brasileiro de Dados Abertos.

Gráfico 7 - Faixa Etária do Consumidor em 2014



Fonte: Portal Brasileiro de Dados Abertos.

Ao observar o perfil do consumidor nos últimos três anos, constata-se que não houve grandes mudanças, as mulheres representam a maioria das pessoas que procuraram os Procons para registrar suas reclamações relativas à relação de consumo, e destaca-se que, a faixa etária é a de 21 e 50 anos. Observa-se também, uma quantidade significativa de consumidores acima dos 61 anos.

4.2.2 Principais Problemas Relatados

Segundo o boletim do Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor e conforme observação dos gráficos 8, 9 e 10, pode-se analisar os principais problemas demandados nos últimos anos.

Gráfico 8 – Principais Problemas Relatados em 2012

Posição	Problema	Total	%
1º	Problemas com Cobrança	702.682	37,42%
2º	Problemas na Oferta	325.063	17,31%
3º	Problemas com Contrato	248.061	13,21%
4º	Vício ou Má Qualidade de Produto ou Serviço	182.295	9,71%
5º	Problemas com Garantia de Produtos	147.657	7,86%
Demais categorias de problemas		272.208	14,49%
Total		1.877.966	100,00%

Fonte: Portal Brasileiro de Dados Abertos.

Gráfico 9 - Principais Problemas Relatados em 2013

Posição	Problema	Total	%
1º	Problemas com Cobrança	870.522	37,40%
2º	Problemas na Oferta	407.583	17,51%
3º	Problemas com Contrato	284.376	12,22%
4º	Vício ou Má Qualidade de Produto ou Serviço	280.262	12,04%
5º	Problemas Diversos com Produtos e Serviços	180.473	7,75%
Demais categorias de problemas		304.207	13,07%
Total		2.327.423	100,00%

Fonte: Portal Brasileiro de Dados Abertos.

Gráfico 10 - Principais Problemas Relatados em 2014

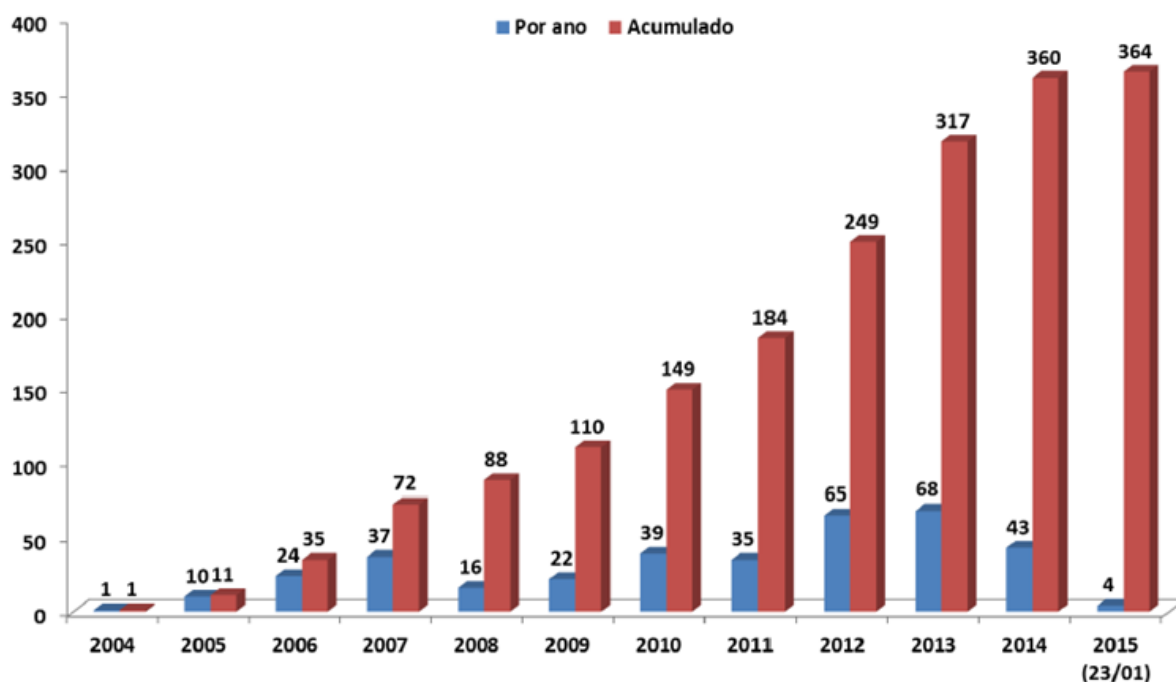
Posição	Problema	Quantidade	%
1º	Problemas com Cobrança	844.052	35,6%
2º	Problemas na Oferta	420.334	17,7%
3º	Vício ou Má Qualidade de Produto ou Serviço	370.405	15,6%
4º	Problemas com Contrato	276.851	11,7%
5º	Problemas Diversos com Produtos e Serviços	210.576	8,9%
	Demais Problemas	249.683	10,5%
	Total	2.371.901	100,0%

Fonte: Portal Brasileiro de Dados Abertos.

Na análise observa-se no topo das reclamações está os problemas com cobrança seguidos de problemas com ofertas, os problemas com contrato que em 2012 e 2013 se mantinha em 3º lugar, em 2014 passou para 4º lugar, porém, vício e má qualidade de produto ou serviço subiu de 4º para 3º lugar no último ano. Em 5º lugar se manteve problemas diversos com produtos e serviços.

Analisando os Anexos D, E e F, observa-se que os 5 assuntos mais demandados nos últimos anos, são os relativos a: Telefonia Celular; Telefonia Fixa; Cartão de Crédito; Banco Comercial; Financeira e TV por Assinatura.

Gráfico 11 - Evolução da integração dos Procons ao Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor



Fonte: Portal Brasileiro de Dados Abertos.

Em conformidade com o Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor, na última década houve uma grande evolução no crescimento de Procons integrados ao Sistema.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O intuito do presente trabalho foi demonstrar a importância da defesa e proteção do consumidor.

As relações de consumo fazem parte da evolução e crescimento de um país, pois, tudo que adquirimos seja um produto ou serviço, é resultado de uma negociação. Todavia, o consumidor é a peça fundamental na relação de consumo e figura jurídica vulnerável nessa relação, por isso observou-se a necessidade de proteção ao consumidor e um ordenamento jurídico, contudo surgiu a Lei 8.078/90, com a finalidade de regulamentar e reequilibrar as relações de consumo no Brasil.

Procurou-se também, analisar os princípios básicos do Direito do Consumidor abordados pelo Código de Defesa do Consumidor, o que pode fazer com que se fosse observado quais são os elementos essenciais para a relação de consumo e a proteção do consumidor.

Elucidou-se sobre órgãos de defesa do consumidor, que podem atender a um determinado tipo de situação, permitindo a pessoa requerer ao Estado, proteção quando tiver seu direito violado. Esses órgãos atuam como mediadores de conflitos nas relações de consumo, com a finalidade de defender os consumidores de possíveis danos causados e que aparentemente não tem solução, porém, todos tem o direito de acessar a justiça, como princípio norteador do direito.

Analisou-se de acordo com o Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor, o perfil, a faixa etária e os principais problemas demandados nos Procons.

Levando em consideração os aspectos apresentados, percebe-se, que o Brasil evoluiu no decorrer dos anos a fim de tutelar à população nas relações de consumo, com o intuito de proteção e defesa do consumidor.

Em virtude disso, a reflexão é que se faz necessário educar, motivar e melhor informar à população em seus direitos nas relações de consumo.

REFERÊNCIAS

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas. Disponível em: <<http://www.abnt.org.br>>. Acesso em: 10 julho 2015.

Acesso à Justiça. Disponível em: <<http://www.acessoajustica.gov.br/>>. Acesso em: 06 setembro 2015.

AMARAL, Luiz Otavio de Oliveira. **Teoria Geral do direito do consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

ANVISA. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/wps/content/Anvisa+Portal/Anvisa/Ouvidoria/Publicacao+Ouvidoria/Defesa+do+Consumidor+e+Protecao+a+Saude/56ddff8040367ba39aea9b1145253526>>. Acesso em: 29 julho 2015.

AZEVEDO, Fernando Costa de. **Uma introdução ao direito brasileiro do consumidor**. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 18 n.69, 2009.

BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima.; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual do Direito do Consumidor**. 5. ed. rev. atual. e ampl. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direitos do consumidor: código de defesa do consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.

BRASIL GOV. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/governo/2013/03/medidas-ampliam-mecanismos-de-defesa-do-consumidor>>. Acesso em: 31 julho 2015.

CADE - Conselho Administrativo de Defesa Econômica. Disponível em: <<http://www.cade.gov.br>>. Acesso em: 20 julho 2015.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008.

CNSEG. Disponível em: <<http://www.cnseg.org.br>>. Acesso em: 06 agosto 2015.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. 8. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2005.

Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor. Disponível em: <http://sistemas.procon.sp.gov.br/rank_estadual/?m=rank_atend#tblAno>. Acesso em: 18 agosto 2015.

FUNDAÇÃO PROCON SP. Disponível em: <<http://www.procon.sp.gov.br/>>. Acesso em: 04 julho 2015.

GAMA, Hélio Zaghetto. **Curso de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

IDEC - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/>>. Acesso em: 11 agosto 2015.

KHOURI, Paulo Roberto Roque Antonio. **Direito do Consumidor: Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

Ministério da Justiça do Governo Federal. Disponível em: <<http://www.justica.gov.br/portalpadrao>>. Acesso em: 06 setembro 2015.

NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do Consumidor**. 8. ed. rev. e atual. ed. São Paulo: Saravia, 2013.

OLIVEIRA, Celso Marcelo de. **Tratado de direito do consumidor: doutrina, prática forense e legislação**. 1. ed. São Paulo: Jurídica Brasileira, 2010.

Planalto da Presidência da República. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 23 abril 2015.

Portal Brasil. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/governo/2013/03/medidas-ampliam-mecanismos-de-defesa-do-consumidor>>. Acesso em: 08 agosto 2015.

Portal Brasileiro de Dados Abertos. Disponível em: <<http://dados.gov.br/dataset/atendimentos-de-consumidores-nos-procons-sindec>>. Acesso em: 19 outubro 2015.

PROCON, F. **PROCON - SP 35 anos**. Comemorativa. ed. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2011.

SAAD, Eduardo Gabriel; SAAD, José Eduardo Duarte; BRANCO, Ana Maria Saad. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor e sua jurisprudência anotada: Lei n. 8.078, de 11.9.90. 6. rev. e amp. ed.** São Paulo: LTR, 2006.

SICE - Sistema de Informação de Comércio Exterior. Disponível em: <<http://www.sice.oas.org/trade/mrcsrs/decisions/DEC1096P.asp>>. Acesso em: 06 junho 2015.

SINDEC - Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor. Disponível em: <<http://sindec.procon.sp.gov.br:444/sindeconsulta/>>. Acesso em: 15 agosto 2015.

SSP - Secretaria de Segurança Pública. Disponível em: <http://www.ssp.sp.gov.br/acoes/acoes_DPPC.aspx>. Acesso em: 20 outubro 2015.

Tribunal de Justiça do Estado de Goiás. Disponível em: <<http://www.tjgo.jus.br/>>. Acesso em: 20 outubro 2015.

UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL. **Manual de normas de produções acadêmicas**. São Caetano do Sul: USCS, 2014.

Anexo A - Protocolo de Santa Maria

No anexo ao Protocolo de Santa Maria, na esfera do Mercosul (SICE - Sistema de Informação de Comércio Exterior), definem: a relação de consumo, o consumidor, fornecedor, produtos e serviços:

ANEXO AO PROTOCOLO DE SANTA MARIA SOBRE JURISDIÇÃO INTERNACIONAL EM MATÉRIA DE RELAÇÕES DE CONSUMO

DEFINIÇÕES

a) Consumidor

É toda a pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produtos ou serviços como destinatário final em uma relação de consumo ou em função dela.

Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, determináveis ou não, expostas as relações de consumo.

Não se considera consumidor ou usuário aquele que, sem constituir-se em destinatário final, adquire, armazena, utiliza ou consome produtos ou serviços com o fim de integrá-los em processos de produção, transformação, comercialização ou prestação de serviços.

b) Fornecedor

É toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, assim como os entes despersonalizados nos Estados Partes cuja existência esteja contemplada em seu ordenamento jurídico, que desenvolvam de maneira profissional atividades de produção, montagem, criação seguida de execução, construção, transformação, importação, distribuição e comercialização de produtos e/ou serviços em uma relação de consumo.

c) Relações de Consumo

É o vínculo que se estabelece entre o fornecedor que, a título oneroso, fornece um produto ou presta um serviço, e quem o adquire ou utiliza como destinatário final.

Equipara-se a esta o fornecimento de produtos e a prestação de serviços a título gratuito, quando se realizem em função de uma eventual relação de consumo.

d) Produto

É qualquer bem móvel ou imóvel, material ou imaterial.

e) Serviços

Enquanto o Comitê Técnico n 7 (Defesa do Consumidor) não tenha acordado uma definição para "serviços", será adotada, para os efeitos do Protocolo, a interpretação jurídica do foro atuante.

Fonte: SICE

Anexo B - Ranking de Atendimentos Estadual – Procon
 Total de Atendimentos em 2015: 510.666

	EMPRESA / GRUPO	TOTAL DE ATENDIMENTOS	ÍNDICE DE SOLUÇÃO
1º	Grupo Claro / Net / Embratel (América Móvil)	30.074	83,60%
2º	Grupo Vivo/Telefônica	27.946	89,19%
3º	Sky Brasil Serviços Ltda - Sky	11.999	80,61%
4º	Grupo Itaú Unibanco	10.786	87,10%
5º	Tim Celular S/A - Tim Celular	9.714	80,75%
6º	Grupo Pão De Açúcar / Extra / Pontofrio.Com / Casasbahia.Com / Casas Bahia / Ponto Frio	9.351	79,51%
7º	Grupo Bradesco	7.593	88,97%
8º	Eletropaulo Metropolitana Eletricidade D - Eletropaulo Metropolitana	5.661	89,67%
9º	Grupo Caixa Econômica Federal	4.894	72,30%
10º	Grupo Oi	4.411	75,66%
11º	Nextel Telecomunicações Ltda - Nextel	3.739	82,57%
12º	Grupo Santander	2.886	88,08%
13º	Grupo Sony	2.627	66,30%
14º	Samsung Eletrônica Da Amazônia Ltda - *Samsung	2.535	86,48%
15º	Cia De Saneamento Básico Do Estado De São - Sabesp	2.350	65,21%
16º	Grupo Magazine Luiza	1.799	85,46%
17º	Grupo Carrefour	1.719	93,68%
18º	Grupo Lenovo Cce	1.645	74,46%
19º	Motorola Mobility Comercio De Produtos E - Motorola	1.635	87,31%
20º	Grupo B2w / Americanas.Com / Submarino / Shoptime / Sou Barato / Lojas Americanas	1.519	81,79%
21º	Grupo Banco Do Brasil	1.492	83,57%
22º	Grupo Electrolux	1.363	75,89%
23º	Grupo Brastemp/Consul	1.195	74,78%
24º	Global Village Telecom Ltda - Gvt	1.158	89,70%
25º	Britania Eletrodomésticos Ltda -	1.076	80,08%
26º	Bandeirante Energia S/A -	1.059	70,17%
27º	Grupo Bv (Financeira, Banco Votorantim)	1.029	82,45%
28º	Grupo Cetelem/Bgn	1.023	81,47%
29º	Grupo Panamericano	943	72,16%
30º	Grupo Casas Pernambucanas	927	73,98%
31º	Grupo Wal Mart	876	87,09%
32º	Companhia Piratininga De Força E Luz - CPFL / Cplf.Com.Br	778	75,87%
33º	Grupo Lojas Marabraz	760	81,62%
34º	Grupo Anhanguera	760	61,06%
35º	Editora Globo S/A -	711	73,02%

36º	Comércio Digital Bf Ltda - Dafiti	704	76,28%
37º	Grupo Bmg	699	71,08%
38º	Companhia Paulista De Forca E Luz - Cplf	666	85,16%
39º	Grupo Hsbc	660	82,53%
40º	Grupo Microcamp	629	68,21%
41º	Grupo Mabe Ge Dako Continental	605	59,96%
42º	Grupo Mondial	593	59,35%
43º	Positivo Informática S/A -	556	67,18%
44º	Grupo Uol	549	80,91%
45º	Cred System Administradora De Cartoes De -	544	73,66%
46º	Empresa Brasileira De Correios E Telégrafos - Correios - Dir. Regional	471	76,88%
47º	Grupo Unimed	459	80,45%
48º	Grupo Porto Seguro	451	79,59%
49º	Grupo Tam	443	73,16%
50º	Motorola Mobility Comercio De Produtos	440	81,16%

Fonte: SINDEC Dados atualizados até 18/08/2015

Anexo C - Ranking das 50 Empresas mais reclamadas

	NOME DAS EMPRESAS	VALOR TOTAL DE MULTAS **
1º	Vivo/Telefônica	R\$ 186.987.382,20
2º	Claro / Net / Embratel (América Móvil)	R\$ 103.408.704,19
3º	Pão De Açúcar / Extra / Pontofrio.com / Casasbahia.com / Casas Bahia / Ponto Frio	R\$ 58.335.229,27
4º	Bradesco	R\$ 55.298.909,06
5º	Itaú Unibanco	R\$ 53.614.863,13
6º	Santander	R\$ 51.639.325,51
7º	Wal Mart	R\$ 40.222.604,88
8º	Oi	R\$ 39.909.976,65
9º	Tim Celular S/A	R\$ 37.316.300,99
10º	Bmg	R\$ 34.046.136,44
11º	Tam	R\$ 32.015.624,94
12º	Banco do Brasil	R\$ 21.383.050,25
13º	Gol	R\$ 18.492.180,07
14º	Eletropaulo Metropolitana Eletricidade de S.P. S/A	R\$ 15.865.633,33
15º	Microsoft Informática Ltda	R\$ 15.101.053,09
16º	B2W / Americanas.com / Submarino / Shoptime / Sou Barato / Lojas Americanas	R\$ 13.333.959,67
17º	Magazine Luiza	R\$ 12.491.411,17
18º	Societe Air France	R\$ 11.595.222,22
19º	Panamericano	R\$ 9.054.418,04
20º	Carrefour	R\$ 8.690.649,25
21º	Samsung Eletrônica da Amazônia Ltda	R\$ 8.559.855,84
22º	Bandeirante Energia S/A	R\$ 8.550.096,10
23º	BV (Financeira, Banco Votorantim)	R\$ 7.633.633,33
24º	Nokia do Brasil Tecnologia Ltda.	R\$ 7.138.288,90
25º	Sky Brasil Serviços Ltda	R\$ 6.872.674,78
26º	Companhia de Bebidas das Americas - Ambev	R\$ 6.734.280,45
27º	Caixa Econômica Federal	R\$ 6.712.572,90
28º	American Airlines Inc	R\$ 6.408.115,99
29º	Gafisa / Tenda	R\$ 6.128.202,66
30º	Sul América	R\$ 6.115.702,99
31º	Porto Seguro	R\$ 5.910.584,92
32º	Grendene S/A	R\$ 5.466.440,00
33º	Amil	R\$ 5.454.346,21
34º	Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos Ect Dr Sp Agência Ba	R\$ 5.269.206,66
35º	Nestlé Brasil Ltda	R\$ 4.919.560,00
36º	Ricardo Eletro / Insinuante / Rn Comércio / Eletroshopping Casa Amarela	R\$ 4.830.213,34
37º	Nextel Telecomunicações Ltda	R\$ 4.759.960,02

38º	Maxim Administração e Participações Ltda	R\$ 4.582.400,00
39º	Ipiranga Produtos de Petróleo S/A	R\$ 4.508.240,00
40º	Mapfre	R\$ 4.276.461,66
41º	Fiat Automóveis S.A.	R\$ 4.231.892,42
42º	Banco Nossa Caixa S.A.	R\$ 4.160.480,01
43º	Mudar	R\$ 4.010.986,67
44º	Global Village Telecom Ltda	R\$ 3.976.480,00
45º	Decolar.com Ltda	R\$ 3.551.940,00
46º	General Motors	R\$ 3.405.354,17
47º	Mrv	R\$ 3.377.278,67
48º	Companhia Paulista de Força E Luz	R\$ 3.360.317,50
49º	Pdg	R\$ 3.310.015,09
50º	Banco Credibanco S.A.	R\$ 3.168.638,07

Fonte: Procon Dados atualizados até 17/08/2015.

** Os valores de pena base ou de multa apresentados são nominais.

Anexo D - Assuntos mais demandados em 2012

Posição	Assunto	Total	%
1º	Telefonia Celular	172.119	9,17%
2º	Banco comercial	169.427	9,02%
3º	Cartão de Crédito	154.501	8,23%
4º	Telefonia Fixa	125.403	6,68%
5º	Financeira	97.032	5,17%
6º	Aparelho Celular	78.997	4,21%
7º	TV por Assinatura	69.705	3,71%
8º	Móveis	63.667	3,39%
9º	Energia Elétrica	54.429	2,90%
10º	Eletrodomésticos Linha Branca	48.256	2,57%
11º	Microcomputador / Produtos de Informática	48.071	2,56%
12º	Internet (Serviços)	40.526	2,16%
13º	Televisão / Aparelho DVD / Filmadora	32.654	1,74%
14º	Água / Esgoto	32.452	1,73%
15º	Cartão de Loja	25.526	1,36%
16º	Plano de Saúde	25.437	1,35%
17º	Escola (Pré, 1º, 2º Grau e Superior)	23.174	1,23%
18º	Cursos Livres Outros	16.493	0,88%
19º	Estabelecimento comercial	15.950	0,85%
20º	Incorporação (Construtoras e Incorporadoras)	14.650	0,78%
	Demais Assuntos	569.497	30,33%
	Total²	1.877.966	100,00%

Fonte: Portal Brasileiro de Dados Abertos.

Anexo E - Assuntos mais demandados em 2013

Posição	Assunto	Total	%
1º	Banco comercial	216.455	9,30%
2º	Telefonia Fixa	208.569	8,96%
3º	Telefonia Celular	206.993	8,89%
4º	Cartão de Crédito	144.066	6,19%
5º	Financeira	111.954	4,81%
6º	Aparelho Celular	99.414	4,27%
7º	TV por Assinatura	98.430	4,23%
8º	Móveis	68.992	2,96%
9º	Microcomputador / Produtos de Informática	66.258	2,85%
10º	Eletrodomésticos Linha Branca	65.359	2,81%
11º	Energia Elétrica	54.902	2,36%
12º	Internet (Serviços)	54.472	2,34%
13º	Televisão / Aparelho DVD / Filmadora	48.131	2,07%
14º	Água / Esgoto	40.913	1,76%
15º	Plano de Saúde	28.216	1,21%
16º	Cartão de Loja	27.921	1,20%
17º	Escola (Pré, 1º, 2º Graus e Superior)	26.356	1,13%
18º	Cursos Livres Outros	20.796	0,89%
19º	Incorporação (Construtoras e Incorporadoras)	19.043	0,82%
20º	Vestuário (Calçado / Roupas)	17.912	0,77%
	Demais (217 Assuntos)	702.271	30,17%
	Total	2.327.423²	100,00%

Fonte: Portal Brasileiro de Dados Abertos.

Anexo F - Assuntos mais demandados em 2014

Posição	Assunto	Quantidade	%
1º	Telefonia Fixa	231.575	9,8%
2º	Telefonia Celular	226.353	9,5%
3º	Banco comercial	165.778	7,0%
4º	Cartão de Crédito	153.286	6,5%
5º	TV por Assinatura	136.622	5,8%
6º	Aparelho Celular	105.281	4,4%
7º	Financeira	83.462	3,5%
8º	Microcomputador / Produtos de Informática	75.087	3,2%
9º	Móveis	68.436	2,9%
10º	Eletrodomésticos Linha Branca	65.844	2,8%
11º	Energia Elétrica	62.746	2,6%
12º	Internet (Serviços)	53.946	2,3%
13º	Água / Esgoto	41.854	1,8%
14º	Televisão / Aparelho DVD / Filmadora	40.230	1,7%
15º	Cartão de Loja	31.498	1,3%
16º	Escola (Pré, 1º, 2º Graus e Superior)	27.295	1,2%
17º	Plano de Saúde	25.255	1,1%
18º	Vestuário (Calçado / Roupas)	21.976	0,9%
19º	Cursos Livres Outros	20.721	0,9%
20º	Banco de Dados (SPC - Serasa - etc)	19.052	0,8%
	Demais Assuntos	715.604	30,2%
	Total	2.371.901⁵	100,0%

Fonte: Portal Brasileiro de Dados Abertos.