

**RELAÇÕES DE CONSUMO E A INEFICIÊNCIA DO PÓS-VENDA:  
INEFICIÊNCIA DAS EMPRESAS NA SOLUÇÃO DE DEMANDAS  
DOS CONSUMIDORES**

**ALENCAR TRICHES**

Acadêmico do Curso de Direito da FABE. E-mail: alencar.triches@safaaluno.com.br.

**JANQUIEL LORENZATTO**

Acadêmico do Curso de Direito da FABE. E-mail: alencar.triches@safaaluno.com.br.

**RAFAEL COPETTI**

Doutorando em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Mestre em Direito - Mestrado em Direito, Democracia e Sustentabilidade -, IMED. Especialista em Direito Público pela Faculdade IMED (2008). Analista Judiciário do Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Sul.

**RESUMO**

O Código de Defesa do Consumidor é o responsável pela proteção e defesa do cidadão, pessoa física ou jurídica, que adquire ou utiliza, na condição de destinatário final, um determinado produto ou serviço. Tal tutela torna-se extremamente necessária devido à disparidade técnica, jurídica e econômica entre as duas pessoas que compõem o negócio jurídico em questão.

Destarte, há uma clara vulnerabilidade por parte do consumidor, que, em uma dada relação jurídica transacional, é a parte hipossuficiente em relação à companhia que lhe vendeu determinado produto ou serviço, dando-lhe a possibilidade, inclusive, de inversão do ônus da prova e da vulnerabilidade presumida

Nessa linha, a empresa é quem deve demonstrar que o produto foi danificado por mau uso ou o serviço está sendo utilizado de forma incorreta, e, partindo daí, demonstrar interesse e iniciativa em buscar alguma solução. Há aqui uma oportunidade de fidelização do cliente, que, com a solução do impasse, sentirá segurança e seriedade na empresa.

Partindo desses pressupostos, e, considerando a legislação brasileira, a ideia de garantia aplicada no país é benéfica ao comprador, apresentando prazos, formas de ação, bem como, direitos e deveres para ambas as partes. Desta maneira, questionam-se os motivos pelos

quais as empresas demoram tanto tempo para solucionar vícios, desvios ou inconsistências relatados por consumidores em seus produtos ou serviços?

Segundo as associações de defesa do consumidor, as instituições financeiras erram ao formular contratos abusivos aos serviços financeiros com taxas de juros elevadas e excesso de venda casada e cobrança indevida. Entretanto, a conservação contratual pode ser vista em razão do art. 51, §2º do CDC que estabelece explícita vedação de nulidade automática de todo o negócio jurídico pela presença de cláusula abusiva. Isso se dá, pois, a nulidade da cláusula abusiva não invalida o contrato, exceto quando de sua ausência decorrer um ônus excessivo a qualquer das partes. As empresas telefônicas possuem dificuldades de relacionamento com clientes e apresentam problemas de cobranças irregulares e venda de serviços embutidos. No varejo, os produtos com defeitos são frequentes e as dificuldades de troca e de rede autorizada acabam prejudicando os consumidores.

Nesse sentido, Moreira (2013, p. 5) positiva que, para atenuar os problemas, há a dispensa de o consumidor provar o vício, transferindo ao fornecedor o ônus de comprovar que o defeito se deu pelo mau uso, ou por característica não coberta em garantia. Nessa linha também disserta Souza (2018, p. 72), para ele, quando se dispensa o consumidor de provar suas alegações, transferindo a carga ao fabricante ou prestador de serviços, torna-se possível que o mesmo vá a juízo sem elementos que demonstrem o meio reclamado, tornando a outra parte responsável por rebater as acusações ligadas ao vício do produto.

Unindo os dizeres acima ao positivado no artigo 18 do Código de Defesa do Consumidor, que estabelece diversos prazos e opções para garantir a melhor solução para os diversos problemas frutos de consumo, pode-se alegar que há várias ferramentas com o objetivo de defender a pessoa que adquire um bem ou serviço. O problema é que, em diversos casos, mesmo com todas essas garantias, ainda são praticados diversos tipos de manobras para atrasar a solução da questão. Todo esse repertório legal acaba sendo utilizado pelos fornecedores como meio de atrasar a resolução dos impasses.

Os SACs, serviços de atendimento telefônico das prestadoras de serviços regulados, que são ferramentas disponibilizadas à população para auxiliar nos trâmites ligados à garantia, vêm sendo refinados pela legislação nos últimos anos, como é o caso do Decreto nº 6.523 de 2008, que instituiu diversos novos positivados para melhorar as relações de consumo realizadas em território nacional. Entretanto, os canais também são usados com má-fé pelas empresas, que oferecem serviços ineficazes, enrolados e de difícil compreensão, também dificultando a aplicação dos positivados na legislação. Como forma de comprovar a situação, o portal Proteste

fez uma pesquisa cujo resultado apontou que 51,6% dos consumidores acreditam que os problemas dos SACs são frequentes.

Todavia, diante de tantas opções de comunicação, o natural seria que a solução de eventuais problemas nas relações de consumo fosse cada dia mais fácil. Porém, não é essa a realidade encontrada pela maioria dos consumidores, pois, pequenas adversidades se transformam em grandes litígios. As empresas estão visando a venda e o lucro e esquecem do pós-venda que é a etapa que se inicia após a comercialização de um produto ou serviço. Muitas empresas preferem ver o consumidor insatisfeito a solucionar o problema com respeito, entregando confiança, transparência e idoneidade que são ônus que toda empresa deveria possuir.

Em virtude dos fatos, os produtos e serviços que viciados podem ter seus problemas resolvidos de forma breve pelas empresas, evitando assim um litígio com o consumidor. Normalmente são inúmeros protocolos para atingir o mérito e compactuando a isso as corporações não estão preocupadas com o pós-venda, esse detalhe é fundamental para a satisfação do negócio entre as partes, pois como o estabelecimento está preocupado em contratar vendedores para maximizar seus lucros, deve buscar contratar atendentes aptos a resolver a demanda de solução de problemas.

Além disso, o consumidor possui ampla gama de proteção nas relações de consumo, tais como: O Código de Defesa do Consumidor (CDC), Lei do Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), Regulamento Geral de Direitos do Consumidor e de Serviços de Telecomunicações (RGC) e o Sistema Nacional de Defesa Consumidor (PROCON). Todavia, mesmo o cliente possuindo esse respaldo, acontecem práticas abusivas por parte das empresas, normalmente quando o consumidor se depara com problemas em produtos ou serviços, acaba esbarrando em péssimos suportes e vê seu direito ser negligenciado.

Na maioria das vezes, o cliente apenas quer ser ouvido com prontidão e que seja solucionado seu problema o mais breve possível, nenhum ser humano gosta de empregar seu tempo para realizar uma queixa e não receber um retorno que seja ao menos satisfatório. É incompressível que, em pleno século XXI, as empresas ainda desperdicem oportunidades e não entreguem a devida atenção ao consumidor que é a base de fomento da economia. Portanto, este é o momento de ouro para as empresas investirem no segmento de pós-venda e se destacarem não só pelo número de vendas, mas também pelo índice de resolução de conflitos.

## **REFERÊNCIAS**

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor**. Ed. Atlas. 2ª ed., São Paulo. 2010.

CONSUMIDOR. **Portal Governamental do Consumidor**. 2022. Disponível em: <https://consumidor.gov.br>. Acesso em: 08 ago. 2022.

LEITE, Gisele. **Princípios do Direito do Consumidor**. 2015. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-132/principios-do-direito-do-consumidor/> <https://idec.org.br>. Acesso em: 13 ago. 2022.

MOREIRA, Carlos Roberto Barbosa. **Notas sobre a inversão do ônus da prova de em benefício do consumidor**. Revista de Direito do Consumidor nº 22.

NEOASSIST. **68% dos clientes pagariam mais por um atendimento diferenciado**. 2017. Disponível em: <https://www.callcenter.inf.br/estatisticas/65720/clientes-pagariam-mais-por-atendimento-melhor/imprimir.aspx>. Acesso em: 13 ago. 2022.

PROTESTE ASSOCIAÇÃO DE CONSUMIDORES. **Proteste**. 2022. Disponível em: <https://www.proteste.org.br/institucional>. Acesso em: 12 ago. 2022.

RECLAME AQUI. **Rankings**. 2022. Disponível em: <https://www.reclameaqui.com.br/ranking/>. Acesso em: 10 ago. 2022.

SOUZA, Sylvio Capanema D.; WERNER, José Guilherme V.; NEVES, Thiago F C. **Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2018.