

# COMO RESOLVER PROBLEMAS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO E CONTRATOS

**VOLUME 4**  
**ED. 2020**



**Tatiane Aires**  
Advocacia e Consultoria



# Sobre Nós

**A conformidade no consumo que sua empresa precisa!**

Em conjunto com advogados parceiros, Tatiane Aires – Advocacia e Consultoria surgiu com a missão de preencher as lacunas da prestação dos serviços jurídicos, sobretudo com o objetivo de oferecer qualidade no atendimento, eficiência, e compromisso com o cliente.

Trago a atuação na advocacia, com expertise reconhecida e especializada na Gestão de Contratos, Direito do Consumidor e Gestão Estratégica, com foco nas relações jurídicas com o consumidor final.

Através da consultoria e da advocacia, objetivamos permitir aos nossos clientes a execução de suas atividades comerciais, com plena segurança, com atenção às determinações legais, regulatórias, e nos contratos.





## **NOSSA RAZÃO**

É prestar serviços de alta qualidade, com ética e eficiência, para, assim, atender às necessidades dos clientes.

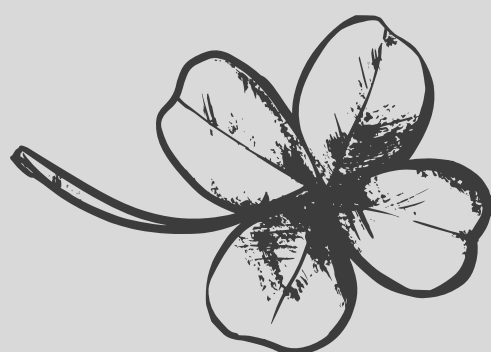
## **NOSSA VISÃO**

Ser um escritório de referência, com soluções inovadoras e eficientes, quer judicial ou administrativamente.

## **NOSSOS PILARES**

São os nossos valores: Ética, Eficiência e Foco na necessidade do Cliente.

**“Não existe sorte. O que você chama de sorte, são os cuidados com o pormenores”  
(Winston Churchill)**



### **Créditos:**

Esta publicação é resultado do projeto "**Informações Corporativas para a Gestão Estratégica: Consumo e Contratos**" desenvolvido por Tatiane Aires – Advocacia e Consultoria.

# O QUE É COMPLIANCE?



O tema do compliance começou a ganhar destaque no Brasil no inesquecível ano 2013, quando o país foi sacudido por intensas manifestações populares, pela eclosão da operação "lava jato" e pela edição da Lei 12.846, que dispõe sobre a responsabilidade das pessoas jurídicas por danos à administração pública.

A lei brasileira apropriou-se do termo sem contemplação de seus objetivos, fazendo uma tradução apressada como "integridade", a sugerir, de forma acrítica, que compliance se limita a buscar o cumprimento das leis e regulamentos.

**É isso, mas não apenas.**



Trata-se de um instrumento de governança e administração, utilizado para identificar e reduzir riscos corporativos pelas próprias empresas, não se referindo, apenas, ao cumprimento da lei abstrata, mas, sim, à criação de procedimentos para evitar a fraude corporativa que atinge bens jurídicos protegidos pelo ordenamento.

Seu objetivo é, de forma prática, eliminar as práticas que possam ser consideradas infrações, seja à lei penal, às normas concorrenciais, ambientais, tributárias, trabalhistas e também às leis de proteção ao consumidor.

# POR QUE APLICAR O COMPLIANCE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO?



Quase três décadas completa o CDC brasileiro e, embora tenham sido notáveis os avanços, tanto em termos econômicos como jurídicos, a relação de consumo ainda é marcada por intensa litigiosidade.

A onda de acesso à Justiça levou à abertura da via judicial a conflitos represados ou inexistentes, alcançando hoje a assombrosa marca de quase 80 milhões de feitos em andamento, dos quais grande parte tem origem nas relações de consumo.

Nesse cenário, não há dúvida de que o processo judicial se torna cada vez mais inadequado ou insuficiente para oferecer as respostas necessárias, que sejam rápidas, oportunas e capazes de recompor os danos causados nas condenações individuais e coletivas, com o pagamento de indenizações por danos morais e materiais, bem como às multas administrativas aplicadas pelo Procon, CADE, e demais órgãos de fiscalização setoriais, e aqueles relacionados à imagem e reputação da empresa.



# POR QUE APLICAR O COMPLIANCE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO?



## a) Na proteção dos dados sensíveis do consumidor

Sendo objetiva e clara: as empresas são responsáveis pelo armazenamento e processamento dos dados pessoais de seus funcionários e clientes.

A implementação do programa de compliance de consumo por uma empresa tem como primeira etapa a identificação de seus dados (dados pessoais dos funcionários e clientes, dados referentes às informações de pagamento de fornecedores e outros mais).

Assim, listamos os cuidados que devem ser adotados perante a Lei Geral de Proteção de Dados, para que se evitem problemas às empresas:

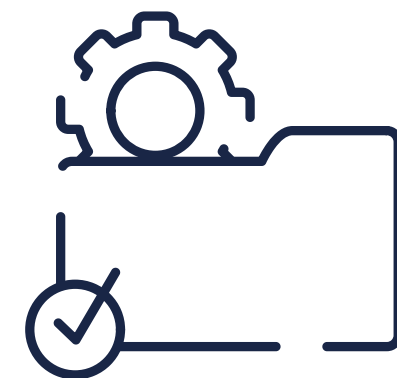
- a captação dos dados deve ter consentimento expresso e específico: caso o consumidor queira acessar, atualizar ou até mesmo excluir os dados, a empresa deve disponibilizar imediatamente tais opções;
- segurança dos dados recolhidos: eventual violação de dados pessoais dos consumidores prejudicaria a relação de confiança com cliente, bem como poderá se sujeitar a aplicação de multa de 2% do faturamento a R\$ 50 milhões de reais;



# POR QUE APLICAR O COMPLIANCE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO?



- envio de mensagens: necessária a autorização do consumidor para recebê-las, inclusive se cunho promocional. Inclusive, sugere-se que se dê a possibilidade de o cliente parar de receber os e-mails.
- quanto aos cookies: informe se o site se utiliza de cookies e como o cliente poderá desativá-los;
- publicidade: respeito ao dever de informação;
- revise os contratos dos consumidores: elaborar novas cláusulas, conforme os princípios da lei, finalidade legítima; adequação do tratamento à finalidade; transparência de informações aos titulares. Lembre-se de elaborar cláusulas gerais e preventivas, prestando o máximo de informações possíveis.



## b) Na gestão dos contratos:

Não é novidade que a atividade empresarial exige o contato com várias espécies de contratos, como o contrato social, de parcerias (stakeholders), de venda, com o consumidor final, de trabalho, bem como diversos documentos contas, guias de impostos, declarações. E lidar, diariamente, com todos estes documentos, dentro de uma empresa, pode ser uma tarefa um tanto quanto desafiadora!

Com a gestão de contratos e documentos, além de identificar, diminuir e gerenciar os riscos dos negócios jurídicos entabulados, a companhia passa a contar com maior apoio da governança corporativa da empresa, uma vez que, com o devido procedimento, é possível reduzir custos e muito tempo.

**E tempo, meus caros, é dinheiro!**



# POR QUE APLICAR O COMPLIANCE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO?



Ademais, uma vez que a solução deve contar com um controle de vigências e análise de riscos nos contratos vigentes, é possível que a companhia reforce o projeto desenvolvido para a implementação do compliance.

Porém, antes de decidir pela melhor solução de Gestão de Contratos e Documentos aliada ao compliance, é importante que os gestores estejam alinhados quanto aos seguintes pontos:

- Análise sobre os contratos existentes, prazo de vigência, valores, forma de cumprimento;
- Análise e gestão dos documentos que precisam ser armazenados por um lapso de tempo;
- Análise de cada conteúdo contratual e dos documentos;
- Estabelecer contínua análise do fluxo dos contratos desde a negociação até o cumprimento de sua finalidade.
- Realização de backups de todos os documentos;
- Estabelecimento de uma rotina para digitalizar documentos físicos;
- Livrar-se de todo tipo de arquivo sem informações úteis;



Por fim, é importante, sobretudo, que haja um consenso sobre a presença de um setor imbuído para esta finalidade, dentro do dia a dia da organização, uma vez que essa prática é essencial não apenas para a escolha da melhor solução de gestão de contratos, mas para toda a assertividade da administração corporativa e da adequada gestão do compliance!

# POR QUE APLICAR O COMPLIANCE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO?



## **c) Dos riscos reputacionais por vício ou defeito no produto ou serviço.**

O consumidor não aceita mais ser enganado e não confiar na empresa. A reputação da empresa quando o consumidor perde a confiança depositada, principalmente nas gerações mais novas, eleva o risco de imagem.

Diante disso, quando da identificação de um problema em produto ou serviço, a decisão de realizar ou não o recall deve ser debatida de forma ampla e detalhada, envolvendo a alta direção e demais envolvidos, para se evitar uma crise reputacional, eis que a legislação não obriga a sua realização, a não ser que cause sérios danos ao consumidor.

Instrumento imprescindível para testar a realização ou não do Recall é o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), o qual deve ser treinado para ter conhecimento da cultura da empresa e estar preparado para atender as demandas, sob pena de agravar uma crise reputacional potencial.

Isto é, tratando-se de relações de consumo, monitorar tais dados do mercado e da própria empresa auxiliam no controle do risco reputacional e do dano à imagem que a empresa pode vir a enfrentar.

Esses dados devem ser fonte de adoção de medidas e de tomadas de decisão, pelo setor de compliance da empresa.



# POR QUE APLICAR O COMPLIANCE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO?



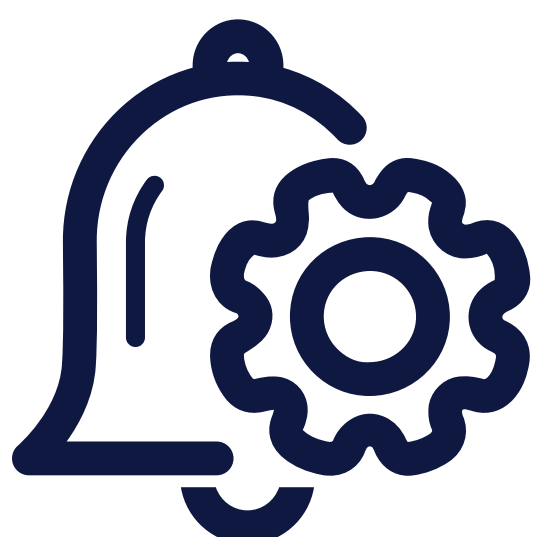
## d) Da prática de crimes contra o consumidor

A legislação brasileira, pela Lei 8.137/90, no art. 7º, contém normas de proteção às relações de consumo e à sociedade em geral, prevendo sanções nas searas administrativa, criminal e cível contra os abusos praticados.

Ocorre que, a despeito das diversas normas regulamentadoras das atividades relacionadas à produção, transporte, armazenagem e comercialização de alimentos, muitas irregularidades ainda são praticadas, tais como: baratear a produção para aumentar a margem de lucro; fraudar de preços, mascarar condições inadequadas para o consumo; embalagem em desacordo com as especificações legais; recusa de vendas; induzir consumidor ao erro; favorecimento sem justa causa de comprador; dentre outras irregularidade.

A situação se reveste de maior gravidade quando essas mercadorias saem dos depósitos para o comércio e daí para a mesa do consumidor

Frente a isso, os empresários têm sido penalizados, na seara cível, administrativa e penal, quer mediante multas altas pelos órgãos de fiscalização, reparação dos danos, por meio de obrigação de fazer ou pagar (judicial), bem como pena de prisão.



# POR QUE APLICAR O COMPLIANCE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO?

A Lei nº 12.529/2011 estabelece as penalidades também admitidas na ordem econômica.

São elas:



- Prisão de reclusão de 3 a 5 anos e multa
- A multa pode chegar ao valor de 2 bilhões de reais ou 20% do faturamento bruto da empresa.
- Publicação de retratação no site da empresa;
- Proibição de contratar com instituições financeiras;
- Inscrição no Cadastro Nacional do Consumidor.
- Proibição de exercício no comércio em nome próprio;

Em recusa, omissão, ou retardamento injustificado de informações ao CADE, poderá acarretar multa diária de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), podendo ser aumentada em 20 vezes.



## **e) Da atividade concorrencial**

A Lei 12.529/2011 (Lei de Defesa da Concorrência – LDC) instituiu no Brasil a nova organização do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC), do qual o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) é parte.

É importante ressaltar o motivo pelo qual os agentes econômicos, sejam eles grandes, médios ou pequenos, devem se preocupar em cumprir a LDC.

Há duas respostas para essa questão, uma primeira relacionada à punibilidade advinda do não cumprimento, e uma segunda que diz respeito a os benefícios que a observância da lei traz.

# POR QUE APLICAR O COMPLIANCE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO?



Como explicitam os artigos 37 e 38 da LDC, as sanções a que se sujeitam os agentes privados por tais infrações são bastante graves.

Além disso, empresas podem sofrer processos na esfera cível, e as pessoas físicas, na esfera criminal, por força da Lei 8.137/1990.

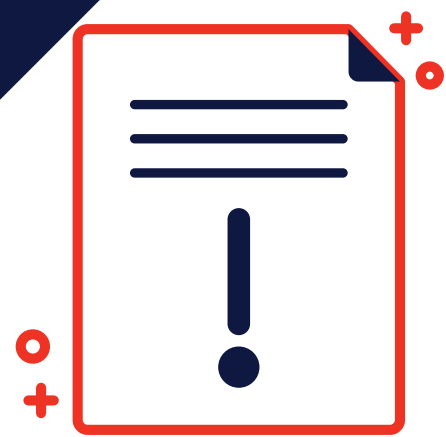


Dentre as possíveis sanções a serem impostas estão:

- Empresa: multa de 0,1% a 20% do valor do faturamento bruto anual no ramo de atividade empresarial em que ocorreu a infração;
- Administrador (direta ou indiretamente) responsável pela infração cometida, quando comprovada a sua culpa ou dolo: multa de 1% a 20% daquela aplicada à empresa;
- Pessoas Físicas (funcionários, consultores, contadores etc.) ou Jurídicas (público ou privado/associações de entidades /pessoas constituídas de fato ou de direito, ainda que temporariamente, com ou sem personalidade jurídica), que não exerçam atividade empresarial: multa de R\$ 50 mil a R\$ 2 bilhões;
- Reincidência da prática:
  - o Empresa ou pessoa física: as multas cominadas serão aplicadas em dobro.
  - o Continuidade de atos ou situações que configurem infração da ordem econômica, após decisão do Tribunal determinando sua cessação: multa diária fixada em valor de R\$ 5 mil podendo ser aumentada em até 50 (cinquenta) vezes, se assim recomendar a situação econômica do infrator e a gravidade da infração.



# POR QUE APLICAR O COMPLIANCE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO?



- Processo Criminal: as pessoas físicas envolvidas em condutas anticoncorrenciais poderão ainda ter as suas práticas criminalmente investigadas e punidas, com pena de prisão de 2 a 5 anos e multa.

Não obstante, há benefícios outros em respeitar o direito da concorrência que não apenas o de evitar penalidades. O mais elementar deles é a garantia de um ambiente concorrencialmente probó.

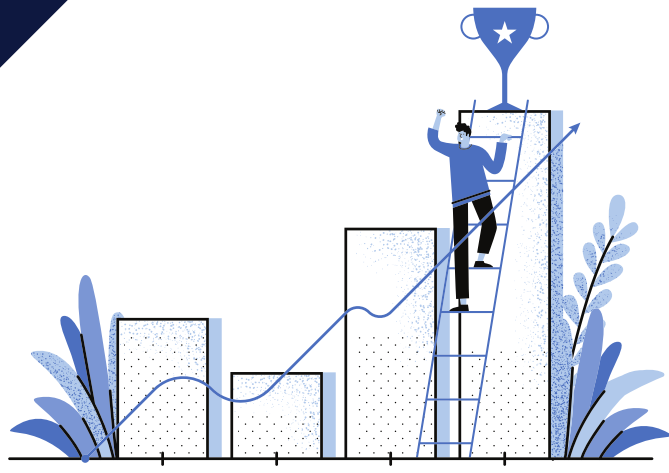


Outro é a boa reputação no mercado e a boa aceitação por parte da opinião pública, visto que a sociedade cada vez mais toma consciência da importância da concorrência saudável, e cada vez mais as notícias sobre práticas anticompetitivas ganham espaço na mídia, o incentivo para cooperar com as autoridades e seguir as leis de forma sistemática vai além da mera não sujeição às sanções aplicáveis e estende-se para a garantia da boa imagem.

## **f) Da confiança do consumidor à marca**

A implantação da política de compliance na corporação, além de minimizar os riscos de multas e ações judiciais e danos pecuniários, também faz com que haja uma relação de credibilidade entre empresa e consumidor.

# POR QUE APLICAR O COMPLIANCE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO?



O sucesso das organizações é extremamente dependente da admiração e da confiança do consumidor, refletida no valor de suas marcas e na sua reputação, na capacidade de atrair e fidelizar clientes, investidores, parceiros e empregados.

As práticas de respeito à cooperação, confiança e conformidade às regras regulatórias e do Direito do Consumidor, para surtirem efeitos positivos, devem ser incorporadas por toda cadeia hierárquica da empresa (tone of the top), sendo sua implantação uma ferramenta importante para alcançar um ambiente transparente, ético (missão, políticas e valores claros) e de confiança, que resguarde os direitos consumeristas e, portanto, tenha em seus clientes uma relação de credibilidade entre a entidade corporativa e o consumidor.

Em suma, as práticas corporativas antiéticas, assim como as que afrontam diretamente a lei, constituem “vantagens competitivas”, pelo menos até que sejam identificadas e sancionadas.

A partir dessa constatação, resta claro que a sua eliminação por determinado setor produtivo interessa igualmente a todos os agentes econômicos: ao Estado, aos concorrentes e aos consumidores.

**A adoção do compliance consumerista, em última análise, representa compartilhar entre eles a responsabilidade pela criação de um mercado ético, justo e produtivo!**



TA

Tatiane Aires  
Advocacia e Consultoria

A conformidade no  
consumo que sua  
empresa precisa!

[www.tatianeairesadv.com](http://www.tatianeairesadv.com)

[contato@tatianeairesadv.com](mailto:contato@tatianeairesadv.com)

(61) 99965-8546



Formada em Direito pela  
Universidade Ceub de Brasília –  
UNICEUB;

Pós-graduada em Direito Público pela  
Faculdade Projeção, Especialista em  
Direito Civil, e Direito do Consumidor  
pelo Instituto LFG,

Associada da Comissão de  
Compliance da OAB/DF,

Membro da Associação Nacional de  
Compliance (ANACO),

Consultora da empresa Integrity,  
Compliance e Blindagem Patrimonial.

Coordenadora da cadeira de Direito  
Civil, Consumidor e Políticas de  
Compliance perante empresas de  
Brasília.

# Contatos



[www.tatianeairesadv.com](http://www.tatianeairesadv.com)



[contato@tatianeairesadv.com](mailto:contato@tatianeairesadv.com)



(61) 9 9965-8546



[@tatianeaires.adv](https://www.instagram.com/tatianeaires.adv)



Tatiane Aires