

ESPECIAL DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

EDIÇÃO DE COMEMORAÇÃO DOS 23 ANOS
DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR



Procon Carioca – setembro de 2013

Solange Amaral, Secretária de Defesa do Consumidor e Coordenadora do Procon Carioca

Fabio Ferreira, Subsecretário de Defesa do Consumidor

Coordenação e Texto: Mariana de Araujo Ferraz

Revisão: Lucia Guiterio

É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada à fonte e que não seja para venda ou qualquer fim comercial.

Apresentação

É com grande satisfação que a Prefeitura do Rio de Janeiro e a Secretaria de Proteção e Defesa do Consumidor, oferecem à população carioca a presente cartilha de orientação sobre os direitos básicos do consumidor. Neste ano, comemoramos 23 anos da promulgação da Lei Federal nº 8078/1990 - o Código de Defesa do Consumidor, importante conquista para a salvaguarda dos direitos dos consumidores brasileiros. Queremos assim, difundir informações e promover a educação sobre o consumo, de forma que cada vez mais consumidores possam exigir seus direitos em prol de uma sociedade mais justa e ética.

Solange Amaral

Secretária Municipal de Defesa do Consumidor e Coordenadora do Procon Carioca

Sumário

O nascimento do Código de Defesa do Consumidor	4
Introdução ao Código de Defesa do Consumidor	5
Direitos Básicos do Consumidor.....	6
Direito de proteção à vida, à saúde e à segurança (art.6º, I do CDC).....	7
Direito à Educação sobre o Consumo (art. 6º, II do CDC)	7
Direito à informação adequada e clara sobre produtos e serviços (art. 6º, III do CDC)	7
Direito à proteção contra a publicidade enganosa e abusiva e métodos comerciais ilegais (art. 6º, IV).....	8
Direito à proteção contra práticas e cláusulas abusivas nos contratos	9
Direito à prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais	9
Direito à adequada e eficaz prestação dos serviços públicos	10
Direito de acesso à justiça e aos órgãos administrativos e facilitação da defesa em favor do consumidor	11
Como exigir os seus direitos.....	12

Modelos de cartas de reclamação

O nascimento do Código de Defesa do Consumidor

A luta pela defesa e pelo reconhecimento dos direitos do consumidor não é de hoje. Essas reivindicações, chamadas de movimento consumerista, nasceram nos Estados Unidos, no século XIX, com a primeira organização civil de defesa do consumidor - a Liga de Consumidores de Nova York. A partir de então, outras organizações semelhantes foram criadas em diversos países do mundo.

Um grande marco para o movimento de defesa do consumidor ocorreu em 15 de março de 1962, quando o então presidente dos Estados Unidos, John Kennedy, fez um discurso afirmando quatro direitos básicos dos consumidores: direito à segurança; direito à informação; direito à escolha e direito de ser ouvido. Após esse discurso, houve o reconhecimento do dia 15 de março como Dia Mundial dos Direitos do Consumidor.

No âmbito do Brasil, também temos nossa data especial de comemoração, que é o dia do nascimento do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.072/1990). Esse código foi consolidado através de uma lei federal que foi publicada no dia 11 de setembro de 1990, entrando em vigor em 11 de março de 1991. É importante lembrar que o código foi fruto de ampla reivindicação social, dentro do contexto de redemocratização do país e do estabelecimento da Constituição Federal de 1988, a “constituição-cidadã”. Nossa lei maior, a Constituição Federal, prevê a defesa do consumidor como princípio da ordem econômica e como dever do Estado (Arts. 5º, XXXII e 170, V).

Esse período foi um grande marco na história nacional consumerista. Com o nascimento do CDC, estruturou-se o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), formado por órgãos públicos como os Procons, Inmetro, Defensorias Públicas, Promotorias de Justiça, Delegacias de Polícia Especializada e associações de consumidores.

Importante salientar que o CDC é uma lei extremamente avançada, considerada um grande exemplo até mesmo internacionalmente. Uma característica marcante do CDC é o fato de que nele são estabelecidos princípios e normas gerais que se enquadram a qualquer tipo de relação de consumo, inclusive as mais modernas, ou seja, é uma norma que se adapta às mudanças decorrentes da passagem do tempo. Por esse motivo, muitas vezes nos referimos ao CDC como uma norma “principiológica”.

Um dos princípios centrais que regem o CDC é o princípio da *vulnerabilidade do consumidor*, ou seja, o consumidor é considerado a parte mais fraca da relação de consumo e por isso necessita de normas que reestabeçam o equilíbrio na sua relação com os fornecedores.

Anos após a promulgação dessa importante lei, temos muitos motivos para comemorar. Orientados pelo conteúdo do CDC, cada vez mais os consumidores

reivindicam seus direitos. Esse movimento estimula mudanças fundamentais no sistema econômico, em prol de relações mais justas e éticas. No entanto, ainda há muito para se avançar, e o primeiro passo é o conhecimento dos direitos e sua reivindicação na prática. Para isso, esclareceremos conceitos e direitos básicos do CDC, de forma que o consumidor tenha nas mãos os instrumentos para exigência de seus direitos.

Introdução ao Código de Defesa do Consumidor

Para sabermos como e quando aplicar as normas do Código de Defesa do Consumidor, necessitamos antes conhecer o significado de alguns conceitos básicos que nos indicarão se estamos ou não diante de um problema de consumo.

Em primeiro lugar, aplica-se o Código quando há a configuração de uma relação de consumo.

- Relação de Consumo

Relação de consumo é toda relação que liga um consumidor a um fornecedor, tendo como objeto o fornecimento/aquisição de um produto ou serviço. Não é necessário que haja a efetivação da compra mediante pagamento para que se configure uma relação de consumo. Assim, há relação de consumo mesmo nas situações que antecedem a compra, como quando o fornecedor faz a oferta de um produto ou serviço por meio de uma publicidade ou quando fornece orçamento de um serviço a ser prestado.

- Consumidor

É a pessoa ou empresa que adquire ou utiliza um produto ou serviço. Para a empresa ser considerada consumidora, o produto adquirido deve ser para uso próprio, ou seja, a empresa deve ser o destinatário final do consumo. No caso da aquisição de produtos ou serviços aos quais sejam dadas novas finalidades econômicas, a empresa não será considerada consumidora. Por exemplo, uma papelaria que adquire papel para revenda não é considerada consumidora nessa relação, mas se adquire uma mesa para seu escritório (uso final), aí será considerada consumidora. Há também a figura do consumidor por equiparação. Trata-se da coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que tenham intervindo nas relações de consumo.

- Fornecedor

É a pessoa ou empresa, seja ela pública ou privada, nacional ou estrangeira, que oferece produtos ou serviços para os consumidores. São considerados fornecedores todos aqueles que produzem, montam, criam, transformam, importam, exportam, distribuem e vendem produtos ou prestam serviços.

Importante lembrar que para ser considerado fornecedor é necessário que haja o caráter da habitualidade do negócio, isto é, que exerça a atividade econômica de forma permanente. Assim, quando adquirimos algum produto de um particular (como um carro ou um móvel usado), que não é um vendedor habitual de produtos, não podemos aplicar as normas do CDC, pois o mesmo não será considerado um fornecedor.

- Produto

É qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial, ou seja, é toda mercadoria colocada à venda no comércio. Existem os produtos duráveis (que não desaparecem com o uso, como os móveis e eletrodomésticos), e os produtos não-duráveis (aqueles que acabam com o uso, como os alimentos). Importante lembrar que produto gratuito também está garantido pelos direitos do consumidor (por exemplo, a amostra grátis).

- Serviço

É qualquer trabalho fornecido no mercado de consumo, prestado mediante remuneração, como por exemplo, a limpeza de um carro no lava a jato, ou o corte de cabelo no salão de beleza. Importante lembrar que a remuneração pode ocorrer de forma indireta, como é o caso dos estacionamento gratuitos de supermercados, situação em que o custo está embutido em outros pagamentos efetuados pelo consumidor. Assim, nesses casos também se aplicam as regras de defesa do consumidor.

No caso dos serviços, também existem os duráveis, que seriam aqueles contínuos que se prolongam no tempo (como os planos de saúde) ou os que deixam como resultado um produto (como a instalação de um piso em uma casa); e os não-duráveis, que acabam após uma única prestação (como um serviço de transporte). São também considerados serviços, aqueles de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Direitos Básicos do Consumidor

Os direitos básicos do consumidor são sintetizados no art. 6º do Código de Defesa do Consumidor. Esses direitos fundamentais norteiam os demais artigos contidos no código. Assim, é importante que o consumidor conheça inicialmente esses direitos básicos para que compreenda o espírito das normas consumeristas.

Então, vamos aos direitos!

Direito de proteção à vida, à saúde e à segurança (art.6º, I do CDC)

Todo consumidor tem direito à proteção da vida, da saúde e da segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos. De acordo com esse direito, é dever do fornecedor assegurar a qualidade e segurança dos produtos e serviços postos no mercado, assim como, informar claramente nos rótulos, embalagens e nas peças publicitárias, os riscos que o produto pode oferecer.

É com base nesse direito, que existem as informações de alerta em bulas de remédio, rótulos ou propagandas de fumo, bebidas alcoólicas, inseticidas, etc. É também com base nessa disposição que certos produtos devem ter a segurança certificada (verificada e testada por organismos especializados). Esse direito também inspira a figura do *recall*, que é o comunicado público sobre a descoberta de um problema em produtos postos no mercado. Em algumas situações, é necessário o total impedimento da comercialização dos produtos, como no caso de alimentos contaminados durante o processo produtivo. Em outras, o fornecedor é obrigado a solucionar o problema sem custos para o consumidor, como quando ocorrem defeitos que podem ser reparados em automóveis.

Direito à Educação sobre o Consumo (art. 6º, II do CDC)

O consumidor é a parte mais vulnerável na relação de consumo. Essa vulnerabilidade ocorre principalmente pelo fato do consumidor não ter conhecimento técnico acerca da qualidade e especificações dos serviços e produtos. Desta forma, os fornecedores e as mídias em geral devem prover esclarecimentos aos consumidores, assim como os entes públicos devem viabilizar políticas de instrução sobre os direitos dos consumidores.

Direito à informação adequada e clara sobre produtos e serviços (art. 6º, III do CDC)

É dever do fornecedor prestar todas as informações relevantes sobre produtos e serviços, de forma que o consumidor possa exercer conscientemente seu direito de escolha. As informações devem ser prestadas de forma clara e adequada, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes, preço e sobre os riscos que apresentam.

O formato da prestação de informação pode variar de acordo com o produto ou serviço, como por exemplo, informações constantes em embalagens de produtos, ou nos

contratos, folhetos e anúncios. O importante é que a informação chegue ao consumidor de forma facilitada e com uma linguagem clara. Se o consumidor for prejudicado devido à falta ou insuficiência da informação, ele terá direito à indenização pelos prejuízos sofridos. Por exemplo, se um produto químico de limpeza não tem em seu rótulo e embalagem a informação adequada sobre a forma de manuseio, colocando em risco os consumidores, o fabricante do produto será responsabilizado.

Direito à proteção contra a publicidade enganosa e abusiva e métodos comerciais ilegais (art. 6º, IV)

O consumidor tem o direito à 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.

A **publicidade enganosa** é basicamente aquela que apresenta informações falsas, ou que omite informações essenciais que induzem o consumidor a erro (publicidade enganosa por omissão). Esse tipo de publicidade é proibida pelo CDC. Um exemplo disso pode ocorrer quando uma operadora de conta de celulares anuncia que haverá gratuidade em determinado plano para certas prestações de serviços, como envios de mensagens de texto ou ligações para determinados números, e no fim do mês o consumidor recebe a cobrança daquilo que deveria ser gratuito.

O CDC garante que aquilo que foi anunciado funcione como se fizesse parte do contrato, por isso, o fornecedor é obrigado a cumprir o prometido. Se isso não ocorrer, o consumidor tem o direito de exigir que a empresa cumpra o que foi ofertado, ou pode também desistir da contratação e exigir a devolução do valor pago. Em alguns casos, o consumidor pode também optar pela substituição do produto ou do serviço por outro que esteja de acordo com o que foi anunciado.

Existe também a figura da **publicidade abusiva**, que é aquela discriminatória, ou que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança, dentre outras situações. Em resumo, são publicidades que desrespeitam valores sociais e até mesmo direitos fundamentais (como a proteção à infância e à saúde). O fornecedor que veicular esse tipo de publicidade está sujeito às penalidades, e pode ser responsabilizado.

Os **métodos comerciais ilegais** são aqueles que colocam o consumidor em posição de desvantagem em relação ao fornecedor. Temos alguns exemplos quando o fornecedor: impõe limites de quantidade sem motivo justo; condiciona a venda de um produto ou serviço à compra de outro; recusa atendimento ao consumidor havendo estoque disponível; envia um produto ou serviço à casa do consumidor sem solicitação

prévia; se prevalece da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços; exige do consumidor vantagem manifestamente excessiva; executa serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, entre outros casos listados no artigo 39 do CDC.

Direito à proteção contra práticas e cláusulas abusivas nos contratos

Além dos métodos comerciais ilegais listados acima, o consumidor pode estar sujeito a outras práticas abusivas, tais como, o abuso na cobrança de dívidas. O credor tem direito de cobrar seus devedores, mas não pode fazer isso de forma que exponha ou ameace aquele que tem a dívida. Assim, divulgar lista de devedores, anunciar o nome de quem deve em público são práticas ilegais. No caso de cadastro de inadimplentes em bancos de dados e cadastro de consumidores (como SPC e SERASA), é direito do consumidor ter acesso às suas informações. O consumidor deve também ser necessariamente comunicado da abertura de cadastro em seu nome.

Importante lembrar que o consumidor cobrado em quantia indevida, tem direito à devolução em dobro do que pagou em excesso, acrescido de juros e correção monetária.

Outro tipo de abusividade pode ser encontrada nos termos dos contratos celebrados entre consumidor e fornecedor. O CDC garante o direito do consumidor de ter acesso prévio a contratos, e que os mesmos sejam redigidos de forma clara, facilitando a compreensão do consumidor. Outra disposição importante é a ilegalidade das cláusulas que colocam o consumidor em desvantagem exagerada, ou seja, que ofendam os princípios das leis de defesa do consumidor, ou que restrinjam obrigações inerentes à natureza do contrato. Por exemplo, os anúncios que informam que o estacionamento não se responsabiliza por furto de objetos deixados dentro dos carros. É da natureza do negócio o dever de guarda do veículo, e o anúncio (que tem valor de contrato) é considerado abusivo, portanto, ilegal.

Direito à prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais

Os fornecedores são responsáveis pelos produtos e serviços que colocam no mercado, e por isso, devem arcar com qualquer prejuízo que o consumidor sofra em decorrência do uso dos mesmos.

O produto apresenta um vício quando: tem problemas relativos à qualidade ou à quantidade; for impróprio para o consumo (como um alimento estragado); for inadequado ao fim a que se destina (uma geladeira que não esfria); apresenta problemas

que lhe diminuam o valor (um aparelho de celular com a tela quebrada); não está de acordo com as informações prestadas na embalagem, rótulo ou publicidade.

Nesses casos, o consumidor tem o direito de reclamar e exigir que o problema seja solucionado. O prazo para estas solicitações é de 30 dias para bens não-duráveis e de 90 dias para bens duráveis. Se o fornecedor não resolver o problema em 30 dias, o consumidor pode exigir a substituição do produto por outro em perfeitas condições; a devolução do seu dinheiro; eventual ressarcimento por perdas e danos ocorridos em decorrência do vício do produto ou o abatimento proporcional do preço. No caso de se tratar de um produto essencial (medicamentos, alimentos, alguns eletrodomésticos como fogão e geladeira), o consumidor pode exigir uma dessas providências de forma imediata (sem ter que esperar o prazo de 30 dias para que o fornecedor resolva o problema).

O serviço também pode ser viciado, mas nesse caso, o fornecedor não tem o prazo de 30 dias para resolver o problema. O consumidor pode exigir, imediatamente, a reexecução do serviço sem custo adicional; a devolução do valor pago ou o abatimento proporcional do preço. Então, por exemplo, se o consumidor vai a um hotel no qual as instalações são precárias, sem higiene e em discordância com o que foi anunciado, ele poderá exigir uma dessas providências.

Os fornecedores também respondem por defeitos nos produtos e serviços, ou seja, quando os mesmos não apresentam a segurança que deles legitimamente se espera. Assim, ainda no exemplo do hotel, se é servida uma comida estragada (imprópria - com vício) e o consumidor come e passa mal, haverá um defeito no serviço. Nesses casos, o fornecedor deve reparar os danos causados ao consumidor, sejam eles morais (quando são atingidas a imagem, a intimidade, a honra, a tranquilidade e o nome do consumidor), ou materiais.

Observação: Para quem faz compras fora do estabelecimento comercial (pela internet, telefone ou catálogo), saiba que existe o "direito de arrependimento", isto é, em um prazo de 7 dias após a data de assinatura do contrato ou do recebimento do produto (o que ocorrer por último), você pode devolvê-lo para loja e ter seu dinheiro de volta. Nesse caso, não é necessário que o produto apresente problemas, a simples insatisfação do consumidor pode proporcionar esse direito. No entanto, é preciso contar com a boa-fé das partes, o produto deve ser devolvido em condições idênticas a do recebimento.

Direito à adequada e eficaz prestação dos serviços públicos

Os direitos expostos no Código de Defesa do Consumidor abrangem também os serviços públicos prestados mediante o pagamento de tarifas, como a água, energia elétrica, gás e telefonia.

Dessa forma, esses serviços devem ser prestados com qualidade. Os serviços considerados essenciais, como luz e água, devem ser prestados de forma contínua (sem

interrupções). Se o consumidor tiver problemas devido à má prestação do serviço, ele poderá ser indenizado, como no caso do consumidor que tem sua geladeira queimada por conta de uma sobrecarga na rede elétrica.

Dentre todos os direitos previstos no CDC, destacamos o direito do consumidor de: receber todas as informações necessárias sobre o serviço, como uma conta com informações claras e detalhadas; pagar preços módicos; não pagar uma cobrança indevida ou ter o dinheiro devolvido em dobro no caso das contas pagas indevidamente; reclamar com as agências reguladoras; ter abatimento na conta quando houver prestação do serviço sem qualidade.

Direito de acesso à justiça e aos órgãos administrativos e facilitação da defesa em favor do consumidor

Quando identificado um problema na prestação de um produto ou serviço, o primeiro passo a ser dado é recorrer ao fornecedor e exigir a solução do problema. No entanto, quando isso não ocorre, é direito do consumidor recorrer à justiça. O CDC possibilita que se entre na justiça na cidade onde o consumidor reside. Dessa maneira, se o consumidor mora na cidade do Rio de Janeiro e teve um problema com um hotel na cidade de São Paulo, ele não precisará ir até lá para entrar com uma ação na justiça.

O CDC também prevê a figura da “inversão do ônus da prova”. A regra geral é que quem entra com ação deve trazer as provas do que é alegado. Contudo, muitas vezes o consumidor não tem os requisitos técnicos para trazer as provas à justiça. Nesses casos, o consumidor pode requisitar ao juiz a inversão do ônus da prova, onde a empresa terá que provar que o que está sendo alegado não ocorreu. Por exemplo, o consumidor recebeu uma informação enganosa de um vendedor em um call-center. Esse consumidor não tem os meios técnicos para provar que aquela informação foi dada de uma forma inadequada. Nesse caso ele pode entrar na justiça e requerer a inversão do ônus da prova, e a empresa deverá apresentar as gravações da ligação (pois é ela que possui os meios técnicos para tanto).

O antigo Juizado de Pequenas Causas, hoje denominado Juizado Especial Cível (JEC), atende causas relacionadas a problemas de consumo quando o valor é de até 40 salários mínimos. Em causas cujo valor envolvido não passe de até 20 salários mínimos, não é necessária a presença de um advogado.

Como exigir os seus direitos

Quando o consumidor enfrenta problemas de consumo, ele deve primeiramente reclamar com o fornecedor. Caso esse diálogo não surta efeito, o consumidor pode recorrer à intermediação dos órgãos de proteção e defesa do consumidor (como os Procons) ou às agências reguladoras (como a Anatel, Aneel, Anvisa, ANS). Caso não haja resultado satisfatório, pode-se ainda recorrer às providências na justiça.

Abaixo disponibilizaremos alguns modelos de cartas¹ para que você possa fazer a reclamação com a empresa por escrito, caso não haja providências pelo telefone. É importante que se determine um prazo para resposta da empresa à sua reclamação. No caso de envio da carta por correio, procure utilizar o recurso de “Aviso de Recebimento”, assim você saberá exatamente quando a empresa recebeu a carta, e poderá contar o prazo de resposta a partir de então. A reclamação tanto pode ser dirigida à loja como ao fabricante. O consumidor é quem escolhe, pois segundo o CDC, ambos possuem o mesmo grau de responsabilidade.

¹ Fonte: GUIA DE MUNICIPALIZAÇÃO DA DEFESA DO CONSUMIDOR NO BRASIL do Ministério da Justiça, Secretaria de direito econômico – SDE, Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – DPDC, Brasília, 2000.

MODELO DE CARTA DE RECLAMAÇÃO DO CONSUMIDOR

PROBLEMAS EM PRODUTO

Ilmo. Sr.

Gerente

(Nome da empresa _____)

Sirvo-me da presente para efetuar a seguinte reclamação:

Em _____ (data) adquiri neste estabelecimento _____ (quantidade, definição e descrição do produto), o qual apresentou os seguintes defeitos:

_____.

Dessa forma, estando dentro do prazo previsto no artigo 26 do Código de Defesa do Consumidor para reclamar de vícios em produtos e constatando-se que o defeito acima exposto compromete, essencialmente, o seu desempenho, é a presente para solicitar a solução do problema, tendo em vista as possibilidades previstas no artigo 18 do Código de Defesa do Consumidor, que seguem descritas:

- I - substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;
- II - restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;
- III - abatimento proporcional do preço.

Aguardo contato dentro de sete dias do recebimento desta a fim de que o vício seja sanado no prazo máximo e trinta dias, sob pena de procedimento determinado pelo artigo 18, parágrafo 1º, do Código de Defesa do Consumidor.

Desde já agradeço a atenção dispensada,

_____ (data)

_____ (assinatura)

OBS. 1: Sempre que possível, anexe cópia da nota fiscal do produto e certificado de garantia.

OBS. 2: O consumidor poderá escolher, de imediato, o que melhor lhe convier dentre as alternativas expostas quando a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou característica do produto, diminuir-lhe o valor ou se tratar de produto essencial.



Acesse a versão na íntegra da Cartilha de Direitos Básicos do Consumidor produzida pelo Procon Carioca, em comemoração aos 23 anos do Código de Defesa do Consumidor, através do link: http://bit.ly/direitos_basicos_procon_carioca

MODELO DE CARTA DE RECLAMAÇÃO DO CONSUMIDOR
FORNECEDOR QUE NÃO SOLUCIONOU PROBLEMA NO PRAZO

Ilmo.sr.
Gerente
(Nome da empresa _____)

Sirvo-me da presente para efetuar a seguinte reclamação:

Em _____ (data) adquiri neste estabelecimento _____ (quantidade, definição e descrição do produto), o qual apresentou os seguintes defeitos: _____.

Em _____ (data), enviei carta, devidamente fundamentada, solicitando a solução do problema, o que até a presente data não ocorreu.

Dessa forma, exaurido o prazo de trinta dias, previsto no artigo 18, parágrafo 1º, do Código de Defesa do Consumidor, para que o fornecedor solucione o problema da forma que melhor lhe convier, sem a sua efetiva resolução, é a presente para solicitar:

- () I - substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;
- () II - restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;
- () III - abatimento proporcional do preço.

OBS. apontar a opção desejada.

Caso a solução pleiteada não seja atendida dentro de sete dias, serão tomadas as providências jurídicas cabíveis.

Desde já agradeço a atenção dispensada,

____ (data)
____ (assinatura)

OBS.: Sempre que possível, anexe cópia da nota fiscal do produto e certificado de garantia.



Acesse a versão na íntegra da Cartilha de Direitos Básicos do Consumidor produzida pelo Procon Carioca, em comemoração aos 23 anos do Código de Defesa do Consumidor, através do link: http://bit.ly/direitos_basicos_procon_carioca

MODELO DE CARTA DE RECLAMAÇÃO DO CONSUMIDOR

PROBLEMAS EM SERVIÇOS DIVERSOS

(inclusive aqueles de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária)

Sirvo-me da presente para efetuar a seguinte reclamação

Em _____ (data), contratei deste estabelecimento _____ (definição e descrição do serviço), o qual apresentou os seguintes problemas:

_____.

Desta forma, estando dentro do prazo previsto no artigo 26 do Código de Defesa do Consumidor, para reclamar de vícios em serviços, e constatando-se que o defeito acima exposto torna ineficiente o serviço prestado, é a presente para solicitar a solução do problema, tendo em vista as possibilidades previstas no artigo 20 do Código de Defesa do Consumidor, que seguem descritas:

- I - a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;
- II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;
- III - o abatimento proporcional do preço.

Obs.1: apontar a opção desejada.

Caso a solução pleiteada não seja atendida dentro do prazo de sete dias, serão tomadas as providências jurídicas cabíveis.

Desde já agradeço a atenção dispensada,

_____ (data)

_____ (assinatura)

OBS. 2: Sempre que possível, anexe cópia do contrato de prestação de serviço, se houver.



Acesse a versão na íntegra da Cartilha de Direitos Básicos do Consumidor produzida pelo Procon Carioca, em comemoração aos 23 anos do Código de Defesa do Consumidor, através do link: http://bit.ly/direitos_basicos_procon_carioca

MODELO DE CARTA DE RECLAMAÇÃO DO CONSUMIDOR

DESISTÊNCIA DE COMPRA FEITA PELA INTERNET

Ilmo. Sr.
Gerente
(Nome da empresa _____)

Sirvo-me da presente para efetuar a seguinte reclamação:

Em _____ (data), adquiri desta empresa, por intermédio do vendedor _____ (nome do vendedor) o seguinte produto/serviço: _____ (quantidade, definição e descrição do produto/serviço). A venda foi efetuada por telefone/reembolso postal/internet sendo que o produto/serviço foi entregue no dia _____ (data).

Entretanto, perdi o interesse pela aquisição deste produto/contratação deste serviço e, desta forma, venho pleitear o cancelamento da compra/contratação e a consequente devolução das quantias já pagas, estando isento de qualquer ônus, uma vez que estou dentro do prazo de sete dias, previsto no artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, para o cancelamento de compras ou contratos feitos fora do estabelecimento comercial.

Desde já agradeço a atenção dispensada,

_____ (data)
_____ (assinatura)

OBS. 1: Sempre que possível, anexe cópia da nota fiscal do produto e certificado de garantia ou cópia do contrato de prestação de serviço.



Acesse a versão na íntegra da Cartilha de Direitos Básicos do Consumidor produzida pelo Procon Carioca, em comemoração aos 23 anos do Código de Defesa do Consumidor, através do link: http://bit.ly/direitos_basicos_procon_carioca

MODELO DE CARTA DE RECLAMAÇÃO DO CONSUMIDOR

PRODUTOS NÃO ENTREGUES

Ilmo. Sr.

Gerente

(empresa _____)

Sirvo-me da presente para efetuar a seguinte reclamação:

Em _____ (data), adquiri desta empresa, por intermédio do vendedor _____ (nome do vendedor) o seguinte produto/serviço: _____, cuja entrega estava prevista para _____ (data). O preço já foi pago, conforme xerox do comprovante que segue. Entretanto, a mercadoria não foi entregue (ou) o serviço não foi realizado, como se comprometeu V. S^a.

Desta forma, venho solicitar-lhe que cumpram com sua parte na referida transação comercial no prazo de sete dias, caso contrário, serão tomadas as providências jurídicas cabíveis.

Desde já agradeço a atenção dispensada,

_____ (data)

_____ (assinatura)

OBS. 1: Sempre que possível, anexe cópia da nota fiscal do produto e certificado de garantia.



Acesse a versão na íntegra da Cartilha de Direitos Básicos do Consumidor produzida pelo Procon Carioca, em comemoração aos 23 anos do Código de Defesa do Consumidor, através do link: http://bit.ly/direitos_basicos_procon_carioca

MODELO DE CARTA DE RECLAMAÇÃO DO CONSUMIDOR
ACIDENTES DE CONSUMO - RESSARCIMENTO DE DESPESAS

Ilmo. Sr.

Gerente

(**empresa** _____)

Sirvo-me da presente para efetuar a seguinte reclamação:

Em _____ (**data**), adquiri desta empresa, por intermédio do vendedor _____ (**nome do vendedor**) o seguinte produto/serviço: _____ (**quantidade, definição e descrição do produto/serviço**), conforme comprova xerox que segue.

O produto/serviço descrito acima causou acidente de consumo: (**descrever o acidente e as lesões sofridas**).

Os fatos acima descritos se enquadram na previsão dos artigos 12 e/ou 14 do Código de Defesa do Consumidor, venho requerer a restituição das despesas que seguem relacionadas, já que as mesmas se deram em decorrência do dito acidente.

(**OBS. 1.: relacionar as despesas com médicos e tudo o mais que se fez necessário, anexando xerox de documentos que comprovem o alegado.**)

Aguardando contato nos próximos sete dias, desde já agradeço a atenção dispensada,

_____ (**data**)

_____ (**assinatura**)

OBS. 2: Sempre que possível, anexe cópia da nota fiscal do produto e certificado de garantia ou cópia do contrato de prestação de serviço.



Acesse a versão na íntegra da Cartilha de Direitos Básicos do Consumidor produzida pelo Procon Carioca, em comemoração aos 23 anos do Código de Defesa do Consumidor, através do link: http://bit.ly/direitos_basicos_procon_carioca