

Sumário

DEVERES DO FORNECEDOR À LUZ DO CODIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	3
1. Formas de apresentação de produtos e serviços	3
1.1. Outros deveres do fornecedor	3
2. Promoção de venda.....	5
2.1. Venda à distância.....	5
2.2. Publicidade	5
2.2.1. Publicidade correta	6
2.3. Orçamento.....	6
3. Bares, restaurantes, casas noturnas e similares.....	7
3.1. Consumo mínima	7
3.2. Perda da comanda	7
3.3. Couvert	7
3.3.1. Couvert artístico.....	8
3.4. Cardápio.....	8
3.5. Gorjeta	8
4. Quem responde pelos danos causados ao consumidor	8
4.1. Responsabilidade primária.....	8
4.2. Responsabilidade solidária	8
4.3. Não imputabilidade da responsabilidade ao fornecedor.....	8
4.4. Cautelas a serem tomadas pelo fornecedor-comerciante ao adquirir mercadorias.....	9
5. Responsabilidade do fornecedor à luz do Código de Defesa do Consumidor	9
5.1. O fornecedor é responsável pelos atos de seus representantes/prepostos..	9
6. Desconsideração da personalidade jurídica do fornecedor.....	9
7. Prazos para o consumidor.....	10
7.1. Prazo para arrependimento	10
7.2. Prazo para reclamar pelos vícios aparentes	10
7.3. Prazo para reclamar pelos vícios ocultos.....	10
7.4. Prazo para sanar o vício do produto	10
8. Garantias	11
8.1. Garantia legal.....	11

8.2. Garantia contratual.....	11
8.3. Recall	11
9. Práticas comerciais abusivas à luz do Código de Defesa do Consumidor	12
10. Cobrança de Dívidas à luz do Código de Defesa do Consumidor.....	12
10.1. Cadastro de Consumidores	12
10.2. Inversão do ônus da prova	13
11. Proteção contratual	13
12. Cadastro Nacional de Reclamações Fundamentadas - CNRF.....	13
13. Desobediência às determinações dos órgãos oficiais	14
14. Consumidor pessoa jurídica.....	14

DEVERES DO FORNECEDOR À LUZ DO CODIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Tornar-se um empreendedor e começar seu próprio negócio exige um conjunto de conhecimentos e habilidades na área que deseja atuar. É necessário planejar o negócio, entender o mercado, saber qual o público que se deseja conquistar, necessita de uma gestão de qualidade, de estratégias de marketing, de capital inicial, bem como de muito empreendedorismo e inovação.

Todavia, esses quesitos não são suficientes para que o novo empreendedor consiga alcançar sucesso, visto que além de ter suas estratégias inovadoras, necessita de assessoria jurídica para não desrespeitar as normas legais.

Neste sentido, o PROCON Buritis criou um breve roteiro para facilitar o entendimento da norma consumerista, com base na Lei 8.098 de 11 de setembro de 1990, voltada para aquele empreendedor que deseja abrir seu próprio negócio, roteiro este que conta com alguns deveres básicos que todo fornecedor deve ater-se ante ao consumidor, que é o seu público-alvo, como veremos a seguir.

1. Formas de apresentação de produtos e serviços

A oferta e a apresentação de todos os produtos ou serviços deve assegurar informações:

- a) Corretas, claras, precisas e ostensivas (em português);
- b) Sobre características essenciais do produto e orientação de uso e conservação, de forma segura;
- c) Sobre produtos e serviços perigosos ou nocivos, constando os riscos à saúde e segurança dos consumidores;
- d) Sobre preço, composição, prazo de validade, quantidade, qualidade, garantia, origem;

1.1. Outros deveres do fornecedor

- a) Entregar nota fiscal (NF) ao consumidor, na qual deve ser mencionada a descrição minuciosa da mercadoria vendida (estado);
 - b) Estabelecer em contrato valor da venda, forma de pagamento, multa moratória, juros e correção monetária caso exista.
 - c) Fornecer termo de garantia;
-

d) Não comercializar produtos deteriorados, sem origem, ou com data de validade vencida;

e) Colocar os preços em todos os produtos e serviços adequadamente, de modo a garantir ao consumidor a correção, clareza, precisão, ostensividade e legibilidade das informações prestadas. Importante mencionar que o preço constante na gôndola/etiqueta do produto deverá ser o mesmo apresentado no caixa, não podendo ocorrer variação nem para mais, nem para menos. Vale ressaltar que nos termos da Lei 10.962, de 11 de outubro de 2004, havendo divergência de preços, o fornecedor deverá revender o produto ou serviço pelo menor preço.

f) Ao comercializar bebidas acondicionadas em lata, quando o produto for adquirido para consumo imediato no local da venda, deve o estabelecimento comercializar os produtos com a embalagem higienizada; (Lei nº 16.578, de 16 de julho de 2009);

g) Na promoção de produtos derivada da proximidade do vencimento de seu prazo de validade, os fornecedores são obrigados a afixar, em lugar de fácil visualização, placa informativa sobre a promoção de determinados produtos derivada da proximidade do vencimento de seu prazo de validade para o consumo (Lei nº 15.401, de 03 de outubro de 2005);

h) Ter nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviço, um exemplar do Código de Defesa do Consumidor bem como o número do Disque Denúncia (151), em local visível, à disposição do consumidor; (Lei nº 12.291, de 20 de julho de 2010).

i) É proibido aos estabelecimentos comerciais a exigência de tempo mínimo de abertura de conta corrente para a aceitação de cheques como forma de pagamento (Lei nº 16.579, de 16 de junho de 2009);

j) O estabelecimento comercial é obrigado a afixar, em local visível ao cliente e perto do caixa, cartaz com os seguintes dizeres: “CONSUMIDOR, EXIJA NOTA FISCAL” (Lei nº 15.392, de 22 de setembro de 2005 e Lei nº 16.169, de 11 de dezembro de 2007).

k) O estabelecimento comercial que adotar como forma de pagamento cartão de crédito e débito, não pode estipular um preço mínimo para pagamento no cartão, tampouco praticar cobrança diferenciada quando o pagamento é feito com dinheiro ou com cartão de crédito em parcela única;

l) Os fornecedores que adotarem como forma de pagamento “cartão de crédito”, é obrigado exigir do consumidor a apresentação de documento de identificação (Lei nº 16.582, de 16 de junho de 2009).

m) O fornecedor é proibido de recusar a venda de bens ou a prestação de serviço, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento

(Artigo 39 inciso IX do Código de Defesa do Consumidor). Caso a forma de pagamento desejada pelo consumidor seja crédito ou financiamento, e esta modalidade seja recusada por parte do fornecedor, este é obrigado a informar ao consumidor, em documento escrito, de modo claro e objetivo, o motivo da recusa (Lei nº 16.577, de 16 de junho de 2009);

n) Deixar de estabelecer prazo para o cumprimento da obrigação que lhe compete (Artigo 39 inciso XII do Código de Defesa do Consumidor);

o) Ao fornecedor é proibido realizar venda casada (Artigo 39 inciso I, do Código de Defesa do Consumidor);

p) Cumprir com toda obrigação assumida perante o consumidor.

2. Promoção de vendas

Para que o fornecedor faça uma promoção de vendas, deve expor de forma clara o preço exato do produto, a quantidade de estoque, o prazo da promoção, a qualidade e/ou o estado da mercadoria, sua origem e eventuais riscos que o produto ou serviço possa apresentar à saúde e segurança do consumidor.

2.1. Venda à distância

As ofertas e/ou vendas efetuadas por telefone, internet, catálogo, TV ou via postal devem conter obrigatoriamente o nome e o endereço do fabricante não só na embalagem, mas também na publicidade e em impressos utilizados. Vale ressaltar que nas vendas efetuadas conforme mencionado acima, o consumidor terá o prazo de arrependimento de até 07 (sete) dias a contar da assinatura do contrato ou do recebimento do produto (Artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor).

2.2. Publicidade

O CDC proíbe a publicidade enganosa ou abusiva, efetuada de forma ostensiva ou por omissão.

- a) Enganosa: É a que omite dados essenciais ou contém informações falsas sobre o produto ou serviço, quanto a: características, quantidade, origem, preço, propriedades;
- b) Abusiva: Quando gerar discriminação; provocar violência; explorar o medo e a superstição; aproveitar-se da falta de experiência da criança; desrespeitar valores ambientais; induzir a um comportamento prejudicial à saúde e à segurança.

2.2.1. Publicidade correta

Toda publicidade deve ser clara para que o consumidor possa identificá-la facilmente. O fornecedor deve manter informações técnicas e científicas para provar que a propaganda é verdadeira. É proibida a publicidade que incite a discriminação, absorção de valores éticos e morais inaceitáveis, práticas desonestas e desleais que induzam a erro.

Todavia, podem ocorrer erros materiais ao elaborar uma publicidade (a pessoa escreve coisa diversa do que queria escrever). Se estes erros forem constatados posteriormente à divulgação da propaganda, o fornecedor poderá fazer a correção através de “ERRATA”, que é o documento que trata, exclusivamente, da correção de erro material ocorrido na publicação da proposição.

Para a errata ter validade, deve ser atendido alguns requisitos:

- a) A errata deve ser publicada pela mesma via de divulgação do anúncio retificativo (encartes, tablóides, jornais, etc.);
- b) A errata deve ter no mínimo o mesmo tamanho e a mesma intensidade e representação gráfica (cores, letras e imagens) do anúncio retificado;
- c) A errata deve apresentar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e legíveis quanto ao equívoco constante do anúncio retificado e a correção a que se refere;
- d) Via de regra, a errata deve ser veiculada em tempo hábil, antes de iniciada a vigência da oferta. Se for publicada a partir do primeiro dia subsequente e na vigência da oferta, deverá respeitar, em qualquer caso, a eficácia temporal, quantitativa e geográfica do anúncio a que se refere;
- e) O anunciante deve obrigatoriamente dar conhecimento aos órgãos públicos de defesa do consumidor da publicação da ERRATA.

Importante observar que, se a errata chegar ao conhecimento do consumidor antes da oferta ou simultaneamente a ela, de modo a não criar legítima expectativa de consumo, ela desobriga o fornecedor do cumprimento da oferta, mas não afasta a conduta infracional, a qual ficará sujeita a análise de caso concreto.

2.3. Orçamento

O fornecedor de serviço é obrigado a entregar ao consumidor, orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, bem como as condições de pagamento, datas de início e término dos serviços.

Salvo estipulação em contrário, o orçamento repassado ao consumidor terá validade de 10 (dez) dias, contados da data do recebimento do orçamento pelo consumidor, e, uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga o fornecedor a

cumprir com as condições nele estabelecidas, e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

Vale ressaltar que o consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

Eventual cobrança pelo orçamento só poderá ser feita se previamente comunicada e aceita pelo consumidor.

3. Bares, restaurantes, casas noturnas e similares

Os Bares, lanchonetes, restaurantes, supermercados e demais estabelecimentos que comercializem bebidas alcoólicas e cigarros são obrigados a afixar placa contendo aviso de proibição de venda desses produtos a crianças e adolescentes (Lei nº 15.390, de 22 de setembro de 2005).

3.1. Perda da comanda

Quanto à ocorrência de perda da comanda por parte do consumidor, o Ministério da Justiça também entende ser abusivo o procedimento de estabelecer valores máximos na perda de comanda, vez que transfere o risco do negócio inteiramente para o consumidor.

3.2. Couvert

As variedades oferecidas ao consumidor como tira gosto (petiscos, pães, patês, etc.), enquanto este espera pelo prato solicitado, são conhecidas como couvert. O preço do couvert deve estar obrigatoriamente constar do cardápio, além de estar afixado na tabela de preços exposta na porta do estabelecimento. O consumidor deve lembrar que o couvert é opcional e, caso não seja de seu interesse, pode ser recusado. Se não houver recusa, o couvert será cobrado mesmo que não seja consumido.

3.2.1. Couvert artístico

Os estabelecimentos com música ao vivo ou qualquer outra manifestação artística que cobrem couvert artístico, devem fazer constar em seus cardápios, de forma ostensiva, o valor cobrado por pessoa a título de couvert artístico, e os dias e horários das apresentações. A cobrança é admitida somente nos dias e horários em que houver apresentação de artistas no local.

3.4. Cardápio

Os restaurantes são obrigados a afixar, na parte externa do estabelecimento, o similar do cardápio oferecido pelo estabelecimento, bem como quaisquer taxas, acréscimos ou valores que possam ser cobrados do cliente, inclusive couvert ou couvert artístico.

3.5. Gorjeta

A cobrança de gorjeta deve ser, obrigatoriamente, informada ao consumidor através do cardápio e da nota fiscal, mencionando inclusive o percentual (10%). O consumidor deve ficar atento às casas que calculam essa taxa de serviço também sobre o couvert artístico, o que significa uma vantagem manifestamente excessiva, prevista como prática abusiva no Código de Defesa do Consumidor.

4. Quem responde pelos danos causados ao consumidor

4.1. Responsabilidade primária

O fabricante, o produtor, o construtor, o importador ou o prestador de serviços respondem pelos danos causados ao consumidor.

4.2. Responsabilidade solidária

No caso de acidentes de consumo, o comerciante será responsável se:

- a) Não conservar adequadamente produtos perecíveis;
- b) O consumidor não conseguir identificar o fabricante, o produtor, o construtor ou o importador.

4.3. Não imputabilidade da responsabilidade ao fornecedor

O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quanto provar:

- a) Que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;
- b) Que o defeito é de culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro;

- c) Que não comercializou o produto objeto da demanda.

4.4. Cautelas a serem tomadas pelo fornecedor-comerciante ao adquirir mercadorias

O fornecedor-comerciante, ao adquirir mercadorias para comércio, deve ater-se aos seguintes quesitos:

- a) Selecionar bem os fornecedores e produtos que vende;
- b) Ao receber as mercadorias:
 - b1) conferir a NF: objeto, quantidade, qualidade;
 - b2) verificar se há manuais de instrução, etiquetas etc.
 - b3) verificar se há termo de garantia;
 - b4) verificar relação das empresas de assistência técnica;
- c) Não adquirir, para revenda, produtos e serviços nocivos ao usuário, exceto os que são próprios por sua natureza;
 - c1) verificar se o produto ou o serviço está de acordo com as normas técnicas (ABNT, INMETRO).

5. Responsabilidade do fornecedor à luz do Código de Defesa do Consumidor

Os fornecedores são solidariamente responsáveis perante o consumidor. A responsabilidade atinge não só o defeito no produto ou serviço, mas também os danos causados ao consumidor.

É a chamada responsabilidade solidária e objetiva, que a princípio isenta o comerciante, indicando como responsáveis o fornecedor, o produtor, o construtor e o importador.

O comerciante será responsabilizado por acidentes de consumo, por exemplo: quando não conservar adequadamente um produto perecível ou quando o consumidor não identificar o fabricante, construtor, produtor ou importador.

5.1. O fornecedor é responsável pelos atos de seus representantes/prepostos

Quanto aos vendedores e representantes comerciais autônomos, a lei entende que há a responsabilidade solidária, uma vez que o fornecedor responde por atos de seus prepostos, mesmo que não haja vínculo trabalhista formalizado.

6. Desconsideração da personalidade jurídica do fornecedor

A desconsideração da personalidade jurídica do fornecedor, nos termos do artigo 28 do Código de Defesa do Consumidor, ocorrerá quando:

- a) Quando um consumidor for lesado, este deverá ser ressarcido pelo fornecedor.
- b) O fornecedor que não pagar os danos causados por sua dívida responderá com seus bens.
- c) É a chamada desconsideração da personalidade jurídica do fornecedor ante os obstáculos criados ao consumidor.

7. Prazos para o consumidor

7.1. Prazo para arrependimento

O consumidor tem direito de arrepender-se da compra ou contratação feita no prazo de 07 dias, contados a partir do recebimento do produto ou assinatura do contrato, quando a compra for realizada à distância, o seja, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

7.2. Prazo para reclamar pelos vícios aparentes

Ao adquirir um produto ou serviço, o consumidor terá direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação, no prazo a ser definido de acordo com o bem adquirido, durável (os que não desaparecem com seu uso) ou não durável (os que se consomem, acabam, logo após o uso), como segue:

Bens Duráveis: O consumidor terá 90 dias para reclamar. O prazo tem início a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços.

Bens Não-duráveis: O consumidor terá 30 dias para reclamar. O prazo tem início a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços.

7.3. Prazo para reclamar pelos vícios ocultos

Vícios ocultos: Tratando-se de vício oculto (falhas ou defeitos ocultos existentes no produto ou serviço, de difícil constatação), o prazo inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito. Isso ocorre porque muitas vezes o problema surge com a utilização do produto ou serviço.

7.4. Prazo para sanar o vício do produto

De acordo com o artigo 18 do Código de Defesa do Consumidor, no prazo de 30 dias deve o fornecedor/assistência técnica substituir as partes viciadas (defeituosas) do produto ou serviço. Ultrapassado o prazo mencionado e se nenhuma solução for apresentada, ou se for dada uma oportunidade ao fornecedor/assistência técnica de sanar

o vício, porém, sem êxito, o consumidor terá o direito de exigir uma das alternativas abaixo, a que o fornecedor deverá atender prontamente. São elas:

- a) A substituição do produto ou reexecução do serviço com defeito por outro igual, em perfeitas condições de uso, sem custo adicional quando cabível;
- b) Devolução da quantia paga com atualização monetária;
- c) Abatimento proporcional do preço.

Importante mencionar que a escolha das alternativas acima descritas cabe ao consumidor, e não ao fornecedor.

8. Garantias

8.1. Garantia legal

Garantia legal é o prazo que o consumidor possui para reclamar dos vícios (defeitos) constatados nos produtos adquiridos ou na contratação/realização de serviços. O direito de reclamar independe do certificado de garantia, bastando a apresentação de um documento que comprove a compra.

Os prazos da garantia legal estão descritos no artigo 26 do Código de Defesa do Consumidor, nos seguintes termos:

O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em 30 dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não-duráveis; e em 90 dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

Importante ressaltar que o Código de Defesa do Consumidor garante os direitos do consumidor no caso de produtos ou serviços defeituosos, independente da existência do termo de garantia.

8.2. Garantia contratual

A garantia contratual é complementar à legal, seu prazo tem início a partir do término da garantia legal, possui a duração estabelecida em contrato.

Em se tratando de garantia contratual, obrigatoriamente deverá ser conferida mediante termo escrito ou equivalente, devendo ser padronizado e esclarecer, de maneira adequada em que consiste a mesma garantia, bem como a forma, o prazo e o lugar em que pode ser exercitada e os ônus a cargo do consumidor, devendo ser-lhe entregue, devidamente preenchido pelo fornecedor, no ato do fornecimento, acompanhado de manual de instrução, de instalação e uso do produto em linguagem didática, com ilustrações.

8.3. Recall

É o meio utilizado pelo fornecedor para efetuar a troca do produto ou substituição de peças danificadas que apresentem defeitos constatados ou são considerados nocivos após as vendas (Lei nº 15.426, de 18 de outubro de 2005). Sendo constatado os defeitos, o fornecedor deve realizar chamamento dos consumidores de produtos e serviços, para a solução dos defeitos/nocividade dos produtos ou serviços (Portaria nº 487, de 15 de março de 2012/Ministério da Justiça).

9. Práticas comerciais abusivas à luz do Código de Defesa do Consumidor

O Código de Defesa do Consumidor descreve, a título exemplificativo, as principais práticas comerciais abusivas, como segue:

- a) Condicionar o fornecimento de produto ou de serviço (venda casada);
- b) Limitação de quantidade;
- c) Recusa de venda;
- d) Envio de mercadoria ou serviço sem solicitação do consumidor;
- e) Abusar da fraqueza ou ignorância do consumidor;
- f) Vantagem excessiva;
- g) Não fornecer orçamento prévio;
- h) Repassar informação depreciativa sobre o consumidor;
- i) Colocar no mercado produto ou serviço em desacordo com as normas técnicas;
- j) Deixar de fixar prazo para o cumprimento da obrigação.

10. Cobrança de Dívidas à luz do Código de Defesa do Consumidor

O consumidor que não paga as suas dívidas tem que ser cobrado, mas existe forma certa de realizar esta cobrança.

O Código de Defesa do Consumidor não permite que o fornecedor faça qualquer tipo de coação ao consumidor ou tenha qualquer atitude que o exponha ao ridículo, ou submeta a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

Assim, na cobrança de dívidas, o fornecedor pode utilizar todos os meios legais para cobrar dívidas.

10.1. Cadastro de Consumidores

O consumidor terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumos arquivados sobre ele, devendo esses cadastros ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão. Vale ressaltar

que o cadastro não poderá conter informações negativas referentes a período superior a 05 (cinco) anos. (Artigo 43, § 1º, Código de Defesa do Consumidor)

10.2. Inversão do ônus da prova

O Código de Defesa do Consumidor facilita a defesa dos direitos do consumidor na justiça (em processo civil), com a possibilidade de inversão do ônus da prova.

11. Proteção contratual

Nos contratos que regulam as relações de consumo, deve o fornecedor dar ao consumidor a possibilidade de ter conhecimento prévio do conteúdo do contrato. Caso o consumidor não tenha acesso ao contrato de forma antecipada, o mesmo não será obrigado a cumprir com os termos do contrato.

Ao elaborar um contrato, o fornecedor deve redigir suas cláusulas de forma clara, precisa e ostensiva, evitando utilização de termos técnicos que possam gerar dúvidas em sua interpretação e dificultar a compreensão de seu sentido e alcance. Se as cláusulas do contrato gerar dúvida, as mesmas serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor.

Em se tratando de “**contrato de adesão**”, em que o consumidor não tem alternativa de discutir as cláusulas do contrato, o fornecedor deve obedecer as seguintes determinações:

- a) O contrato dever ser por escritos, e será redigido em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, cujo tamanho da fonte não será inferior ao corpo 12 (doze), de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor;
- b) As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser **redigidas com destaque**, permitindo sua imediata e fácil compreensão.
- c) Admite-se cláusula resolutória (disposição contratual que prevê o término do contrato pela inexecução), desde que a alternativa de por fim ao contrato caiba ao consumidor, ressalvado nos casos de contratos do sistema de consórcio de produtos duráveis, em que poderá ser descontada, além da vantagem econômica auferida com a fruição, os prejuízos que o desistente ou inadimplente causar ao grupo.

Vale ressaltar que o fornecedor deverá sempre prezar pela transparência e veracidade nas informações nas relações de consumo.

12. Cadastro Nacional de Reclamações Fundamentadas - CNRF

Trata-se de cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-los pública e anualmente por força do artigo 44 do Código de Defesa do Consumidor. Tem por objetivo informar e orientar os consumidores na tomada de decisões.

A reclamação fundamentada é a demanda individual do consumidor tratada no órgão público por meio de processo administrativo que, após análise pela respectiva autoridade de defesa do consumidor, foi classificada como fundamentada.

Importante destacar que a motivação dos órgãos públicos de defesa do consumidor ao publicar o Cadastro de Reclamações Fundamentadas vai muito além da divulgação de uma lista de fornecedores reclamados. A publicação do Cadastro de Reclamações Fundamentadas atende ao objetivo de dar publicidade à sociedade sobre o comportamento e a conduta de fornecedores e incentivá-los à melhoria contínua.

13. Desobediência às determinações dos órgãos oficiais

Os órgãos oficiais de defesa do consumidor, com objetivo de elucidar problemas trazidos pelos consumidores, poderão expedir notificações aos fornecedores para que prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

A recusa à prestação das informações ou o desrespeito às determinações e convocações dos órgãos do SNDC caracterizam desobediência, na forma do art. 330 do Código Penal, ficando a autoridade administrativa com poderes para determinar a imediata cessação da prática, além da imposição das sanções administrativas e civis cabíveis.

14. Consumidor pessoa jurídica

Nos termos do artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Assim, a pessoa jurídica somente será considerada consumidor se atender ao descrito no artigo ora mencionado, ou seja, se adquirir ou utilizar produto ou serviço como DESTINATÁRIO FINAL.

Todavia, o PROCON Buritis não atende todos os consumidores pessoa jurídica, sendo necessário, para receber o auxílio do PROCON Buritis, que esse consumidor pessoa jurídica seja OPTANTE PELO SIMPLES, MICRO EMPRESA, EMPRESA DE PEQUENO PORTE, ou FIRMA INDIVIDUAL, tendo em vista a hipossuficiência destas.

-