

Opinião: Comércio eletrônico é oportunidade para empresas

10/05/2020

Em 9 de março deste ano, foi publicado o Decreto Federal nº 10.271/2020 [1], que determinou a execução e o cumprimento integral da Resolução GMC nº 37/19 do Mercosul e dispôs sobre a proteção dos consumidores nas operações de comércio eletrônico.



Com o aumento de compras *online* [2], sobretudo

devido ao cenário de isolamento social atual, esse decreto visou a avançar em ações para a proteção dos consumidores, tendo três pilares fundamentais: a proteção informacional dos consumidores, o direito de arrependimento e a resolução de conflitos *online* dos indivíduos que realizam compras nas plataformas digitais.

A resolução alcança todos os fornecedores estabelecidos em algum dos estados partes ou que operem comercialmente sob algum de seus domínios de internet.

Entre as novidades trazidas pelo novo decreto, quando comparado ao decreto federal do comércio eletrônico (nº 7.962 de 2013), destacam-se:

I — Os fornecedores deverão colocar à disposição dos consumidores informações mais precisas quanto à identificação de registro de produtos;

II — A quantidade de parcelas e a periodicidade no caso de vendas a prazo; as condições a que se sujeita a garantia legal e/ou contratual deverão ser disponibilizadas e com fácil acesso, além das características essenciais do produto ou serviço, incluídos os riscos para a saúde e a segurança dos consumidores; e qualquer outra condição relevante do produto que deva ser de conhecimento dos consumidores;

III — O resumo do contrato deverá ser disponibilizado antes da contratação e com destaque às cláusulas de maior significância para o consumidor;

IV — Deverão ser adotados mecanismos de resolução de controvérsias online ágeis, justos, transparentes, acessíveis e de baixo custo, devendo-se considerar especialmente os casos de reclamação de consumidores em situação vulnerável e de desvantagem.

Para transações transfronteiriças, as autoridades de proteção do consumidor dos estados parte procurarão cooperar para garantir a adequada proteção dos consumidores.

Importante destacar que, no Brasil, o tema já era regulamentado pelo Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078/90) e, mais especificamente a contratação no comércio eletrônico, pelo Decreto nº 7.962/2013, o qual já trazia, em seu artigo 1,º que as informações disponibilizadas aos consumidores deveriam ser claras a respeito de produto, serviço e do fornecedor. Além disso, o atendimento deveria ser facilitado ao consumidor e respeitado o direito de arrependimento.

Por outro lado, ao contrário do Decreto n. 10.271/2020, as citadas legislações trazem algumas sanções em caso de descumprimento das normas, as quais, diante da omissão da norma mais recente, continuam plenamente aplicáveis e estão dispostas no artigo 7º do Decreto nº 7.962/2013, que remete ao artigo 56 do CDC, que estabelece, entre outras, as sanções administrativas de multa, suspensão temporária da atividade, cassação da licença do estabelecimento e interdição total ou parcial.

No mesmo sentido, o Decreto nº 10.271/2020 estabelece, como uma de suas premissas, a necessidade de aprofundamento e harmonização das legislações na área de defesa do consumidor no âmbito do Mercosul e, da leitura do seu artigo 6º, extrai-se a aplicabilidade das normas internas que não estiverem em conflito com o disposto no decreto, o que reitera a necessidade de cumprimento das normas dispostas tanto no CDC quanto no Decreto nº 7.962/2013 de maneira subsidiária.

Com fundamento nas já citadas legislações, o Brasil saiu na frente na implantação de solução de conflitos online e acessíveis aos consumidores, tais como o Reclame Aqui [3], canal independente de contato entre consumidores e empresas, bem como a plataforma oficial do *Consumidor.Gov.Br* [4], que é ligada à Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) e se caracteriza como um serviço público que permite a interlocução direta entre consumidores e empresas para solução de conflitos de consumo pela internet de maneira ágil, justa, transparente, acessível e de baixo custo, exatamente como dispõe o artigo 8º do decreto.

Esse ponto do decreto publicado no início de março e, portanto, pouco tempo antes do aumento dos casos de Covid-19 no país, terá importante papel no cenário atual, em especial porque, com o isolamento implantado em meados de março, os perfis de consumo mundial acabaram sendo radicalmente alterados, tendo em vista que pessoas que não costumavam ter muito contato com os serviços de compras e entregas *online* se viram obrigadas a se adaptar diante do isolamento e do fechamento do comércio físico.

Acerca dessa mudança de hábitos, foi publicada em 23 de abril pelo jornal *Valor Econômico* pesquisa que demonstra que a compra por aplicativos cresceu mais de 30% no primeiro mês de isolamento social, com importante salto na quantidade de consumidores com mais de 50 anos e das classes C, D e E. A pesquisa dispôs ainda que 32% dos entrevistados afirmaram que

reduziriam as compras em lojas físicas e que 49% pretendiam comprar mais por aplicativos [5].

Nessa linha, as empresas precisaram se readaptar com o imediato fechamento de suas lojas físicas e o expressivo aumento do consumo *online*, a implementação de sistemas de *delivery* e de atendimento personalizado por meio de sites e aplicativos, além da imprescindível efetivação do *home office*, que, em algumas empresas, levou milhares de funcionários a trabalhar em suas casas, com os consequentes problemas de produtividade e motivação.

Essas mudanças, que precisaram ser realizadas às pressas em razão da situação atual, trarão, além de lições, diversos benefícios pela frente. O período é de tentativas e erros, pesquisas e descobertas, abrindo caminhos para a criatividade de fornecedores e consumidores que, com a devida cautela por parte de ambos, poderão utilizar-se do momento para estreitar ligações com o *marketing* de engajamento e atendimento personalizado ou, diante de uma atitude irrefletida e da prestação dos serviços de maneira não satisfatória, desmoralizar sua reputação construída com muito trabalho.

O momento é de oportunidades para as empresas, que poderão, além de atender ao disposto na legislação acerca da realização de contratos claros, acessíveis e facilmente legíveis por meio do comércio eletrônico, ainda conquistar os consumidores neste momento em que a sociedade se encontra em situação de extrema fragilidade e vulnerabilidade.

[1] http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/decreto/D10271.htm

[2] <https://www.acidadeon.com/cotidiano/coronavirus/NOT,0,0,1494486,isolamento+social+movimenta+>

[3] <https://www.reclameaqui.com.br/>

[4] <https://www.consumidor.gov.br/pages/principal/?1587412490192>

[5] <https://valor.globo.com/brasil/noticia/2020/04/23/crise-acelera-a-digitalizacao-e-faz-consumidor-mudar-habitos.ghtml>

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2020-mai-10/opiniao-comercio-eletronico-oportunidade-empresas/>