

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS  
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E NEGÓCIOS  
NIVEL MESTRADO**

**DIRCEU BACCIN**

**AS NORMAS DE DEFESA DO CONSUMIDOR BRASILEIRAS E SEUS IMPACTOS  
NAS REDES DE ELETRODOMÉSTICOS GAÚCHAS**

**Porto Alegre**

**2015**

DIRCEU BACCIN

AS NORMAS DE DEFESA DO CONSUMIDOR BRASILEIRAS E SEUS IMPACTOS  
NAS REDES DE ELETRODOMÉSTICOS GAÚCHAS

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Gestão e Negócios, pelo Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

Orientador: Prof. Dr. André Filipe Zago de Azevedo

Porto Alegre

2015

B117n	<p data-bbox="379 573 1190 707">Baccin, Dirceu As normas de defesa do consumidor brasileiras e seus impactos nas redes de eletrodomésticos gaúchas / por Dirceu Baccin. – Porto Alegre, 2015.</p> <p data-bbox="427 741 663 775">117 f. : il. ; 30 cm.</p> <p data-bbox="379 808 1190 909">Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Mestrado em Gestão e Negócios, Porto Alegre, RS, 2015.</p> <p data-bbox="379 909 1190 976">Orientação: Prof. Dr. André Filipe Zago de Azevedo, Escola de Gestão e Negócios.</p> <p data-bbox="379 1010 1190 1144">1.Defesa do consumidor – Brasil. 2.Comércio varejista. 3.Lojas de varejo – Rio Grande do Sul. 4.Lojas especializadas. 5.Direito e economia. I.Azevedo, André Filipe Zago de. II.Título.</p> <p data-bbox="890 1178 1190 1276" style="text-align: right;">CDU 347.451.031(81) 339.37 658.87(816.5)</p>
-------	--

Catalogação na publicação:  
Bibliotecária Carla Maria Goulart de Moraes – CRB 10/1252

**ATA DA SESSÃO DE ARGUIÇÃO PÚBLICA Nº 21/2015**

Aos dezenove dias do mês de maio do ano de dois mil e quinze, às dezessete horas, na Sala CPA 305, reuniu-se a Banca Examinadora composta pelos professores doutores: André Filipe Zago de Azevedo, Orientador e Presidente; Luciano Benetti Timm, da CMTED; Francisco Antônio Mesquita Zanini, da UNISINOS; e Wilson Engelmann, da UNISINOS, com o objetivo de avaliar o Trabalho de Conclusão de Mestrado intitulado "AS NORMAS DE DEFESA DO CONSUMIDOR BRASILEIRAS E SEUS IMPACTOS NAS REDES DE ELETRODOMÉSTICOS GAÚCHAS", apresentado pelo aluno Dirceu Baccin, candidato ao título de Mestre em Gestão e Negócios. Após arguição e defesa, o trabalho de conclusão foi APROVADO, tendo sido atribuídos os seguintes graus:

Prof. Dr. Luciano Benetti Timm	Grau: <u>9,0</u>
Prof. Dr. Francisco Antônio Mesquita Zanini	Grau: <u>9,0</u>
Prof. Dr. Wilson Engelmann	Grau: <u>9,0</u>

Grau Final: 9,0 ( NOVE )

As alterações sugeridas pela Banca Examinadora são as seguintes:

---

---



---

O aluno deverá apresentar a versão final do trabalho, com as modificações propostas pela Banca Examinadora do Trabalho de Conclusão, no prazo máximo de \_\_\_\_\_ dias, mediante supervisão do Orientador.

**A emissão do Diploma está condicionada à entrega da versão final do Trabalho de Conclusão.**

Porto Alegre, 19 de maio de 2015.

Mestrando: Dirceu Baccin  
Orientador: Prof. Dr. André Filipe Zago de Azevedo  
Membro: Prof. Dr. Luciano Benetti Timm  
Membro: Prof. Dr. Francisco Antônio Mesquita Zanini  
Membro: Prof. Dr. Wilson Engelmann

Assinatura:   
Assinatura:   
Assinatura:   
Assinatura:   
Assinatura: 

Aos meus queridos pais,  
Dirceu João Baccin e Olinda Baccin,  
pelo apoio nesta caminhada.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao meu orientador, professor André Filipe Zago de Azevedo, pela inspiradora e paciente orientação, sem a qual não conseguiria concluir a contento a presente pesquisa.

À Coordenação, aos professores e funcionários do Programa de Mestrado Profissional em Gestão e Negócios da UNISINOS, pelo apoio e profissionalismo.

A minha namorada, Márcia Maria Zinani, que de forma especial e carinhosa me apoiou nesta caminhada.

Aos colegas Leandro Kuhn e Saulo Bornhorst pela amizade, estímulo e apoio.

A empresa em que trabalho por ter me proporcionado condições para a realização do curso.

Por fim, a todos aqueles que, de algum modo, contribuíram para a realização deste trabalho.

## RESUMO

O presente estudo examina os impactos das normas de defesa do consumidor brasileiras, com base na Análise Econômica do Direito, perante as redes varejistas de eletrodomésticos, fornecedores e consumidores. O estudo visa aproximar o enfoque econômico com as políticas públicas e analisa a necessidade das constantes intervenções do Estado no direito consumidor brasileiro. A abordagem do trabalho teve um enfoque qualitativo de natureza exploratória, que dará suporte para uma pesquisa mais aprofundada do tema, para aproximar ainda mais a Análise Econômica do Direito com o Direito do Consumidor brasileiro. Os principais resultados da pesquisa indicam que as normas de defesa do consumidor brasileiras trouxeram como impactos econômicos o aumento das vendas, conseqüentes da regulamentação do mercado e da segurança jurídica vislumbrada, juntamente com o aumento de burocracia interna e dos custos das empresas, que em parte são repassados aos consumidores e aos fabricantes.

**Palavras-chave:** Análise Econômica do Direito. Direito do Consumidor. Redes varejistas de eletrodomésticos. Intervenção do Estado. Economia e Direito. Custos de Transação. Liberalismo.

## **ABSTRACT**

This study examines the impacts of Brazilian consumer protection standards, based on Economic Analysis of Law, before the home appliance retailers, suppliers and consumers. The study aims to bring economic approach to public policies and examines the need for constant government intervention in the Brazilian consumer law. The labor approach had a qualitative focus exploratory in nature, which will provide support for further research theme, to further approach the Economic Analysis of Law with the Law of the Brazilian consumer. The main results of the research indicate that the Brazilian consumer protection standards brought as economic impacts increased sales, consequent regulation of the market and the envisaged legal certainty and increased internal bureaucracy and business costs, which in part are passed on to consumers and manufacturers.

**Keywords:** Economic Analysis of Law. Consumer Law. Retailers of home appliances. State intervention. Economics and Law. Transaction costs. Liberalism.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Direito x Economia (opostos) .....	22
Figura 2 – Benefícios x Impactos .....	27
Figura 3 – Direito do Consumidor, Eficiência Econômica e Código de Defesa do Consumidor .....	29

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Impacto do Mau Funcionamento do Judiciário na Economia e na Empresa.....	22
Quadro 2 – Referencial teórico.....	41
Quadro 3 – Ranking de participação do mercado de eletrodoméstico gaúcho .....	43
Quadro 4 – Perfil dos Entrevistados.....	44
Quadro 5 – Empresas Pesquisadas.....	45
Quadro 6 – Questões de Identificação .....	45
Quadro 7 – Questões de Abrangência .....	46
Quadro 8 – Questões e Fundamentação .....	46
Quadro 9 – Trechos Relevantes Questão 1 .....	49
Quadro 10 – Trechos Relevantes Questão 2 .....	52
Quadro 11 – Trechos Relevantes Questão 3 .....	54
Quadro 12 – Trechos Relevantes Questão 4 .....	55
Quadro 13 – Trechos Relevantes Questão 5 .....	57
Quadro 14 – Trechos Relevantes Questão 6 .....	59
Quadro 15 – Trechos Relevantes Questão 7 .....	61
Quadro 16 – Trechos Relevantes Questão 8 .....	62
Quadro 17 – Trechos Relevantes Questão 9 .....	64
Quadro 18 – Trechos Relevantes Questão 10 .....	65
Quadro 19 – Trechos Relevantes Questão 11 .....	66
Quadro 20 – Trechos Relevantes Questão 12 .....	68
Quadro 21 – Trechos Relevantes Questão 13 .....	70

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AED	Análise Econômica do Direito
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CF/88	Constituição Federal Brasileira de 1988
CNI	Confederação Nacional da Indústria
INMETRO	Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia
IDESP	Instituto de Estudos Econômicos, Sociais e políticos de São Paulo
NEI	Nova Economia Institucionalista
PROCON	Programa Estadual de Defesa do Consumidor
SAC	Serviço de Atendimento ao Consumidor

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>11</b>
<b>1.1 Definição do Problema</b> .....	<b>13</b>
<b>1.2 Objetivos</b> .....	<b>14</b>
1.2.1 Objetivo Geral .....	14
1.2.2 Objetivos Específicos .....	14
<b>1.3 Relevância do Estudo</b> .....	<b>14</b>
<b>1.4 Delimitação do Estudo</b> .....	<b>15</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>17</b>
<b>2.1 Normas de Defesa do Consumidor</b> .....	<b>17</b>
<b>2.2 Economia e Direito</b> .....	<b>21</b>
<b>2.3 Análise Econômica do Direito</b> .....	<b>23</b>
<b>2.4 Liberalismo Econômico</b> .....	<b>30</b>
<b>2.5 Custos de Transação</b> .....	<b>33</b>
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>40</b>
<b>4 DEMONSTRAÇÃO DOS RESULTADOS</b> .....	<b>49</b>
4.1 Questão 1 .....	49
4.2 Questão 2 .....	51
4.3 Questão 3 .....	53
4.4 Questão 4 .....	55
4.5 Questão 5 .....	57
4.6 Questão 6 .....	59
4.7 Questão 7 .....	61
4.8 Questão 8 .....	62
4.9 Questão 9 .....	63
4.10 Questão 10 .....	65
4.11 Questão 11 .....	66
4.12 Questão 12 .....	68
4.13 Questão 13 .....	69
<b>5 CONCLUSÕES</b> .....	<b>72</b>
<b>6 RECOMENDAÇÕES PARA ESTUDOS FUTUROS</b> .....	<b>75</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>76</b>
<b>APÊNDICE A – TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS</b> .....	<b>81</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Na antiguidade, as relações comerciais baseavam-se na troca voluntária de produtos e serviços entre fornecedores e consumidores (GARCIA, 2012), onde a comercialização era praticada de forma equilibrada e pessoal, pois as negociações eram feitas diretamente entre partes, sem a necessidade de intermediação. Com o fortalecimento da sociedade capitalista aliado a maior produção e oferta de mercadorias, esse equilíbrio e a relação pessoal entre produtor e consumidor ficou enfraquecida, não tendo o consumidor a oportunidade de conhecer o produtor e ficando em situação de maior vulnerabilidade (NORAT, 2011).

Esta relação de consumo, que tecnicamente pode ser conceituada segundo Garcia como sendo “o liame jurídico existente entre um fornecedor e o consumidor, na qual este último busca satisfazer uma necessidade sua, como destinatário final, através da aquisição de bens ou serviços oferecidos por aquele primeiro sujeito” (GARCIA, 2012, p. 11), que anteriormente era equilibrada e pessoal, transforma-se em uma relação impessoal, na qual o consumidor fica em condição desfavorável perante o fornecedor.

Com o intuito de recuperar este equilíbrio, surgem no século XIX nos Estados Unidos, as primeiras organizações de consumidores. Na seqüência, impulsionado pela internacionalização das economias mundiais, houve rápido crescimento das organizações de consumidores na Inglaterra, Suécia, Holanda, Alemanha, França, Austrália e Japão (BATISTI, 1998).

Em 1872, é publicada a primeira lei norte-americana de defesa dos interesses dos consumidores, que proibia os atos fraudulentos do comércio local. Alguns anos depois, em 1890, é promulgada a lei antitruste, conhecida como lei Sherman, que combatia o monopólio de empresas que controlavam preços e praticavam o truste (BATISTI, 1998).

No Brasil, mais de um século depois da publicação da lei Sherman, a legislação brasileira evolui, deixando de ter disposições esparsas, como a de repressão da concorrência desleal (Decreto-Lei. nº 7.903 de 27-08-1945) e a do abuso de poder econômico (Lei. nº 4.137 de 10-09-1962), passando a regulamentar a relação consumerista através do Código de Defesa do Consumidor, Lei. nº 8.078 de 11-9-1990.

Desde a sua criação em 1990, o CDC já passou por 11 (onze) alterações e 3 (três) regulamentações, todas com o intuito de aprimorar as relações entre consumidores e fornecedores, sob o princípio basilar de vulnerabilidade do consumidor que deve orientar a sua interpretação, sejam eles os consumidores considerados comuns ou aqueles com um grau de hipossuficiência maior, como: idosos, crianças, rurícolas ou analfabetos (MARQUES, BENJAMIN, MIRAGEM, 2006).

Fazendo uma breve análise destas alterações, constata-se que a grande maioria, de forma direta ou indireta, traz aos consumidores novos benefícios, fortalecendo sua posição perante os fornecedores. De acordo com Moraes (MORAES, 2001, p. 96), o sistema jurídico brasileiro “reconhece a qualidade daquele ou daqueles sujeitos mais fracos na relação de consumo”, pois existe a possibilidade iminente de sofrerem abalos físicos ou psíquicos, além de prejuízos econômicos, causados pelo sujeito mais forte na relação de consumo.

No mesmo sentido, Nunes (NUNES, 2009, p.125) reconhece que a vulnerabilidade do consumidor “é uma primeira medida de realização da isonomia garantida na Constituição Federal”. O fundamento principal da proteção do consumidor é sua vulnerabilidade, constatada em sua realidade social e que permite a imposição de medidas compensatórias para estabelecer a igualdade na relação de consumo.

Isto significa dar a garantia ao consumidor de sua tutela jurisdicional, levando em consideração apenas a sua situação de hipossuficiência, para o fim específico de restabelecer o equilíbrio da relação.

Essas alterações na legislação brasileira, sob a justificativa de serem medidas compensatórias para reestabelecer o equilíbrio entre consumidores e fornecedores, geram também uma mudança de comportamento. Citando Rodrigues (2007, p. 7), “a lei é um dos vários sistemas de incentivo que afetam quem vive em sociedade: quando a lei muda, os comportamentos mudam” sendo que cabe ao legislativo, antes de efetuar as alterações, estudar as possíveis consequências.

Todos estes benefícios ao consumidor e o tratamento como parte vulnerável presentes no CDC podem gerar impactos financeiros, *“there is no free lunch”*. Esta frase, cuja primeira aparição não se pode precisar, mas que se originou de uma prática dos bares americanos do século XIX, onde os clientes podiam comer suas refeições gratuitamente, desde que consumissem bebidas (SAFIRE, 1993) e que

também se popularizou ao ser utilizado por Milton Friedman (FRIEDMAN, 1975), como o título de um de seus livros, resume a problemática deste artigo.

O próprio Adam Smith, considerado um dos mais importantes teóricos do Liberalismo Econômico, em sua obra Riqueza das Nações, que foi publicada pela primeira vez em março de 1776, questionava a intervenção do Estado, afirmando que os agentes econômicos atuando livremente chegariam a uma situação de eficiência (SMITH, 2008).

Neste contexto de evolução constante da legislação consumerista brasileira, o presente trabalho visa identificar e mensurar os impactos das normas de defesa do consumidor brasileiras, sob a ótica econômica e com base na teoria da Análise Econômica do Direito, perante as redes varejistas de eletrodomésticos gaúchas ou com atuação no Rio Grande do Sul e seus respectivos consumidores.

### **1.1 Definição do Problema**

O Estado tem um papel fundamental na sociedade, promovendo o desenvolvimento econômico e ao mesmo tempo garantindo os direitos fundamentais dos cidadãos.

A intervenção do Estado no direito consumerista brasileiro, que iniciou em 1945 com o Decreto-Lei nº 7.903, pode não ser a mais adequada. Citando o pensamento de Friedman, que em suas realizações no campo da análise do consumo mencionou que a solução do governo para os problemas geralmente é pior do que o próprio problema (FRIEDMAN, 1975), esta intervenção pode ser considerada como exigências burocráticas do Estado, utilizadas como instrumento de controle social e econômico, conseqüentemente em fontes não tão evidentes do chamado “Custo Brasil” (CASTOR, 1999).

A compreensão das conseqüências advindas desta constante intervenção do Estado na relação consumerista, pode auxiliar o legislativo brasileiro a identificar a real necessidade destas normatizações, bem como avaliar se os benefícios são superiores aos custos impostos a toda sociedade.

Uma análise econômica pode gerar uma transformação na forma como o legislador trabalha a criação de novas normas, desse modo, o trabalho busca responder à seguinte problemática: Quais os impactos econômicos das normas de defesa do consumidor brasileiras, sob a ótica da Análise Econômica do Direito,

perante as redes varejistas de eletrodomésticos gaúchas e seus respectivos consumidores?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo Geral**

Avaliar os impactos econômicos das normas de defesa do consumidor brasileiras, sob a ótica da Análise Econômica do Direito, perante as redes varejistas de eletrodomésticos gaúchas e seus respectivos consumidores.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- a) Examinar os conceitos relacionados à intervenção do Estado na Economia, fazendo um levantamento histórico partindo das idéias do Liberalismo Econômico, passando pelos Custos de Transação até chegar na abordagem atual da Análise Econômica do Direito e sua relação com o Direito do Consumidor;
- b) Identificar os principais impactos econômicos das normas de defesa do consumidor, perante as redes varejistas de eletrodomésticos gaúchas;
- c) Averiguar se estes impactos econômicos são repassados aos consumidores e fornecedores.

## **1.3 Relevância do Estudo**

Ao analisar o Custo Brasil, que é definido pela Confederação Nacional da Indústria como um “conjunto de ineficiências e distorções que prejudicam a competitividade” (CNI, 1998) e que dizem respeito às relações entre o Estado e o setor privado, grande parte da culpa recai geralmente sobre suspeitos habituais: déficit público, custos de transporte, carga tributária e custos associados ao trabalho e a previdência (CASTOR, 1999).

O CDC, com suas 11 (onze) alterações e 3 (três) regulamentações, sempre buscou aprimorar as relações entre consumidor e fornecedor, sendo que grande parte do CDC e dos projetos de alteração foram aprovados pelo poder legislativo



brasileiro sob a fundamentação de trazerem novos benefícios a sociedade, mas em nenhum dos casos houve um estudo aprofundado dos seus impactos.

A existência de impactos econômicos pode resultar do aumento dos custos de transação, que de acordo com Pondé (PONDÉ, 1993, p. 10) “nada mais são que o dispêndio de recursos econômicos para planejar, adaptar e monitorar as interações entre os agentes”.

Torna-se indispensável atualmente avaliar cientificamente a necessidade e os impactos desta constante intervenção do Estado através das alterações do nosso CDC Brasileiro. A aproximação do conhecimento científico com as políticas públicas pode contribuir para uma maior efetividade das medidas protetivas do Estado.

Podemos estar diante de um problema de natureza recíproca, pois os benefícios criados ou os problemas evitados aos consumidores podem estar implicando em prejuízos as redes varejistas, onde talvez a alternativa mais viável possa ser evitar o prejuízo mais grave, conforme ensina Coase (2009), em seu trabalho sobre o problema do custo social.

Mesmo com esta aproximação do conhecimento científico e das políticas públicas, no que refere-se aos fundamentos da Análise Econômica do Direito, percebe-se que sua aplicação ao Direito do Consumidor atualmente é negligenciada. O Direito não pode ser tratado como uma disciplina autônoma, pois seus impactos ultrapassam a esfera jurídica e a convergência com a Economia, através do movimento da AED, pode ser uma solução para sua melhor eficácia.

Com base nestes fundamentos, esta pesquisa avalia a existência de impactos econômicos nos constantes avanços nas normas de proteção do consumidor brasileira, fazendo uma análise dos custos de transação envolvidos entre os agentes e verificando a possibilidade do benefício atingir somente um grupo de indivíduos, incentivando o “oportunismo”, conceituado por Williamson (1985) como o tipo de comportamento ou atitudes concernentes à ação para obterem benefícios somente para si, prejudicando todo o grupo do qual fazem parte.

#### **1.4 Delimitação do Estudo**

O estudo foi realizado junto às redes de eletrodomésticos gaúchas, opção que decorreu primeiramente do fato de eu estar atuando como gerente jurídico de uma destas grandes empresas, acompanhando no meu dia-a-dia as conseqüências da

evolução das normas do Direito do Consumidor junto à empresa em que trabalho. Segundo, pois de acordo com a pesquisa realizada pela GS&MD (2010), o consumidor gaúcho é o mais exigente do Brasil, o que provavelmente obriga estas redes a se adequarem mais rapidamente perante as normas de defesa do consumidor brasileiras e estarem mais suscetíveis a possíveis impactos.

Além dos argumentos já citados, alia-se a justificativa da escolha do Estado do Rio Grande do Sul para fazer a pesquisa, o fato de que grande parte das redes que atuam no Estado do Rio Grande do Sul também atuarem no restante do Brasil, principalmente através de suas lojas virtuais.

Através dos resultados desta pesquisa, que foram colhidos com levantamentos bibliográficos e pesquisa qualitativa, o trabalho proporrá soluções para uma maior aproximação das políticas públicas de defesa do consumidor e a Economia.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico apresentado nesta seção consiste em uma abordagem atual dos principais conceitos envolvendo a relação entre Economia e Direito, Liberalismo Econômico, Custos de Transação e Análise Econômica do Direito, tudo com foco nas normas de defesa do consumidor brasileiras e com objetivo de fornecer subsídios teóricos, levando em consideração os estudos já realizados na área.

### 2.1 Normas de Defesa do Consumidor

Com a chegada da Revolução Industrial no século XVIII, houve a aceleração do êxodo rural no Brasil e o surgimento das grandes metrópoles, deixando o trabalhador de ter o controle do processo produtivo e passando a ser demandante por bens e serviços (GARCIA, 2012).

Com isto, a relação comercial que era direta e pessoal, onde o consumidor negociava abertamente com o produtor, torna-se cada vez mais impessoal. O fornecedor passa a ter uma condição mais privilegiada, surgindo neste momento a necessidade de reequilibrar esta relação, o que ocorre através das normas de defesa do consumidor (GARCIA, 2012).

No Brasil, a defesa do consumidor nos anos anteriores a publicação do CDC era feita pelo Código Civil de 1916, que absorvia praticamente todo o direito privado. Neste período, o preceito unitário regulamentava todos os aspectos da vida civil e o código mostrava a cada dia sua incapacidade em face da complexidade das relações, tendo que ser interpretado em virtude de suas restrições, através da analogia e dos bons costumes (LOTUFO, 2010).

Dentro de uma conjuntura de ampliação dos direitos sociais dos anos 80, contrária a visão liberal e individualista do Código Civil, que naquela época não era capaz de garantir o equilíbrio da relação consumidor-fornecedor, surgiu o CDC Brasileiro.

O seu marco inicial foi a Constituição da República de 1988, que determinou em seu art.48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, que o Congresso Nacional deveria no prazo de cento e vinte dias de sua promulgação, elaborar o

Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, o que viria a ocorrer somente em 11 de setembro de 1990 (MARQUES, 2011).

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988

TÍTULO X

ATO DAS DISPOSIÇÕES CONSTITUCIONAIS TRANSITÓRIAS

[...]

Art. 48. O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.

(Brasil, Constituição Federal, 5 de outubro de 1988).

Apesar do atraso, é praticamente unânime entre os doutrinadores que o CDC com seus 119 artigos, foi pioneiro ao unificar em uma única lei toda regulamentação envolvendo as relações de consumo.

Os seus principais fundamentos são a presunção de vulnerabilidade e hipossuficiência do consumidor. A presunção de vulnerabilidade, prevista no art.4º do CDC, tem como base a sua posição de desvantagem, principalmente financeira, no qual faz com que o consumidor não compreenda os limites em relação ao negócio que realizou, seja por falta de informações ou por má-fé do fornecedor com o qual realizou o negócio (MARQUES, 2011).

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

(Brasil, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990).

Já a hipossuficiência, que é definida por Marques (2011) como um estado de fraqueza, que pode ser classificada em técnica, jurídica, fática e informacional, tem como origem o art.6º do CDC e como principal consequência, a inversão do ônus da prova em favor do consumidor:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

[...]

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

(Brasil, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990).

Dentre suas inovações, estão aspectos importantes do Direito Privado, do Direito Processual Civil e do Direito Penal, tais como o tratamento que foi dado para a responsabilidade civil do fornecedor, a inclusão da desconsideração da personalidade jurídica e o modelo de controle da publicidade e das práticas abusivas (BENJAMIN, 2008).

Podemos destacar os conceitos de consumidor e fornecedor trazidos pelo CDC, que foram elaborados de forma abrangente, motivo pelo qual talvez este seja um dos pontos mais controvertidos da Lei 8.078/90.

No conceito de consumidor adotado pelo CDC brasileiro, o código coloca no mesmo nível o consumidor pessoa física e o consumidor pessoa jurídica, o que possibilita em um caso hipotético, que uma multinacional de grande porte seja enquadrada como consumidora, recebendo a proteção do código enquanto está litigando contra uma empresa individual, que neste exemplo, poderia ser um simples vendedor ambulante.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. (Brasil, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990).

Já o conceito de fornecedor, que em primeiro momento aparenta ser benéfico ao consumidor, coloca no mesmo patamar de exigência grandes e pequenas empresas, sem qualquer distinção, o que conseqüentemente acarreta que microempresas, que pela legislação podem ser até mesmo estudantes que tenham atividade eventual para complementar a sua renda, não suportem o custo imposto pela legislação, permanecendo no mercado apenas grandes empresas que apresentem estrutura suficiente para atender a exigências do CDC e eventuais custos de demandas judiciais envolvendo relações de consumo (BENJAMIN, 2008).

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

(Brasil, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990).

O conceito abrangente de fornecedor, sem qualquer distinção entre pequenos e grandes, abre margem para uma concorrência desleal, inibindo a presença de novos fornecedores no mercado ou até mesmo impondo a saída dos pequenos fornecedores já consolidados, tudo isto decorrente dos grandes custos impostos pelo CDC.

Acrescido aos impactos já citados, podemos também incluir aqueles provenientes da responsabilidade civil dos fornecedores, visto que mesmo o tendo apenas disponibilizados os bens e os revendido ao consumidor com sua margem de lucro, o fornecedor é responsável perante o consumidor pela qualidade e segurança dos produtos, como bem explica Sérgio Cavalieri Filho:

O dever de obediência às normas técnicas e de segurança, bem como aos critérios de lealdade, quer perante os bens e serviços ofertados, quer perante os destinatários dessas ofertas. A responsabilidade ocorre do simples fato de alguém realizar atividade de produzir, estocar, distribuir e comercializar produtos ou executar determinados serviços. O fornecedor passa a ser o responsável pelas garantias dos produtos e serviços que oferece no mercado de consumo, respondendo pela qualidade e segurança dos mesmos. (CAVALIERI FILHO, 1999, p.20).

Os custos da responsabilidade civil imposta pelo CDC aos fornecedores de uma forma geral, permite também a existência de situações onde pequenos varejistas sejam condenados a pagar indenizações a consumidores, em virtude de vícios de qualidade de produtos desenvolvidos por grandes fabricantes.

Apesar do Código Civil assegurar o direito de regresso ao pequeno varejista nestes casos, dependendo do poder de mercado do fabricante, o exercício deste direito pode resultar em medidas de retaliação ou até mesmo na suspensão do fornecimento de mercadorias, conseqüentemente resultando na sua real exclusão do mercado.

Não é apenas o CDC que impõe obrigações aos fornecedores, vários estados e municípios brasileiros estão legislando sobre a matéria, criando obstáculos e dificultando a entrada de novos fornecedores no mercado, como é o caso do estado de São Paulo com a “Lei da Entrega” de 2009 (Brasil, São Paulo, Lei. nº. 13.747 de 07 de outubro de 2009), onde o fornecedor é obrigado a disponibilizar aos clientes a possibilidade de agendamento de turno de entrega da mercadoria.

Este agendamento, para fornecedores que não possuem um volume expressivo de entregas, pode inibir sua manutenção no mercado e prejudicar a

concorrência perfeita do setor. Desta forma, torna-se fundamental identificar os impactos que as normas de defesa do consumidor brasileiras exercem sobre consumidores e fornecedores, para que seja possível analisar as suas conseqüências para a economia.

## **2.2 Economia e Direito**

É indispensável que o Direito e a Economia dialoguem entre si e com outras áreas, extrapolando o ambiente acadêmico, podendo assim trazer benefícios concretos que possibilitem o seu desenvolvimento mútuo. A aproximação destas áreas abre a oportunidade de um enfoque diferente para solução dos problemas, aumentando a probabilidade de quebrar paradigmas.

A relação entre Economia e Direito ocorre principalmente através do conjunto de normas estabelecidas pelo Estado (Leis) que podem influenciar a Economia. Por este motivo, faz-se necessário examinar o papel do Estado e sua real necessidade de constante intervenção.

As disciplinas de Direito e de Economia podem ser divididas entre a dimensão descritiva e prescritiva. A dimensão descritiva leva em consideração os conceitos microeconômicos, onde a Economia poderia ser capaz de explicar as estruturas do Direito, mas especificamente de suas normas jurídicas, esclarecendo sua composição (TIMM, 2008). Podemos concluir pela dimensão descritiva, que também é chamada de Direito Econômico Positivo, que “a economia explica o Direito, mas não chega a uma explicação completa” (COOTER, 1982, p.1260).

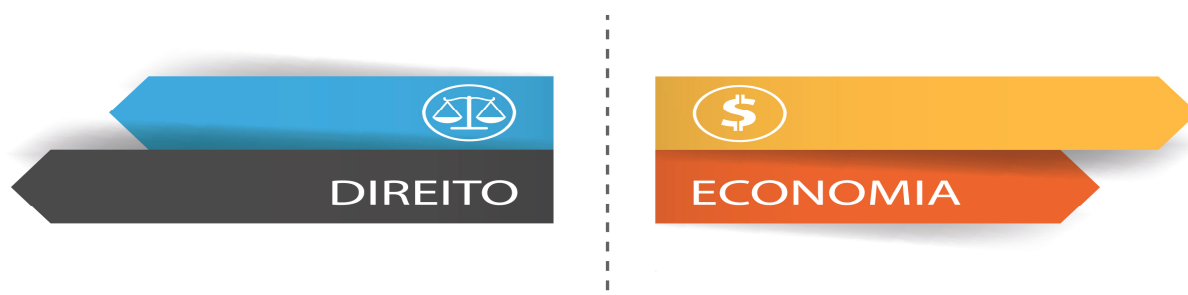
Já a dimensão prescritiva ou Direito Econômico Normativo, traz o conceito de que as instituições jurídicas devem trabalhar para maximização da riqueza, onde o Direito é visto como incentivador de condutas que promovem o aumento da eficiência econômica (TIMM, 2008).

Uma afinidade entre Direito e Economia pode ser considerada difícil, pois mesmo o Direito e a Economia tratando de problemas de estabilidade e eficiência da sociedade, suas formas de abordagem e suas metodologias são quase que opostas (TIMM, 2008).

Meyerhof Salama (2013) resume bem esta dificuldade ao comparar Direito com a Economia, onde o Direito é verbal e a Economia matemática, o Direito

hermenêutico e a Economia empírica, o Direito aspira ser justo e a Economia aspira ser científica.

Figura 1 – Direito x Economia (opostos)



Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Quando o sistema jurídico não é eficiente ele influencia diretamente a economia e isto pode ser constatado nos casos onde o Estado, em virtude da lentidão do poder judiciário ou pela dificuldade de interpretação das normas, tem dificuldade em cobrar os impostos, o que acarreta na redução da arrecadação e conseqüentemente dos investimentos (TIMM, 2008).

Em 1997, o Instituto de Estudos Econômicos, Sociais e Políticos de São Paulo (IDESP) identificou através de sua pesquisa, que os empresários atribuem ao sistema jurídico uma influência negativa na economia, onde 96,1% deles entendem que o judiciário prejudica o desempenho da economia.

#### Quadro 1 – Impacto do Mau Funcionamento do Judiciário na Economia e na Empresa.

##### Impacto do Mau Funcionamento do Judiciário na Economia e na Empresa

[em %]

	O mau funcionamento do Judiciário prejudica a economia?	O mau funcionamento do Judiciário prejudica o desempenho de sua empresa?
Prejudica seriamente	50,2	25,4
Prejudica um pouco	45,9	66,3
Não prejudica	3,9	7,5
Sem opinião	0,0	0,7
Total	100,0	100,0

Fonte: Pinheiro (2003).

No presente estudo, que analisa a relação das normas de defesa do consumidor com a Economia, onde uma tem como princípio basilar a



hipossuficiência do consumidor e a outra a eficiência econômica, esta relação fica ainda mais complicada.

Apesar de ser difícil esta relação, Posner (1975) entende ser possível através da aplicação de teorias e métodos baseados na experiência da Economia para as instituições do sistema jurídico, que dentre elas podemos citar, o Direito do Consumidor.

A análise dos fenômenos jurídicos pela Economia está ainda em desenvolvimento, sendo que ao longo do texto serão evidenciadas razões para ampliação destes estudos, incluindo a aplicação no Direito do Consumidor Brasileiro, principalmente sob as premissas e conceitos da Análise Econômica do Direito.

### **2.3 Análise Econômica do Direito**

O contemporâneo movimento da Análise Econômica do Direito (*Law and Economics*) surgiu como uma alternativa ao Utilitarismo, filosofia dominante até a década de 60 e também como uma reação ao entendimento de que o Direito deveria ser tratado como uma disciplina autônoma (CALIENDO, 2009).

Trata-se de um estudo interdisciplinar, que envolve aspectos da teoria econômica no âmbito da interpretação jurídica, para evolução do Direito através do uso da racionalidade.

Muitos autores rejeitam a identificação da AED como uma escola, já que as escolas apresentam uma linha de pensamento comum, compartilhada e defendida por seus integrantes. No movimento da AED existem grandes divergências entre seus principais pensadores, isto se reflete no grande número de escolas: *Chicago Approach to Law and Economics*, *Public Choice Theory*, *Institutional Law and Economics*, *New Institutional Economics*, *Social Norms and Law and Economics*, *New Haven School of Law and Economics* entre outras.

É possível dividir o movimento da AED em duas linhas, a primeira dos conservadores e a segunda dos liberais-reformistas. Os conservadores, representados pela escola de Chicago, defendem que o Direito estaria limitado a proporcionar a maximização da eficiência econômica. Já a corrente liberal, que tem como um dos principais defensores Guido Calabresi, defende que um mercado de concorrência perfeita é consequência de uma eficiência social e de uma situação de equilíbrio (PACHECO, 2004).

As principais características do movimento da AED são a rejeição do conceito de autonomia do Direito diante da realidade social e econômica e a utilização de métodos de outras áreas do conhecimento, como a Filosofia e principalmente a Economia (CALIENDO, 2009).

O movimento aprofundou-se mesmo no final do século XX, através do movimento intitulado “*Law & Economics*”, deixando de ser um programa alternativo de pesquisa e passando a integrar a prática jurídica das universidades norte-americanas, principalmente depois que a Universidade de Chicago iniciou as publicações do *Journal of Law and Economics*, em 1958 (POSNER, 1998).

Apesar de alguns autores não creditarem o nascimento do movimento a Universidade de Chicago, pode-se citar Hovenkamp (1990), é incontestável que as publicações do *Journal of Law and Economics* trouxeram popularidade ao movimento e contribuíram para seu desenvolvimento, pois, após as publicações, o movimento se estendeu além das faculdades norte-americanas, fazendo-se presente também na Europa, onde o tema é discutido inclusive em revistas especializadas, como a *International Review of Law and Economics*.

Para Godoy (2012, p.1), “o movimento Direito e Economia surgiu em meio ao descontentamento do Direito para com um fundamentalismo jurídico que vinha triunfando desde a consagração do iluminismo”.

Coase (1960) em seu trabalho intitulado “*The Problem of Social Cost*”, feito enquanto era um membro da Universidade da Virginia e publicado no *Journal of Law and Economics* na edição de outubro, é considerado uma das obras mais importantes sobre a Análise Econômica do Direito redigida até hoje.

No entendimento de Coase, a regulamentação visando resolver um problema pelo Estado não significava obrigatoriamente melhoria em comparação caso o problema fosse resolvido pelo mercado. Em contraponto, não se pode afirmar que em certas ocasiões, a regulamentação estatal não levará a uma melhor eficiência econômica (COASE, 2009).

Coase utiliza-se do exemplo de um de um fazendeiro cujo gado foge para a área plantada de seu vizinho em virtude de não haver uma cerca de contenção, para demonstrar que o problema central do mercado está na existência de custos de transação e não na presença de externalidades. Neste exemplo dado por Coase, se o custo em construir uma cerca para conter o gado for maior do que o custo para

reparar os impactos na plantação, deve o fazendeiro pagar os prejuízos ao agricultor, em vez de construir a cerca.

O que necessariamente tem que ser levado em consideração é se o custo para impedir o dano, no exemplo anterior seria o fato do fazendeiro construir a cerca para o gado não fugir, é maior que o próprio dano, ou seja, a perda sofrida pelo agricultor em sua plantação.

As externalidades podem ser definidas como positivas ou negativas, ou seja, quando uma empresa, por exemplo, utiliza-se das águas de um rio para sua produção e retorna está água em condições melhores das que captou, está gerando uma externalidade positiva e beneficiando toda a sociedade. Mas se esta empresa devolvesse a água utilizada saturada de resíduos poluentes, a externalidade gerada seria negativa, prejudicando as demais empresas que possam precisar utilizar os recursos hídricos e agredindo o meio ambiente.

Seguindo esta linha de pensamento, seria apropriado que o judiciário analisasse as conseqüências econômicas de suas decisões, evitando criar insegurança jurídica ao exercer seu papel junto à sociedade, pois o custo de exercer um direito gera para outrem conseqüências do exercício deste direito e devem ser levadas em consideração (COASE, 2009).

Nem todos os problemas precisam ser resolvidos pelo judiciário ou pelo Estado, Coase (2009) demonstrou em seu trabalho que existem possibilidades através da negociação privada de corrigir estas falhas de mercado. A intervenção do Estado é necessária apenas em alguns setores da economia onde a concorrência é insuficiente e afeta o bem estar social, através da imposição dos interesses privados.

No mesmo sentido, um dos mais importantes defensores da AED, Posner (1998) argumentou que a intervenção jurídica é necessária onde um resultado eficiente não pode ser obtido por meio de negociação entre as partes, de modo a produzir o resultado que teria prevalecido em um mercado eficiente, isto é, os direitos legais devem ser conferidos pela melhor oferta (POSNER, 1998).

A regulação econômica segue duas linhas fundamentais de atuação do Estado, sendo a primeira através da coerção com o intuito de equilibrar a oferta e a procura de bens de um determinado setor e a segunda através da atuação contra a formação de cartéis (POSNER, 1998). Além dessas justificativas, podemos acrescentar questões de assimetrias de informação e insuficiência de bens públicos.

Posner defende ainda a existência de um governo forte, que mantenha a segurança jurídica e a ordem, mas que não faça grandes projetos ou planos de regulamentação econômica. Conforme o autor, este é “provavelmente o governo ótimo para o crescimento econômico” (POSNER, 1987, p.28).

Para um correto entendimento da AED é necessário fazer a distinção entre AED positiva e normativa. Posner, que segue a escola positiva, adota como premissa o mundo real, como atualmente ele é. Já a escola normativa faz críticas ao mundo atual e tenta melhorá-lo mudando suas regras através de princípios da Economia (POSNER, 1998).

O principal representante da escola normativa sem dúvida é Calabresi, com um ponto de vista mais normativo e partindo dos conceitos da Economia, publicou um artigo em 1961 no qual analisou as leis de responsabilidade por danos a terceiros<sup>1</sup>, que foi a primeira análise feita por um jurista sobre as leis de responsabilidade civil americanas sob a ótica econômica e que tornou o autor, junto com Ronald Coase, a serem considerados os fundadores da AED.

Um exemplo de que é possível esta ligação interdisciplinar entre Direito e Economia, foi apresentado por Becker, prêmio Nobel de Economia de 1992, que comprovou que a abordagem econômica é abrangente e aplicável a todo o comportamento humano.

Seguindo os estudos de Becker e relacionando com a AED, o autor imaginando ser um criminoso, calculou as probabilidades de ser pego e de sua eventual punição, optando pela prática criminosa em virtude dos possíveis benefícios. Para Becker, o aumento da pena ao invés do aumento a repressão dos crimes, poderá resultar em uma alternativa mais eficiente ao combate da criminalidade (BECKER, 1968).

Dentre as áreas do direito das quais podemos utilizar os conceitos da AED, podemos certamente incluir o Direito do Consumidor. Como mencionado anteriormente, o Direito não pode ser tratado como uma disciplina autônoma, pois seus impactos ultrapassam a esfera jurídica e sob o ponto de vista da Análise

---

<sup>1</sup> Em um exemplo citado neste artigo, o autor simula uma situação onde por falta de manutenção do veículo, um taxista causa um acidente gerando um prejuízo de US\$200.00 a vítima. Calabresi argumenta que através de uma norma mais rígida, que puna o taxista com valores superiores ao prejuízo da vítima somado ao custo de manutenção do veículo, aumentaria os investimentos em prevenção e conseqüentemente melhoraria a qualidade de vida da sociedade (CALABRESI, 1961).

Econômica do Direito, as alterações do CDC, desde sua concepção em 1990, geram provavelmente conseqüências econômicas.

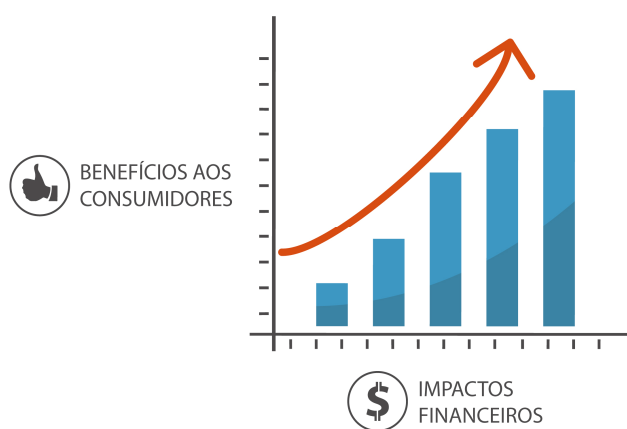
Estas conseqüências que o trabalho pretende identificar, podem estar afetando o preço pago pelo consumidor quando da compra de mercadorias ou até mesmo influenciando o notório processo de concentração que está ocorrendo no varejo brasileiro de eletrodomésticos.

Corroborando este pensamento, Gico Jr. (2010), afirma que os juristas ao exercerem seu juízo de valor, não tem qualquer embasamento ou ferramenta analítica que os ajude a avaliar a realidade ou prever possíveis conseqüências das decisões jurídico-políticas, que são seu objeto de análise tradicional.

Nesta mesma linha de raciocínio, Stigler (1992, p. 455) menciona que “Enquanto a eficiência constitui-se no problema fundamental dos economistas, a justiça é a preocupação que norteia os homens do direito”.

Hoje é necessário ao legislador ir além de embasamentos teóricos ou justificativas de benefícios aos consumidores para alteração do ordenamento jurídico, é preciso uma análise mais criteriosa, não apenas do contexto legal, mas também dos aspectos econômicos.

Figura 2 – Benefícios x Impactos



Fonte: Elaborado pelo autor.

Isto não expressa que a eficiência econômica deva prevalecer, mas que devemos fazer uma análise dos impactos econômicos ocasionados a todo o restante da sociedade advindos dos benefícios que estão sendo dados aos consumidores, pois estes benefícios poderão acarretar possivelmente em perda de eficiência econômica.

A utilização da AED não significa colocarmos em risco os princípios fundamentais de nosso ordenamento jurídico, como a dignidade da pessoa humana, pois é necessário um equilíbrio ético, onde deve prevalecer o maior benefício a sociedade como um todo, mas levando em consideração também a lógica de um mercado eficiente, fator que atualmente é ignorado.

Analisando a AED pelo ponto de vista do poder judiciário, Shihata em seu trabalho realizado junto ao banco mundial considera que: “Um bom judiciário é aquele que assegura que a justiça seja acessível e aplicada a todos, que direitos e deveres sejam respeitados, além de aplicados com um baixo custo para sociedade” (SHIHATA, 1995, p. 13).

Da mesma forma, pode-se citar Rawls:

Um certo consenso nas concepções a justiça não é, todavia, o único pré-requisito para uma comunidade humana viável. Há outros problemas sociais fundamentais, em particular os de coordenação, eficiência e estabilidade (RAWLS, 2002, p.6).

Para o movimento da AED, a base para a decisão de um juiz deve ser a relação custo-benefício, onde a maximização da riqueza (*wealth maximization*) deve orientar a atuação do magistrado (GODOY, 2007).

O movimento da AED também está sujeito a críticas, principalmente quanto ao fato de que se o objetivo da AED é uma melhora na eficiência econômica, poderia colocar em risco os valores da sociedade, principalmente pelo reducionismo da tese do *Homo Economicus* (CALIENDO, 2009).

Com base nesta análise feita e nos fundamentos supra apresentados, a ligação interdisciplinar entre Direito e Economia é possível? Sob a análise de Stigler (1992, p.455), existem muitas diferenças:

É profunda a diferença entre uma disciplina que procura explicar a vida econômica e outra que pretende alcançar a justiça como elemento regulador de todos os aspectos da conduta humana. Esta diferença significa, basicamente, que o economista e o jurista vivem em mundos diferentes e falam diferentes línguas (STIGLER, 1992, p.455).

Apesar de viver em mundos diferentes, é possível esta ligação interdisciplinar, desde que observado um equilíbrio ético onde prevaleça o princípio Constitucional da Dignidade da Pessoa Humana, considerado o princípio máximo do estado democrático de direito e que está elencado na Constituição Federal Brasileira

de 1988, princípio este oriundo da obra de Kant “*Grundlegung zur Metaphysik der Sitten*” de 1785, que mencionava que as pessoas não devem ser tratadas como um objeto (KANT, 2004).

No reino dos fins, tudo tem ou um preço ou uma dignidade. Quando uma coisa tem preço, pode ser substituída por algo equivalente; por outro lado, a coisa que se acha acima de todo preço, e por isso não admite qualquer equivalência, compreende uma dignidade (KANT, 2004, p.65).

A justiça não pode ser o único pré-requisito para uma comunidade que seja humanamente viável, devemos levar em consideração outros fatores também, como a eficiência e estabilidade econômica, que são problemas sociais fundamentais (RAWS, 2002).

Podemos citar vários exemplos que justificariam a utilização dos conceitos da *Law & Economics* para interpretação da legislação consumerista brasileira, mas o principal é o fato da AED ser um movimento intersistêmico que envolve desde a Política, Economia e o Direito.

Torna-se essencial uma análise econômica prévia no processo de constituição das normas de defesa do consumidor, que considere as consequências individuais e coletivas, fazendo uma ligação interdisciplinar entre Economia e Direito, aproximando-os para que em conjunto consigam gerar benefícios a sociedade como um todo.

Figura 3 – Direito do Consumidor, Eficiência Econômica e Código de Defesa do Consumidor



Fonte: Elaborado pelo autor.

## 2.4 Liberalismo Econômico

O Liberalismo Econômico surgiu no século XVIII, na Europa, através do filósofo escocês Adam Smith, tendo como principal fundamento a rejeição a qualquer interferência externa na economia, sendo visivelmente contrário as idéias do Mercantilismo. Alguns autores, como Friedman (1985) atribuem as bases do movimento ao cristianismo, gregos e romanos. A corrente confere as forças naturais do mercado todo o desenvolvimento da economia, não devendo o Estado praticar “jogos econômicos”, pois o resultado prático alcançado com esses jogos seria inferior ao resultado sem sua intervenção.

Isto não significa que o Estado deva ficar ausente, já que o Liberalismo confere ao Estado o papel de intervir de maneira indireta na economia, ou seja, evitando monopólios e garantindo uma economia que não seja centralizada.

Sua essência está na utilização pelo indivíduo da plenitude suas capacidades, desde que isto não interfira no direito dos demais indivíduos de fazerem o mesmo (FRIEDMAN, 1985) e utiliza-se de uma metáfora elaborada por Adam Smith, “a mão invisível”, para justificar que os interesses privados são levados por uma mão invisível, que orienta para o bem-estar coletivo. Conforme suas próprias palavras:

Não é da benevolência do açougueiro, do cervejeiro e do padeiro que esperamos o nosso jantar, mas da consideração que ele têm pelos próprios interesses. Apelamos não à humanidade, mas ao amor-próprio, e nunca falamos de nossas necessidades, mas das vantagens que eles podem obter. (SMITH, 2008 p.25).

Mesmo não tendo interesse de fazer o bem a terceiros, os indivíduos através de seus interesses privados e sem qualquer intervenção do Estado, são levados a fazê-lo, convertendo seu capital próprio em valores (serviços ou produtos) para a sociedade, gerando um benefício a todos (SMITH, 1983).

Segundo Gray (1986), o Liberalismo não tem uma essência imutável e possui um grande número de correntes, podendo ser dividido em quatro bases distintas. A primeira é a individualista, que defende o interesse individual contra pretensões da coletividade social; A segunda é a igualitária, pois dá a todos o mesmo estatuto moral, sem qualquer diferenciação legal ou política; A terceira é a universalista, colocando a unidade moral em uma importância secundária perante as formas



culturais específicas; A quarta é a melhorista, pois trabalha na correção e no aperfeiçoamento de todas as instituições.

Nota-se claramente uma convergência das correntes do Liberalismo para defesa da liberdade, sobrepondo-se sobre qualquer forma de autoritarismo, mas sempre mantendo sua subordinação a moral. Os principais ideais do Liberalismo Econômico são a livre concorrência e a lei da oferta e da procura, sendo que na relação entre Estado e Economia, o Liberalismo Econômico defende que o Estado não tem nada a contribuir, toda e qualquer ação sua pode ser considerada lesiva para própria economia (GRAY, 1986).

Considerando a hipótese de que o mercado não consiga minimizar suas imperfeições, como é o caso das relações de consumo, que após a Revolução Industrial ficaram desequilibradas e favoráveis ao fornecedor, o modelo neoclássico de economia argumenta que não há garantias de que o Estado, intervindo no mercado, possa reduzir estas imperfeições (STIGLER, 1992).

Da mesma forma, Mill (2008) responsabiliza o Estado pela imperfeição da sociedade, pois é ineficiente com suas responsabilidades e ainda prejudica o indivíduo ao retirar sua autonomia. Para o autor, o Estado deveria estimular o desenvolvimento do sujeito, ou seja, incentivar para que ele se torne produtivo e capaz de proporcionar o seu próprio sustento. Seguindo em sua narrativa, Mill defende que não cabe ao Estado proporcionar caridade.

Isto não significa que não há a necessidade da existência do Estado, conforme explica Friedman, que também é um defensor do liberalismo:

A existência de um mercado livre não elimina, evidentemente, a necessidade de um governo. Ao contrário, um governo é essencial para a determinação das 'regras do jogo' e um árbitro para interpretar e pôr em vigor as regras estabelecidas. O que o mercado faz é reduzir sensivelmente o número de questões que devem ser decididas por meios políticos - e, por isso, minimizar a extensão em que o governo tem que participar diretamente do jogo. (FRIEDMAN, 1985, p.12).

Friedman segue defendendo a necessidade de um governo que mantenha a lei e a ordem, definindo os direitos de propriedades e as regras do jogo econômico, que julgue estas disputas, fornecendo uma estrutura monetária e monitore o mercado, impedindo monopólios. De acordo com o autor, uma maior liberdade econômica resulta também em uma maior liberdade política (FRIEDMAN, 1985).

Corroborando com as idéias de Friedman, Gray (1986) ensina que a expressão “Estado Mínimo” não é a mais adequada para descrever o Liberalismo, pois existe a necessidade de um Estado, mas que este seja limitado a resguardar as liberdades individuais.

Infelizmente, o mercado não possui um comportamento perfeito capaz de minimizar todas suas imperfeições, sendo necessárias intervenções pontuais. O que o presente estudo questiona é que no Direito do Consumidor, a intervenção do Estado deixou de ser pontual e está ocasionando reflexos econômicos que podem ser desfavoráveis para o próprio consumidor.

Esta ação do Estado tem como consequência a limitação da liberdade que os agentes econômicos possuem, sendo importante salientar que a lei consumerista nada mais é do que um modelo de intervencionismo estatal nas relações entre particulares, onde a autonomia das partes e a liberdade não prevalecem neste cenário em virtude da ausência de igualdade das partes.

O objetivo desta regulamentação econômica seria o de corrigir imperfeições do mercado e deveria ter como consequência o benefício aos consumidores, eliminando a competição predatória, monopólios e garantindo a estabilidade (STIGLER, 1992). Esta linha de pensamento tenta justificar a intervenção do Estado em favor do interesse público e foi amplamente questionada por Stigler.

O excesso de regulamentação gera para iniciativa privada a obrigação de um maior formalismo, gerando burocracia, termo que foi empregado pela primeira vez no século XVIII, por Vicent de Gounay (GIRGLIOLI, 1986) e que atualmente se popularizou como um formalismo em demasia, tanto para instituições privadas como governamentais.

Dentre as funções necessárias do Estado, podemos citar a função jurisdicional, onde cabe ao Estado o papel de compor conflitos através de decisões sobre os litígios.

Cabe destacar na doutrina liberal o tratamento dado a propriedade, pois segundo os liberais, quando a propriedade é produtiva de maneira a determinar a criação de uma grande quantidade de empregos, deve ser protegida pelo Estado (SMITH, 1983).

As críticas dos economistas para intervenção do estado na economia é antiga, no clássico “*On the Principles of Political Economy and Taxation*”, publicado em 1817, David Ricardo, além de apresentar a teoria da vantagem comparativa, que

afirmava que o comércio entre dois ou mais países pode ser mutuamente benéfico, mesmo quando um país tem uma vantagem absoluta sobre os outros países em todas as áreas de produção, já questionava os impactos das normas tributárias, principalmente relativos ao comércio internacional (RICARDO, 1817).

Apesar de servir de base para o desenvolvimento da AED, o Liberalismo é questionado pelo seu efeito prático que favorece as classes burguesas em detrimento da classe trabalhadora (BURDEAU, 1979), pois sem regulação do Estado, abre-se a oportunidade para que os empregadores submetam seus funcionários a condições de trabalho que não são adequadas, incluindo até mesmo a restrição a liberdade.

Burdeau (1979) também credita à queda do Liberalismo a utilização da influência política em prol dos interesses privados, a concorrência imperfeita e principalmente a manutenção de privilégios mantidos através de contratos, que sustentavam “o reinado da força”, através de regras unilaterais.

## **2.5 Custos de Transação**

Coase (1937), em sua obra intitulada *The Nature of the Firm*, revolucionou o pensamento econômico da época em função da análise que fez sobre a estrutura institucional onde o mercado se desenvolve, pois o autor deixava clara sua insatisfação com a teoria tradicional que afirmava que o sistema econômico era auto-regulável através do sistema de preços.

O conceito de que o funcionamento do mercado gera custos, implementado pelo autor, questionava o motivo pelo qual uma empresa internalizava atividades nas quais poderia terceirizar a um custo inferior. A resposta veio no que ele denominou como os custos de transação (COASE, 1937).

A transação é o evento que ocorre quando um bem ou serviço é transferido através de uma interface tecnologicamente separável, assim, eles podem ocorrer dentro dos agentes ou superar suas fronteiras. Segundo Williamson (1985), os custos de transação possuem três atributos, que são a freqüência, a incerteza e a especificidade.

O atributo da freqüência se caracteriza pela repetição de uma mesma espécie de transação, o que possibilita a diluição dos custos e a criação de uma relação de confiança entre os agentes envolvidos. Um contrato de longo prazo, por exemplo,

torna-se mais econômico na proporção do aumento do número de transações, pois os custos de redação, monitoração e coleta de informações ficam diluídos (FERNANDES, 2008).

Quanto maior a frequência, maior a possibilidade de surgirem instituições focadas em operacionalizar as transações de maneira a torná-las mais eficazes (FERNANDES, 2008). No caso do Direito do Consumidor, podemos citar o surgimento da instituição PROCON, que é uma fundação jurídica de direito público que dentre suas principais funções, está a de solucionar conflitos entre fornecedores e consumidores.

A frequência tem grande importância no aumento dos custos ligados ao comportamento oportunista, na medida de que a perspectiva de continuidade vislumbrada inibe uma ação oportunista, pois acarretaria na interrupção da relação entre os agentes e um prejuízo mútuo (AZEVEDO, 1996).

Já o atributo da incerteza, característico do ambiente de instabilidade do mercado onde ocorre a transação é necessário para suprir a lacuna deixada devido à racionalidade limitada dos agentes, que resulta da incapacidade do indivíduo de desenvolver totalmente sua capacidade cognitiva e que conseqüentemente torna os contratos incompletos, aumentando as chances de perdas devido ao comportamento oportunista das partes (FARINA, 1997).

Os principais motivos que tornam os contratos incompletos, vão desde a sua forma vaga e ambígua, passando pelos custos, que às vezes superam os custos de resolução de problemas futuros, a presença de informação assimétrica e a própria preferência de um dos agentes em finalizar a transação (NEVES, 2002).

No Direito do Consumidor, o atributo da incerteza é agravado pelo fato de que o princípio jurídico da autonomia da vontade, que concede a liberdade para as partes expressarem seus interesses, livres de vício e de forma autônoma, não prevalece. Após a entrada em vigor do CDC de 1990, os contratos envolvendo relações de consumo passaram a ser interpretados levando em consideração principalmente a hipossuficiência do consumidor e o princípio da boa fé objetiva, o que na prática pode levar a um aumento do atributo da incerteza e impactando no aumento dos custos de transação envolvendo as relações de consumo.

Mas o mais importante dos atributos, segundo Williamson (1985) é o atributo da especificidade, que ocorre quando é reduzido o número de produtores capazes de ofertar e de demandantes interessados em adquirir o ativo específico que não é

reempregável sem que isto signifique perda de valor. Este atributo explica os problemas de dependência bilateral e suas conseqüências sobre o custo de transação, pois quanto maior o grau de especificidade do ativo, maiores serão os riscos e problemas de adaptação, logo, mais elevados serão os custos de transação (FERNANDES, 2008).

Quatro são os fatores que tem a capacidade de gerar o atributo da especificidade (PONDÉ, 1997):

O primeiro trata-se da aquisição de equipamentos dedicados a ofertar demandas específicas do outro agente econômico envolvido na transação; O segundo ocorre quando existe a expansão da capacidade produtiva para atender à demanda de um conjunto de transações; O terceiro fator é a exigência de proximidade geográfica entre os agentes, com custos de transferência da unidade produtiva em havendo necessidade de troca de demandante ou ofertante. Por último, o processo de aprendizagem onde os agentes acabam mutuamente servindo com maior eficiência do que poderiam fazer com novos parceiros.

Os custos de transação possuem um enfoque interdisciplinar, pois envolvem matérias das áreas de Economia e Direito ao mesmo tempo. Eles também são conceituados de formas diferentes, por exemplo, Fiani (2002) conceitua custos de transação como aqueles custos em que os agentes econômicos enfrentam toda vez que necessitam ir ao mercado, como o de negociar, redigir e garantir que um contrato será cumprido.

Já para o mercado financeiro, os custos de transação são gastos ocasionados para efetivar uma transação financeira (ADAMS, 1993). Arrow (1974) trata os custos de transação como aqueles necessários para colocar o sistema econômico em funcionamento. Na visão de Pondé (PONDÉ, FAGUNDES e POSSAS, 1997, p.115), custos de transação são:

O dispêndio de recursos econômicos para planejar, adaptar e monitorar as interações entre os agentes, garantindo que o cumprimento dos termos contratuais se faça de maneira satisfatória para as partes envolvidas e compatível com a sua funcionalidade econômica.

As idéias de Ronald Coase sobre a estrutura onde o mercado se desenvolve, foram base para o trabalho de outros estudiosos, como Communs, Knigth e Barnard.

Cabe destaque ao trabalho de Commons, pois foi quem primeiramente utilizou a transação como uma unidade de análise (TIMM, 2008).

Além dos autores supra citados, a ideia dos custos de transação criada por Coase (1937) foi abordada por Oliver Williamson em diversos trabalhos publicados em livros, periódicos e coletâneas, cabendo destaque a obra *The economics of organization: The transaction cost approach* de 1981, publicada no *American journal of sociology*, onde Williamson afirmou que os agentes econômicos precisam se proteger dos riscos associados às relações de trocas, o que gera custos de transação (WILLIAMSON, 1981).

Seguindo a premissa de que os riscos associados às relações de troca geram custos de transação, surge a necessidade de identificarmos se estes custos, quando da entrada em vigor do CDC regulamentando as relações de consumo, foram majorados ou minorados, gerando impactos positivos ou negativos nas redes de eletrodomésticos.

De acordo com Williamson (1985, p.21), os custos de transação assumem quatro possíveis formas:

- custos de mal-adaptação, quando a transação não se processa da maneira planejada, como no caso do fornecimento de insumos e componentes que fogem aos padrões de qualidade ou aos prazos de entrega requeridos, determinando paralisações ou alterações no ritmo de produção, fabricação de produtos defeituosos, necessidade de manutenção de estoques elevados. Também se incluem aqui casos nos quais franqueados não atuam da maneira prevista pelo franqueador, permitindo uma deterioração do produto vendido aos consumidores finais;
- custos vinculados a esforços de negociar e corrigir o desempenho das transações, que aparecem como um aumento dos custos indiretos ou um redirecionamento de horas de trabalho de pessoal com funções produtivas para a realização de barganhas demoradas;
- custos de montar e manter estruturas de gestão que gerenciam as transações, referentes aos recursos humanos e materiais que uma empresa direciona para controlá-las e administrá-las;
- custos requeridos para efetuar comprometimentos, criando garantias de que não existem intenções oportunistas, como o pagamento de taxas nos casos de franchising ou outros investimentos associados à implementação de códigos de confiança.

Como visto, a teoria dos custos de transação é suportada basicamente pelos argumentos de que os agentes econômicos possuem racionalidade limitada e comportamento oportunista em suas ações. Com base nestes pressupostos surgem os custos de transação.

O comportamento oportunista é caracterizado pela atuação dos agentes econômicos de forma não cooperativa, aproveitando-se principalmente do domínio de informações privilegiadas para obter vantagem para si, ou seja, a busca do interesse próprio com malícia (WILLIAMSON, 1985). Já a racionalidade limitada, caracteriza-se pela incapacidade dos agentes econômicos de prever e estabelecer medidas corretivas para eventos futuros e incertos (PONDÉ, FAGUNDES e POSSAS, 1997).

No Direito, o instrumento jurídico adequado para se proteger dos riscos associados às relações de trocas é o contrato, mas este instrumento não é infalível, não sendo possível prever todas às incertezas, principalmente em um ambiente de constante mudança como é o caso das normas consumeristas brasileiras que são alteradas em uma frequência quase que anual.

O ambiente de incerteza gerado pode contribuir para o aumento do custo de transação, pois a falta de segurança perante os fatores externos poderá fazer com que os agentes econômicos superestimem os seus impactos propositalmente, como uma medida de segurança, prejudicando os demais agentes econômicos.

Apesar do contrato agir como meio de redução de incertezas, principalmente quanto a prazo, rescisão, resilição e objeto, conseqüentemente diminuindo os custos de transação envolvendo às relações de troca, ele por si representa um custo, pois requer elaboração especializada, acompanhamento e manutenção periódica.

Estes custos podem ser divididos em custos *ex ante*, que são os custos presentes durante a negociação do contrato, de suas cláusulas e pormenores, onde os agentes tentam maximizar a eficiência do documento e os custos *ex post*, que referem-se a possíveis renegociações e adaptações do contrato ou mesmo aos custos de acompanhamento do mesmo.

Partindo da premissa que a racionalidade dos agentes econômicos é limitada, não sendo possível prever todas as variáveis, já que sua capacidade de coletar informações e processá-las é insuficiente, não podendo tomar medidas preventivas para evitar qualquer evento futuro e incerto que possa gerar custos ou que possa garantir que os compromissos sejam honrados, podemos concluir que os contratos utilizados para proteção destes riscos também são limitados, por este motivo, sujeitos a falhas e abrindo brechas para um comportamento oportunista dos agentes econômicos (PONDÉ, 1997).

Uma análise econômica sem considerar os custos de transação, usando uma metáfora utilizada por WILLIAMSON (1985), é o mesmo que uma análise dos fenômenos físicos sem considerar o atrito.

Um exemplo recente da clara inserção de custos de transação em virtude da interferência do estado através das normas de defesa do consumidor criadas, é a chamada “Lei da Entrega” do Estado de São Paulo (Lei. nº13.747 de 07-10-2009), que no seu artigo 1º, determina que os fornecedores de bens e serviços, fixem turno para entrega ou realização de serviços, sem qualquer ônus adicional aos consumidores:

Artigo 1º - Ficam os fornecedores de bens e serviços que atuam no mercado de consumo, no âmbito do Estado, obrigados a fixar data e turno para a realização dos serviços ou entrega dos produtos, sem qualquer ônus adicional aos consumidores.

Neste exemplo, antes da publicação da lei, o mercado varejista que atua em São Paulo já havia estipulado que os clientes que optassem pela entrega dos bens ou serviços com turno fixo ou hora marcada, tinham um custo adicional conseqüente dos custos gerados por este benefício. Os clientes que optassem pela entrega convencional, ou seja, sem turno fixo ou hora marcada, estariam isentos desta cobrança, mas também não receberiam o benefício.

Com o advento da lei que obrigou os fornecedores a não praticarem a diferenciação de preços entre as duas modalidades de entrega, o custo da entrega com turno fixo ou hora marcada passou a ser dividido também entre os clientes que não optavam por esta modalidade de entrega, beneficiando uma minoria de consumidores, em detrimento da maioria.

Por este motivo, é provável o impacto econômico das normas de defesa do consumidor, tanto para os consumidores, quanto para as redes varejistas e fabricantes, pois é notória a alocação de recursos para aplicação das leis que são frutos da intervenção do Estado na economia.

Como bem menciona Friedman (FRIEDMAN, 1985), o principal erro das medidas governamentais está em utilizarem a coerção para obrigar os indivíduos a atuar contra seus interesses imediatos, em favor do interesse geral. A determinação de padrões de qualidade pelos agentes governamentais resulta na geração de custos



aos agentes privados, que na relação fornecedor consumidor, podem ser repassados integralmente aos consumidores.

A intervenção do Estado na relação de consumo brasileira, através da criação constante de novas normas, que conseqüentemente pode ser caracterizada como uma intervenção do Estado na economia e que é amplamente criticada pelos autores que defendem o Liberalismo Econômico, afeta diretamente os custos de transação entre o comércio varejista, consumidores e fabricantes.

Uma alternativa que poderia solucionar este problema foi proposta por Coase (1937), que sugere a utilização das normas jurídicas como facilitadoras do mercado, seguindo a perspectiva de mínima intervenção estatal, que propiciaria a atuação natural dos agentes de mercado.

### 3 METODOLOGIA

Este trabalho tem como objeto de pesquisa identificar os impactos das normas de defesa do consumidor brasileiras nas redes de eletrodomésticos gaúchas através de uma análise, utilizando-se do conhecimento científico, para além de tentar explicá-los, buscar sua relação com outros fatos (GALLIANO, 1986).

Para uma melhor elucidação dos fatos e atender o objetivo proposto, foi realizada uma pesquisa aplicada de natureza exploratória, visto que o estudo dará suporte para uma análise mais aprofundada e pode colaborar com a aproximação da AED com o Direito do Consumidor.

Embora as pesquisas geralmente apontem para objetivos específicos, estas podem ser classificadas em três grupos: estudos exploratórios, descritivos e explicativos. As pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral acerca de determinado fato e têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, com vistas a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores (GIL, 2009, p.46).

A abordagem teve o enfoque qualitativo, que neste estudo se justifica principalmente por três fatores; o primeiro pela necessidade de desenvolver uma visão em profundidade sobre o assunto, segundo em virtude de utilizar o ambiente natural como fonte de dados e o terceiro pela característica da pesquisa qualitativa de investigar os fenômenos sociais.

Nas ciências sociais, os pesquisadores, ao empregarem métodos qualitativos, estão mais preocupados com o processo social do que com a estrutura social; buscam visualizar o contexto e, se possível, ter uma integração empática com o processo objeto de estudo que implique melhor compreensão do fenômeno (NEVES, 1996, p. 2).

Na pesquisa qualitativa, o pesquisador tem uma atuação fundamental, como investigador e interpretando o significado que as pessoas dão as coisas. Ela tem um caráter descritivo ao mesmo tempo um enfoque indutivo (GODOY, 1995).

No mesmo sentido, Van Maanen (1979, p. 522) determina que cabe a pesquisa qualitativa a função de “traduzir e expressar o sentido dos fenômenos do mundo social; trata-se de reduzir a distância entre indicador e indicado, entre teoria e dados, entre contexto e ação.” Tudo isto abrange a coleta de informações sobre os fenômenos sociais através do contato direto com o pesquisador, o que ajuda na

compreensão da situação estudada sobre a perspectiva dos envolvidos no fenômeno.

Apesar da utilização do método qualitativo não excluir a possível utilização do método quantitativo, o fato da técnica quantitativa ser mais rigorosa e seguir como base um cronograma previamente estabelecido com fundamento em hipóteses, pesou para sua não utilização neste momento. Para a solução do problema proposto, não foi necessário utilizar ferramentas estatísticas para análise dos dados, bastando apenas entender o fenômeno através da visão das redes de eletrodomésticos.

O trabalho utilizou como fonte de pesquisa inicial a pesquisa bibliográfica, documental e de artigos relacionados com a intervenção do Estado na Economia, fazendo um levantamento histórico partindo das idéias do Liberalismo Econômico, passando pelos Custos de Transação até chegar na abordagem atual da Análise Econômica do Direito e sua relação com o Direito do Consumidor, que é o foco principal do estudo. Esta revisão bibliográfica durou 5 (cinco) meses e forneceu a fundamentação teórica principal do trabalho, tendo como base as seguintes abordagens e autores:

Quadro 2 – Referencial teórico

Abordagens	Idéias Desenvolvidas	Autores
LIBERALISMO	Entraves a produção, circulação e consumo deveriam ser suprimidos	François Quesnay, 1759
	Burocracia	Vincent de Gournay, 1754
	Geração de riqueza pelo trabalho livre, sem intervenção do Estado	Adam Smith, 1776
	Utilitarismo	John Stuart Mill, 1854
	Teoria da regulação econômica	George Joseph Stigler, 1971
	Existência de um mercado livre	Milton Friedman, 1976
CUSTOS DE TRANSAÇÃO	Funcionamento do mercado gera custos	Ronald Harry Coase, 1937
	Incerteza e oportunismo. "Racionalidade Limitada"	Oliver E. Williamson, 1981

NORMAS DE DEFESA DO CONSUMIDOR	Direito do Consumidor	Cláudia Lima Marques, 2006
		Leonardo de Medeiros Garcia, 2012
ECONOMIA E DIREITO	Economia e Direito	Richard Posner, 1972
		Luciano Benetti Timm, 2008
ANÁLISE ECONÔMICA DO DIREITO	Teorema de Coase	Ronald Harry Coase, 1960
	Raciocínio econômico do Direito	Guido Calabresi, 1961
	Eficiência econômica no Direito	Richard Posner, 1972
	Olhar econômico sobre a vida	Gary Becker, 1992

Fonte: Elaborado pelo autor.

Com a finalização da revisão bibliográfica, iniciou-se a coleta dos dados através de entrevistas semi-estruturadas, pois este é um dos principais instrumentos e uma das mais importantes fontes de informações para um estudo, tendo como vantagens sua flexibilidade na aplicação e a possibilidade de inclusão informações complementares, o que beneficia um estudo em maior profundidade (LAKATOS, MARCONI, 2001).

O questionário aplicado nas entrevistas foi validado por especialistas na área da Análise Econômica do Direito<sup>2</sup>, Direito<sup>3</sup> e Economia<sup>4</sup>, tendo como base a revisão bibliográfica sobre o assunto e os objetivos a serem alcançados com a pesquisa.

<sup>2</sup> Luciano Benetti Timm possui graduação em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1994) e incompleta em Economia na UFRGS, mestrado em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1997) e doutorado em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2004) com parte dos créditos de doutoramento realizados na USP. Possui ainda pesquisa de Pós doutoramento na UC Berkeley no Departamento de Direito, Negócios e a Economia, *Master of Laws* (LLM) em Direito Econômico Internacional pela Universidade de Warwick (Inglaterra). É Professor Visitante do PPGD da USP. Foi presidente da Associação Brasileira de Direito e Economia (ABDE) e do Instituto de Direito e Economia do Rio Grande do Sul (IDERS), membro do Comitê de Ciências Humanas e Sociais da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (FAPERGS), Professor adjunto da UNISINOS e professor convidado da Escola Superior da Magistratura - AJURIS e da EMAGIS. Tem experiência na área de Direito: direito civil, direito internacional privado, novo código civil, contratos, arbitragem, contrato internacional e direito constitucional.

<sup>3</sup> Fabiano Koff Coulon, mestre e doutor em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professor da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos e advogado atuante nas áreas do direito civil e empresarial, especialmente em contratos, responsabilidade civil, consumidor e sociedades.

<sup>4</sup> André Filipe Zago de Azevedo possui graduação em Economia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1992), mestrado em Economia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul

As entrevistas foram feitas nas sedes de algumas das principais redes de eletrodomésticos com atuação no estado do Rio Grande do Sul, pré-selecionadas em conformidade com sua participação de mercado e com o faturamento bruto mínimo anual de R\$ 12 milhões, conforme quadro a seguir:

Quadro 3 – Ranking de participação do mercado de eletrodoméstico gaúcho

Redes de Eletrodomésticos	Participação no Mercado RS (%)
<b>Empresa 1</b>	17,56
<b>Empresa 2</b>	13,46
<b>Empresa 3</b>	8,13
<b>Empresa 4</b>	7,94
<b>Empresa 5</b>	7,06
<b>Empresa 6</b>	7,05
<b>Empresa 7</b>	6,42
<b>Empresa 8</b>	5,95
<b>Empresa 9</b>	5,76
<b>Empresa 10</b>	5,01
<b>Empresa 11</b>	2,45
<b>Empresa 12</b>	2,02
<b>Empresa 13</b>	1,52
<b>Empresa 14</b>	1,42
<b>Empresa 15</b>	1,12
<b>Empresa 16</b>	0,99
<b>Empresa 17</b>	0,99
<b>Empresa 18</b>	0,82
<b>Empresa 19</b>	0,41
<b>Empresa 20</b>	0,38
<b>Empresa 21</b>	0,34
<b>Empresa 22</b>	0,3
<b>Empresa 23</b>	0,3
<b>OUTROS</b>	2,59

Fonte: Área de Pesquisa Concorrencial das Lojas Colombo (jan/2013).<sup>5</sup>

(1997) e doutorado em Economia - University of Sussex (2001). Atualmente é professor titular da Universidade do Vale do Rio dos Sinos e consultor econômico da Federação das Associações Comerciais do Rio Grande do Sul (FEDERASUL). Tem experiência na área de Economia, com ênfase em Relações do Comércio; Política Comercial; Integração Econômica, atuando principalmente nos seguintes temas: Mercosul, integração regional, comércio internacional, modelo gravitacional e modelo de equilíbrio geral.

<sup>5</sup> Para manter o compromisso de confidencialidade em relação as empresas entrevistadas e os dados colhidos, utilizou-se genericamente a identificação das empresas pesquisadas como “Empresa” e dos entrevistados como “Entrevistado”. Foram excluídos do quadro os dados de faturamento e demais dados que de alguma forma poderiam identificar as empresas.

Estabeleceu-se inicialmente que seriam analisadas no mínimo 4 (quatro) e no máximo 10 (dez) redes varejistas de eletrodomésticos referenciadas no quadro supra-citado e que atinjam, em conjunto, no mínimo 25% (vinte cinco por cento) de participação no mercado gaúcho.

O perfil dos entrevistados ficou restrito aos funcionários que exerciam cargos de gestão, preferencialmente dentro dos departamentos jurídicos das empresas pesquisadas e que possuíssem no mínimo 2 anos de atuação na companhia, isto para que o levantamento das informações fosse mais completo e preciso possível.

Quadro 4 – Perfil dos Entrevistados

Identificação	Formação	Cargo	Instituição
<b>Entrevistado 1</b>	Ciências Contábeis	Controller	Privada
<b>Entrevistado 2</b>	Bacharel em Direito	Advogado	Privada
<b>Entrevistado 3</b>	Bacharel em Direito	Gerente Jurídico	Privada
<b>Entrevistado 4</b>	Bacharel em Direito	Analista Jurídico	Privada
<b>Entrevistado 5</b>	Bacharel em Direito	Advogado Externo	Privada
<b>Entrevistado 6</b>	Bacharel em Direito	Gerente Jurídico	Privada
<b>Entrevistado 7</b>	Bacharel em Direito	Advogado	Privada
<b>Entrevistado 8</b>	Bacharel em Direito	Gerente Jurídico	Privada
<b>Entrevistado 9</b>	Ciências Contábeis	Assessor jurídico	Privada

Fonte: Elaborado pelo autor.

Todas as entrevistas foram gravadas em mídia digital com a autorização dos entrevistados, transcritas e analisadas. Os entrevistados foram questionados diretamente e responderam as perguntas de forma aberta, ou seja, o entrevistado respondeu livremente o que pensa sobre o assunto e externou o conhecimento que possui sobre os fatos, o que permitiu a obtenção dos dados desejados.

As empresas pesquisadas superaram a proposição inicial do trabalho, atingindo em conjunto mais de 70% (setenta por cento) de participação no mercado varejista gaúcho de eletrodomésticos, conforme tabela apresentada abaixo:

Quadro 5 – Empresas Pesquisadas

Identificação	Estados De Atuação	Part. Mercado Estado RS
<b>Empresa 1</b>	RS-SC-PR	17,56%
<b>Empresa 2</b>	Nacional	13,46%
<b>Empresa 3</b>	RS-SC-PR	8,13%
<b>Empresa 4</b>	RS-SC-PR	7,94%
<b>Empresa 5</b>	RS-SC-PR	7,06%
<b>Empresa 6</b>	RS-SC	7,05%
<b>Empresa 10</b>	RS-SC	5,01%
<b>Empresa 11</b>	RS	2,45%
<b>Empresa 12</b>	RS	2,02%
	<b>Total:</b>	<b>70,68%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor.

Nas entrevistas, almejou-se alcançar os objetivos inicialmente propostos, tudo através do seguinte roteiro de entrevista elaborado, dividido em 3 (três) grupos de questões:

- Grupo I: questões sobre o entrevistado;
- Grupo II: questões sobre a empresa;
- Grupo III: questões sobre os impactos econômicos do CDC;

Quadro 6 – Questões de Identificação

<b>Grupo I - Questões de Identificação do Entrevistado</b>				
	Pergunta	Fonte	Estudo	Referência
<b>1</b>	Qual o seu nome completo?	Bibliografia	Pesquisa Qualitativa	Godoy
<b>2</b>	Qual a empresa em que você trabalha?	Bibliografia	Pesquisa Qualitativa	Godoy
<b>3</b>	Qual o cargo que ocupa na empresa atualmente?	Bibliografia	Pesquisa Qualitativa	Godoy
<b>4</b>	Quanto tempo trabalha no cargo?	Bibliografia	Pesquisa Qualitativa	Godoy

5	Quanto tempo trabalha na empresa?	Bibliografia	Pesquisa Qualitativa	Godoy
6	Qual a sua formação?	Bibliografia	Pesquisa Qualitativa	Godoy

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 7 – Questões de Abrangência

<b>Grupo II- Questões de Abrangência da Pesquisa</b>				
	Pergunta	Fonte	Estudo	Referência
1	Qual o seguimento que a sua empresa atua?	Bibliografia	Pesquisa Qualitativa	Godoy
2	Qual o número de empregados de sua empresa?	Bibliografia	Pesquisa Qualitativa	Godoy
3	Qual o faturamento anual do último exercício?	Bibliografia	Pesquisa Qualitativa	Godoy
4	Qual o número de filiais que sua empresa possui?	Bibliografia	Pesquisa Qualitativa	Godoy
5	Destas, filiais, quantas estão localizadas no estado do Rio Grande do Sul?	Bibliografia	Pesquisa Qualitativa	Godoy

Fonte: Elaborado pelo autor.

Quadro 8 – Questões e Fundamentação

<u>Grupo III – Questões em relação aos impactos econômicos das normas de defesa do consumidor:</u>				
	Pergunta	Fonte	Estudo	Referência
1	Na sua visão, existe a possibilidade de um mercado livre na relação entre sua empresa e o consumidor, ou seja, sem a existência das normas de defesa do consumidor? Por quê? ( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente;	Bibliografia	Intervenção do Estado / Liberalismo Econômico	Adam Smith / Milton Friedman
2	As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor em relação a sua empresa, aumentam a burocracia interna? Por quê? ( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente;	Bibliografia	Burocracia	Vicent de Gounay



3	No seu entendimento, quais os principais impactos econômicos <b>positivos</b> das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos?	Bibliografia	Análise Econômica do Direito	Ronald Harry Coase
4	No seu entendimento, quais os principais impactos econômicos <b>negativos</b> das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos?	Bibliografia	Análise Econômica do Direito	Ronald Harry Coase
5	As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor, na sua opinião, influenciam o equilíbrio entre grandes e pequenos varejistas de eletrodomésticos? Por quê? ( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente;	Orientador/ Especialista		André Filipe Zago de Azevedo/ Luciano Benetti Timm
6	As garantias que o CDC concede aos consumidores, na sua opinião, beneficiam as redes varejistas de eletrodomésticos formais em relação a informalidade? ( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente;	Orientador		André Filipe Zago de Azevedo
7	O atendimento das exigências trazidas pelas normas de defesa do consumidor, geram custos para sua empresa? Em caso positivo, qual o percentual do faturamento de sua empresa é destinado para o atendimento destas exigências? ( ) menos de 1%; ( ) entre 1% e 3%; ( ) entre 3% e 5%; ( ) mais de 5%.	Bibliografia	Custos de Transação	Ronald Harry Coase
8	Nos casos em que a sua empresa, por determinação judicial baseada no CDC, é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para um cliente em virtude de vício, qual o percentual aproximado deste valor é repassado ao fabricante? ( ) menos de 5%; ( ) entre 5% e 25%; ( ) entre 25% e 50%; ( ) entre 50% e 75%; mais de 75%;	Bibliografia	Regulação Econômica	Richard Posner
9	Nos casos em que a sua empresa, por determinação judicial baseada no CDC, é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para um cliente em virtude de vício, qual o percentual aproximado deste valor é repassado para o custo do produto? ( ) menos de 5%; ( ) entre 5% e 25%; ( ) entre 25% e 50%; ( ) entre 50% e 75%; mais de 75%;	Bibliografia	Regulação Econômica	Richard Posner
10	Para composição dos preços dos produtos colocados a venda, o valor despendido para atender as exigências futuras (custos <i>ex post</i> ) das normas de defesa do consumidor são considerados? ( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente;	Bibliografia	Custos de Transação	Ronald Harry Coase

<b>11</b> Sua empresa já identificou algum comportamento oportunista de clientes se utilizando das normas de defesa do consumidor para benefício próprio? Cite exemplos; ( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente;	Bibliografia	Oportunismo	Oliver E. Williamson
<b>12</b> Sua empresa já deixou de vender alguma mercadoria em razão da insegurança jurídica ou tem receio que isto aconteça? Por quê? ( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente;	Especialista	Análise Econômica do Direito	Luciano Benetti Timm
<b>13</b> Na sua opinião, existe o risco de concorrência desleal de produtos importados diretamente pelo consumidor, sem que o varejista estrangeiro fique sujeito aos mesmos riscos e controles que o varejista brasileiro? ( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente;	Especialista	Análise Econômica do Direito	Luciano Benetti Timm

Fonte: Elaborado pelo autor.

À medida que foram colhidos os depoimentos nas entrevistas, optou-se por finalizar o trabalho quando o nível de recorrência atingiu um ponto de saturação onde já era possível identificar um padrão suficiente para realizar as conclusões necessárias, fato que ocorreu quando da realização da nona entrevista.

Apesar de que a prática qualitativa nos mostra que o número recomendado de entrevistas não seja inferior a vinte, a abrangência atingida em virtude de que cada entrevistado representava no mínimo o procedimento adotado por 20 lojas, proporcionou que o material trouxesse uma análise densa e confiável dos resultados, atingindo mais de 70% do mercado varejista gaúcho de eletrodomésticos.

## 4 DEMONSTRAÇÃO DOS RESULTADOS

A disposição da análise dos dados seguiu o método proposto por Bardin (1977) de fazer a pré-análise, seguida da exploração do material e finalizando com o tratamento dos resultados e a inferência e interpretação.

A pré-análise foi feita ouvindo as gravações das entrevistas, selecionando os trechos mais relevantes de cada resposta dada pelos entrevistados e agrupando-os conforme cada questão proposta. O tratamento aos dados foi feito por meio da codificação de texto bruto, o que facilitou a inferência e interpretação dos resultados. “por recorte, agregação [...] permite atingir uma representação de conteúdo” (BARDIN, 1977, p. 103).

O resumo dos trechos relevantes das respostas das 13 perguntas foi disponibilizado através de um demonstrativo, que consta nos quadros 9 a 21 que seguem adiante. Logo após os quadros, é realizada uma análise com a síntese de cada resposta.

### 4.1 Questão 1

Na sua visão, existe a possibilidade de um mercado livre na relação entre sua empresa e o consumidor, ou seja, sem a existência das normas de defesa do consumidor? Por quê?

( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente;

Quadro 9 – Trechos Relevantes Questão 1

Identificação	Resposta Questão 1	Resumo Trechos Relevantes
<b>Entrevistado 1</b>	Discorda	O código surgiu muito mais para proteger o consumidor das empresas que não trabalham em função dele. Ele precisa existir.
<b>Entrevistado 2</b>	Discorda	Acredito que o cidadão brasileiro não está em condições plenas de trabalhar sozinho neste mercado, ele precisa de

		assistência para conseguir ter condições melhores.
<b>Entrevistado 3</b>	Concorda Plenamente	Hoje a visão que temos do consumidor está um pouco distorcida, só seguindo o próprio código civil teria como resolver muitos problemas, independente da existência da lei. Alguns consumidores distorcem essa visão e alguns colegas advogados também acabam distorcendo. Teria como termos um bom acordo sem a necessidade das normas.
<b>Entrevistado 4</b>	Discorda Plenamente	Com a existência das normas de defesa do consumidor nós já enfrentamos demandas judiciais e sem elas o consumidor iria utilizar mais o poder judiciário para dirimir os conflitos decorrentes das relações de consumo.
<b>Entrevistado 5</b>	Concorda	Entendo que sim.
<b>Entrevistado 6</b>	Discorda Plenamente	A relação hoje é diferente, pois o consumidor está muito exigente e às vezes até é interessante que tenha um órgão de regulamentação.
<b>Entrevistado 7</b>	Discorda	Atualmente, as normas de defesa do consumidor são apropriadas e necessárias tanto para os consumidores como para as empresas, visto que asseguram direitos e deveres para ambas as partes envolvidas na relação consumerista.
<b>Entrevistado 8</b>	Discorda Plenamente	A proteção do Direito do Consumidor é uma maneira de estimular a empresa, de colocar ela em atenção para que desenvolva melhor as práticas e os seus

		clientes fiquem mais satisfeitos do que os clientes dos concorrentes.
<b>Entrevistado 9</b>	Discorda Plenamente	Acredito que hoje não existe mais esta possibilidade. O que devemos fazer é aperfeiçoá-lo, porque ele possui algumas falhas.

Fonte: Elaborado pelo autor.

A maioria das empresas pesquisadas (77,78%) entendem que não é possível um mercado livre e que apesar de alguns problemas, as normas de defesa do consumidor foram um avanço.

Nos relatos das duas empresas pesquisadas que manifestaram que seria possível atualmente um mercado livre na relação entre as empresas e o consumidor, a primeira limitou-se apenas a responder a pergunta, sem qualquer fundamentação “Eu entendo que sim” (Entrevistado 5). Já a segunda empresa, apesar de entender ser possível um mercado livre, justificou sua resposta afirmando que o Código Civil seria suficiente para regulamentar esta relação, o que permite interpretar que o entendimento do entrevistado foi de que seria possível um mercado livre do CDC, mas não um mercado livre sem regulamentação, de acordo com suas próprias palavras.

A interpretação na pesquisa qualitativa é traduzir aquilo que os entrevistados dizem, ver as coisas pela perspectiva deles, o que por natureza são análises interpretativas (GIBBS, 2009). Com base neste fundamento, o resultado do entendimento de que não seria possível termos um mercado livre deve ser elevado para 88,89% das empresas de eletrodomésticos gaúchas, pois conforme explanado anteriormente, ficou bem claro que o entrevistado 3 na sua entrevista, mesmo respondendo que é possível um mercado livre, o seu entendimento é o oposto.

## 4.2 Questão 2

As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor em relação a sua empresa, aumentam a burocracia interna? Por quê?

( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente;

Quadro 10 – Trechos Relevantes Questão 2

Identificação	Resposta Questão 2	Resumo Trechos Relevantes
<b>Entrevistado 1</b>	Concorda Plenamente	A empresa teve que se estruturar, criar departamentos, tudo para atender as normas e o código de defesa do consumidor.
<b>Entrevistado 2</b>	Concorda Plenamente	Acredito que com as normas de defesa do consumidor há necessidade de constantes adequações a situações impostas. A empresa tem que se adequar para continuar no mercado.
<b>Entrevistado 3</b>	Concorda Plenamente	Existem casos em que o consumidor não busca o gerente da loja para resolver um problema, ele vai direto ao PROCON ou direto ao juizado especial.
<b>Entrevistado 4</b>	Concorda	A empresa esta cada dia mais voltada para a prevenção de litígios, como também para o atendimento de problemas pós-vendas. Isto ocorre em razão da falta de uma melhor estrutura das assistências técnicas para atendimento aos consumidores, o que culmina em burocracia interna.
<b>Entrevistado 5</b>	Concorda Plenamente	Em razão do advento do CDC, aumentou a demanda e aumentou o quadro de funcionários em razão disto.
<b>Entrevistado 6</b>	Concorda Plenamente	Com certeza, há necessidade de um SAC e há necessidade até mesmo de um jurídico interno.
<b>Entrevistado 7</b>	Concorda	Aumenta a burocracia devido a necessidade de mecanismos específicos para a devida satisfação dos

		consumidores.
<b>Entrevistado 8</b>	Discorda Plenamente	Não de burocracia, mas de adaptação em projetos.
<b>Entrevistado 9</b>	Concorda	Com toda certeza aumenta. Dentro da empresa há um setor especializado que só trata desse tipo de relação.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Houve praticamente um consenso entre as empresas pesquisadas de que as exigências das normas de defesa do consumidor geraram uma necessidade de adaptação, com a criação de departamentos e estruturas internas, conforme relatado pelo entrevistado 1 que afirma que “a empresa teve que se estruturar, criar departamentos” e pelo entrevistado 6 citando “A necessidade de um SAC e a necessidade até mesmo de um jurídico interno.”

O aumento de burocracia, evidenciado por 88,89% das empresas pesquisadas surge da necessidade das empresas em criarem procedimentos e departamentos para o atendimento das novas exigências. Conforme informações obtidas nos endereços eletrônicos das empresas pesquisadas, todas possuem um serviço de atendimento ao cliente (SAC) em conformidade com a legislação, ou seja, com serviço de gravação de ligações, número de protocolo e registro de atendimento, procedimento este que não existia antes das normas de defesa do consumidor.

Além do SAC, 7 (sete) das 9 (nove) empresas pesquisadas criaram um departamento jurídico interno após a entrada em vigor do CDC, sendo que as 2 (duas) empresas que não possuem departamento jurídico interno, optaram em terceirizar este serviço, fatos estes que justificam o entendimento das redes de eletrodomésticos gaúchas que após o advento das normas de defesa do consumidor, houve um aumento de burocracia interna em suas empresas.

### 4.3 Questão 3

No seu entendimento, quais os principais impactos econômicos **positivos** das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos?

Quadro 11 – Trechos Relevantes Questão 3

Identificação	Resumo Trechos Relevantes
<b>Entrevistado 1</b>	Regulamenta as ações de todos os consumidores e deixa mais clara a relação com a empresa.
<b>Entrevistado 2</b>	Gera maior segurança e com isso o consumidor consome até mais.
<b>Entrevistado 3</b>	O fato de normatizar a questão do prazo de assistência técnica de trinta dias e a possibilidade também do consumidor escolher o que ele quer.
<b>Entrevistado 4</b>	O consumidor se sente amparado pelas normas de defesa do consumidor e diante disto se sente seguro para adquirir os produtos comercializados pela empresa. Com a existência de normas e regulamentando as relações de consumo, a empresa se sente mais segura para comercializar os seus produtos.
<b>Entrevistado 5</b>	O impacto positivo é a organização. Economicamente falando, não tem impacto.
<b>Entrevistado 6</b>	Um impacto positivo eu não consigo visualizar.
<b>Entrevistado 7</b>	A concorrência leal entre empresas é o principal impacto econômico positivo, haja vista que impõe uma série de direitos e deveres a todo o setor varejista.
<b>Entrevistado 8</b>	A maioria da legislação inclusa no CDC visa proteger o consumidor. A empresa atendendo as normas de defesa do consumidor, faz com que o consumidor fique mais satisfeito comprando. O impacto positivo foi o aumento das vendas.
<b>Entrevistado 9</b>	Positivo é a qualidade dos produtos que estão realmente superiores, mais duradouros e tem mais simplicidade na operação.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Algumas empresas entrevistadas tiveram dificuldades em apontar impactos econômicos positivos (22,22%), como é o caso das empresas 12 e 10, que não



vislumbram tal impacto; “Olha, eu não vejo um impacto muito positivo (Entrevistado 5)”; “Um impacto positivo eu não consigo visualizar” (Entrevistado 6).

A maioria dos relatos (77,78%), apontam para o aumento da regulamentação e da segurança (jurídica) como benefícios econômicos positivos das normas de defesa do consumidor, o que na visão dos entrevistados acarretaria possivelmente em aumento do consumo, como citou a empresa 6 em sua entrevista; “isso gera maior segurança e com isso o consumidor consome mais até” (Empresa 6).

Além dos impactos econômicos trazidos pela segurança jurídica citado pelos entrevistados, estudiosos também associam a segurança jurídica ao aumento dos investimentos, pois permitem as empresas efetuarem programações com um prazo maior e com grau de previsibilidade razoável, reduzindo seus riscos (COELHO, 2012).

Conclui-se que na visão das redes de eletrodomésticos gaúchas, a regulamentação da relação de consumo que conseqüentemente trouxe maior segurança jurídica, constitui o principal impacto econômico positivo trazido pelas normas de defesa do consumidor.

#### 4.4 Questão 4

No seu entendimento, quais os principais impactos econômicos **negativos** das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos?

Quadro 12 – Trechos Relevantes Questão 4

Identificação	Resposta Questão 4	Resumo Trechos Relevantes
<b>Entrevistado 1</b>	O Impacto econômico negativo é o aumento de custos em função da burocracia que acaba gerando dentro das empresas para seguir o código de defesa do consumidor.	
<b>Entrevistado 2</b>	O consumidor acaba pagando mais pra manutenção de um sistema.	
<b>Entrevistado 3</b>	O Consumidor tem a possibilidade de buscar o PROCON e de exercer o seu direito de forma independente, mas eles têm buscado constantemente o judiciário e isso acaba afetando	

	financeiramente as empresas. Em virtude deste fato, existe a necessidade de contratar um advogado, disponibilizar um gerente de loja para participar de uma audiência e isto é um ponto negativo.
<b>Entrevistado 4</b>	Quando o consumidor acha que tem o direito de exigir algo e não tem o direito reconhecido pelo judiciário ou pelo PROCON ele acaba se afastando da empresa.
<b>Entrevistado 5</b>	Aumentou o número de processos e com isto aumenta a necessidade de contratação funcionários. Existe a necessidade também de funcionários diretamente ligados com o pessoal da assistência técnica e de manter uma equipe mais preparada.
<b>Entrevistado 6</b>	Impactos negativos é exatamente a necessidade de uma estrutura de maior controle em virtude de uma burocratização maior.
<b>Entrevistado 7</b>	A responsabilização de forma solidária entre fabricantes e comerciantes gera consideráveis impactos financeiros às empresas.
<b>Entrevistado 8</b>	O impacto negativo é que algumas medidas protecionistas ao consumidor que estão no CDC, tem o custo delas superior ao benefício. É o caso é a entrega agendada, por exemplo.
<b>Entrevistado 9</b>	Com certeza ele gera um custo, mas o impacto não é grande, que diluído no todo ele significa uma parcela muito pequena.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Na questão número 4, houve uma unanimidade quanto ao principal impacto econômico negativo das normas de defesa do consumidor, que de acordo com os entrevistados trata-se do aumento de custos.

A única divergência foi quanto a intensidade do aumento do custo, pois algumas empresas entendem que o aumento não foi considerável, como é o caso da empresa 11; “Com certeza ele gera um custo, mas o impacto não é grande”. Outras entendem que o aumento de custo não é tão pequeno assim e chega a atingir o próprio consumidor; “O consumidor acaba pagando mais pra manutenção de um sistema” (Empresa 6).

O principal motivo para o aumento dos custos conforme os entrevistados foi a necessidade de um incremento de estrutura e controle, gerando a necessidade da contratação de mais funcionários, tais como advogados, técnicos e prepostos para audiências; “aumentou o número de processos, com isso aumenta a necessidade de contratação de mais funcionários” (Empresa 12); “a gente tem necessidade de contratar um advogado, tem que tirar um gerente de loja para participar de uma audiência” (Empresa 4).

#### 4.5 Questão 5

As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor, na sua opinião, influenciam o equilíbrio entre grandes e pequenos varejistas de eletrodomésticos? Por quê?

( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente;

Quadro 13 – Trechos Relevantes Questão 5

Identificação	Resposta Questão 5	Resumo Trechos Relevantes
<b>Entrevistado 1</b>	Discorda Plenamente	O pequeno varejista quando vai começar suas atividades não vai conseguir atender todas as exigências do código de defesa do consumidor. As normas de defesa do consumidor não impactam na relação entre os grandes e os pequenos varejistas.
<b>Entrevistado 2</b>	Discorda Plenamente	Não vai ser o código de defesa do consumidor que vai regular o mercado entre pequenos e grandes varejistas.
<b>Entrevistado 3</b>	Discorda Plenamente	O equilíbrio pode até ter sido um dos objetivos, mas ele não foi alcançado.
<b>Entrevistado 4</b>	Concorda	Os pequenos varejistas geralmente não possuem uma estrutura de defesa frente às demandas judiciais e acabam

		prejudicados em relação aos grandes varejistas.
<b>Entrevistado 5</b>	Concorda	Eu acredito que tenha sido afetado.
<b>Entrevistado 6</b>	Discorda	Influencia porque o fabricante, principalmente de eletrônicos e de eletrodomésticos, continua tratando o pequeno varejista de forma diferenciada pelo volume menor de compras.
<b>Entrevistado 7</b>	Discorda	A solução das questões relacionadas ao consumidor se dá de forma eqüitativa para os grandes e pequenos comerciantes.
<b>Entrevistado 8</b>	Discordo	O que ocorre muito é que os grandes varejistas são obrigados a cumprir as normas de defesa do consumidor pela fiscalização do Estado e os pequenos varejistas acabam não cumprindo.
<b>Entrevistado 9</b>	Concorda	A grande empresa varejista tem uma estrutura montada bem maior em relação às pequenas empresas. As pequenas têm às vezes dificuldades de resolver certas questões envolvendo as normas de defesa do consumidor.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Das empresas pesquisadas, 66,67% entendem que as normas de defesa do consumidor não influenciaram o equilíbrio entre grandes e pequenos varejistas de eletrodomésticos. O principal argumento é de que as pequenas redes não atendem a plenitude da legislação e por este motivo, não estariam sofrendo tal influência; “O que eu acredito que ocorre muito é que os grandes varejistas são obrigados a cumprir pela fiscalização e os pequenos varejistas acabam não cumprindo.” (Empresa 2); “O pequeno quando vai começar ele, ele não vai olhar se vai conseguir atender todas as exigências do código de defesa do consumidor” (Empresa 1).

Já 33,33% das redes discordam deste entendimento e acreditam que as normas de defesa do consumidor influenciam favoravelmente ao grande varejista, principalmente em virtude de que o pequeno varejista não possui estrutura para atender a legislação como um todo. “As pequenas têm às vezes dificuldades de como resolver certas questões” (Empresa 11); “os pequenos varejistas geralmente não possuem uma estrutura de defesa frente às demandas judiciais e acabam prejudicados” (Empresa 5).

#### 4.6 Questão 6

As garantias que o CDC concede aos consumidores, na sua opinião, beneficiam as redes varejistas de eletrodomésticos formais em relação a informalidade?

( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente;

Quadro 14 – Trechos Relevantes Questão 6

Identificação	Resposta Questão 6	Resumo Trechos Relevantes
<b>Entrevistado 1</b>	Discorda Plenamente	A informalidade do setor varejista é muito mais na questão trabalhista e na questão tributária.
<b>Entrevistado 2</b>	Discorda	O consumidor vai procurar as empresas que lhe dão segurança ou que ele possa exercer o direito que o código de defesa do consumidor lhe concede, só que antes disto, ele vai pensar no bolso dele.
<b>Entrevistado 3</b>	Discorda	Eu entendo que é indiferente porque o grande varejista já segue determinadas normas e regras. Se o consumidor buscasse diretamente o grande varejista, já teria alguns parâmetros internos independente da legislação. Acredito que não teve benefício.

<b>Entrevistado 4</b>	Discorda	Discordo.
<b>Entrevistado 5</b>	Discorda	Acredito que não.
<b>Entrevistado 6</b>	Discorda	Não acredito que o consumidor nos procure por causa das garantias que o CDC concede.
<b>Entrevistado 7</b>	Discorda Plenamente	-
<b>Entrevistado 8</b>	*Concorda Parcialmente	Eu acredito que dificilmente o consumidor vai comprar uma TV de LCD ou de LED no mercado informal, baseado na garantia/segurança que o grande varejista concede. Eu duvido também que ele vá comprar um cabo de carregador na minha loja.
<b>Entrevistado 9</b>	Concorda	As empresas informais não tem documentação hábil para ter uma reclamação. Influencia sim.

Fonte: Elaborado pelo autor.

A maioria das empresas entrevistadas não vislumbram benefícios em relação a informalidade em face da existência das normas de defesa do consumidor (77,78%). A empresa 6, juntamente com a empresa entrevistada 1, citam o fato de que o consumidor leva com fator principal o preço; “só que antes disso ele vai pensar no bolso dele” (Empresa 6). Também como fato relevante, é citado que as empresas informais estão sujeitas a uma carga tributária menor em virtude da sonegação, que poderia influenciar a favor delas; “a informalidade do setor ela é muito mais na questão trabalhista das pessoas e da questão tributária da não emissão da nota” (Empresa 1).

As empresas 2 e 11, de forma distinta das demais, entendem que o consumidor quando está comprando um produto com mais valor agregado, procura as redes formais de eletrodomésticos em virtude da garantia fornecida por estas empresas; “Eu acredito que dificilmente ele (consumidor) vai comprar uma TV de LCD ou de LED no mercado informal, baseado na garantia, mas eu duvido que ele vá comprar um cabo de carregador na minha loja” (Empresa 2). Para elas, o fato do

consumidor se sentir desamparado pelo CDC perante as empresas informais, mesmo que juridicamente o CDC se aplique tanto para empresas formais quanto para empresa informais, poderia estar beneficiando as empresas formais; “Porque as informais (empresas) para começar não tem nem documentação hábil para ter uma reclamação, então influencia sim” (Empresa 11).

#### 4.7 Questão 7

O atendimento das exigências trazidas pelas normas de defesa do consumidor, geram custos para sua empresa? Em caso positivo, qual o percentual do faturamento de sua empresa é destinado para o atendimento destas exigências? ( ) menos de 1%; ( ) entre 1% e 3%; ( ) entre 3% e 5%; ( ) mais de 5%.

Quadro 15 – Trechos Relevantes Questão 7

Identificação	Resposta Questão 7	Resumo Trechos Relevantes
<b>Entrevistado 1</b>	Geram Custos	Entre 3% e 5%.
<b>Entrevistado 2</b>	Geram Custos	Tenho certeza que há um custo da empresa em razão das exigências trazidas para adequação, mas não saberia estimar.
<b>Entrevistado 3</b>	Geram Custos	Mais de 5%.
<b>Entrevistado 4</b>	Geram Custos	Entre 3% e 5%.
<b>Entrevistado 5</b>	Geram Custos	Entre 1% e 3%.
<b>Entrevistado 6</b>	Geram Custos	Entre 1% e 3%.
<b>Entrevistado 7</b>	Geram Custos	Geram custos, mas não temos como precisar o percentual do faturamento.
<b>Entrevistado 8</b>	Geram Custos	Não tenho esta informação.
<b>Entrevistado 9</b>	Geram Custos	Menos de 1%.

Fonte: Elaborado pelo autor.

As respostas fornecidas pelas empresas entrevistadas na questão número 7 deixam bem claro que o atendimento das normas de defesa do consumidor geram

custos para todas as empresas varejistas de eletrodomésticos gaúchas, afirmativa corroborada por 100% dos entrevistados.

Já a mensuração dos custos, considerando que nem todos os entrevistados tinham acesso a esta informação e também considerando que alguns deles não se sentiram seguros em responder, como podemos citar os casos das empresas 2, 3 e 6, o pesquisador entendeu por desconsiderar estas respostas, ficando a pesquisa neste quesito restrita a apenas 6 empresas.

Com base nos percentuais fornecidos pelos entrevistados, identificamos que as empresas destinam em média um percentual entre 1% e 5% do seu faturamento para o atendimento das normas de defesa do consumidor. Outro aspecto que chama a atenção, trata-se do fato das empresas que tem sua atuação principal em cidades de menor porte (interior), mencionarem um percentual menor do faturamento para o atendimento das exigências em comparação com as empresas com atendimento focado em grande centros urbanos, mesmo que o faturamento destas empresas em números totais sejam semelhantes.

#### 4.8 Questão 8

Nos casos em que a sua empresa, por determinação judicial baseada no CDC, é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para um cliente em virtude de vício, qual o percentual aproximado deste valor é repassado ao fabricante?

( ) menos de 5%; ( ) entre 5% e 25%; ( ) entre 25% e 50%; ( ) entre 50% e 75%; mais de 75%;

Quadro 16 – Trechos Relevantes Questão 8

Identificação	Resumo
Trechos Relevantes Questão 8	
<b>Entrevistado 1</b>	Entre 25 e 50%.
<b>Entrevistado 2</b>	Entre 50% e 75%.
<b>Entrevistado 3</b>	Entre 5% e 10%.
<b>Entrevistado 4</b>	Entre 50% e 75%.
<b>Entrevistado 5</b>	Menos de 5%.



<b>Entrevistado 6</b>	Menos de 5%.
<b>Entrevistado 7</b>	Mais de 75%.
<b>Entrevistado 8</b>	Quanto ao produto em si, ele é reintegrado ao serviço 100%.
<b>Entrevistado 9</b>	O repasse é de 100%.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Nesta questão, fica evidenciado o tratamento diferenciado que é dado pelos fabricantes as redes varejistas, visto que algumas empresas entrevistadas mencionam que o custo por vício de produtos é absorvido em 100% pelo fabricante. Já outras empresas mencionam que o repasse ao fabricante fica em índices inferiores a 5% das condenações.

Fica como recomendação para um estudo futuro, o fato de que as duas empresas entrevistadas que afirmam repassar menos de 5% dos custos aos fabricantes, figuram entre as empresas que possuem menor faturamento e participação de mercado da pesquisa.

A pesquisa apenas nos permite concluir que parte dos valores despendidos na troca de produtos em virtude de vício são repassados aos fabricantes, sendo que o percentual do repasse, aparentemente, tende a ser maior para as grandes empresas varejistas de eletrodomésticos e menor para as pequenas redes.

#### 4.9 Questão 9

Nos casos em que a sua empresa, por determinação judicial baseada no CDC, é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para um cliente em virtude de vício, qual o percentual aproximado deste valor é repassado para o custo do produto?

( ) menos de 5%; ( ) entre 5% e 25%; ( ) entre 25% e 50%; ( ) entre 50% e 75%; mais de 75%;

Quadro 17 – Trechos Relevantes Questão 9

Identificação	Resumo
Trechos Relevantes Questão 9	
<b>Entrevistado 1</b>	Entre 25% e 50%.
<b>Entrevistado 2</b>	Menos de 5%.
<b>Entrevistado 3</b>	Menos de 5%.
<b>Entrevistado 4</b>	Menos de 5%.
<b>Entrevistado 5</b>	Menos de 5%.
<b>Entrevistado 6</b>	Eu não participo da elaboração dos custos.
<b>Entrevistado 7</b>	Não possuo tal informação.
<b>Entrevistado 8</b>	Ao custo não.
<b>Entrevistado 9</b>	Ele não entra no custo de venda para o consumidor.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Apesar dos entrevistados serem membros do alto escalão de executivos de suas empresas, praticamente todos demonstraram insegurança em suas respostas, sendo que dois dos entrevistados afirmaram não possuir a informação de qual percentual das condenações judiciais envolvendo as normas de defesa do consumidor é repassado ao custo do produto, motivo pelo qual suas respostas foram desconsideradas.

Três empresas entrevistadas afirmam que este custo não é repassado ao produto, como é o caso das empresas 2, 5 e 11; “Ele não entra no custo de venda para o consumidor” (Empresa 11); “Não é repassado” (Empresa 5).

Das empresas que afirmam repassar estes custos aos produtos, três informam que o valor repassado não chega a 5% das condenações judiciais e apenas uma empresa afirma que repassa mais de 25% das despesas judiciais aos custos dos produtos.

Quando as respostas das questões 8 e 9 são analisadas em conjunto, é possível concluir que as empresas varejistas gaúchas em parte estão absorvendo estes custos de condenações judiciais e em parte estão repassando aos fabricantes. Já o percentual de repasse e absorção destes custos varia de empresa para empresa, mas está clara uma tendência de que as menores redes estão absorvendo mais estes custos e as grandes redes estão repassando mais, seja para fabricantes, seja para o custo do produto.

#### 4.10 Questão 10

Para composição dos preços dos produtos colocados a venda, o valor despendido para atender as exigências futuras (custos *ex post*) das normas de defesa do consumidor são considerados?

( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente;

Quadro 18 – Trechos Relevantes Questão 10

Identificação	Resposta Questão 10	Resumo Trechos Relevantes
<b>Entrevistado 1</b>	Discorda	Não fazemos provisão de segurança jurídica, visto que a empresa não trabalha para ir contra as normas.
<b>Entrevistado 2</b>	-	Não possuo a informação.
<b>Entrevistado 3</b>	Discorda	Não são considerados.
<b>Entrevistado 4</b>	Discorda Plenamente	Não é colocado na composição dos preços.
<b>Entrevistado 5</b>	Discorda	Eu acredito que não.
<b>Entrevistado 6</b>	-	Não possuo a informação.
<b>Entrevistado 7</b>	-	Não possuo a informação.
<b>Entrevistado 8</b>	Discorda Plenamente	Não.
<b>Entrevistado 9</b>	Discorda	Não.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Na questão número 10, houve por parte dos entrevistados dificuldade em compreender o que estava sendo questionado, sendo necessário que o pesquisador após o término da pergunta, tivesse que explicar os conceitos de custos *ex-post*.

Pelas respostas apresentadas, conclui-se com segurança que nenhuma das empresas entrevistadas leva em consideração para composição dos preços os custos *ex-post* das normas de defesa do consumidor, o que poderia ser justificado pelo fato de que a legislação consumerista atingiu um nível de maturidade elevado, transmitindo grande segurança jurídica as empresas, que estas não vislumbram a

necessidade de incluir possíveis riscos de alterações nas normas nos custos dos produtos atualmente comercializados.

#### 4.11 Questão 11

Sua empresa já identificou algum comportamento oportunista de clientes se utilizando das normas de defesa do consumidor para benefício próprio? Cite exemplos:

( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente;

Quadro 19 – Trechos Relevantes Questão 11

Identificação	Resposta Questão 11	Resumo Trechos Relevantes
<b>Entrevistado 1</b>	Concordo	Existem casos em que o cliente vai ao PROCON alegar algum defeito no produto só pra conseguir uma indenização. O consumidor usa isto como um artifício para conseguir um dinheiro extra.
<b>Entrevistado 2</b>	Concordo Plenamente	Esta é a maior causa do aumento de produto, o oportunismo do cliente.
<b>Entrevistado 3</b>	Concordo Plenamente	Possuímos um número considerável de casos em que os clientes distorcem algumas regras, principalmente a questão do direito de arrependimento de sete dias previsto no CDC para compras pela internet.
<b>Entrevistado 4</b>	Concordo Plenamente	O consumidor encaminha um produto para a assistência técnica, este é consertado dentro do prazo legal de trinta dias, mas o consumidor se nega a retirá-lo na tentativa de obter um produto novo.

<b>Entrevistado 5</b>	Concordo Plenamente	A grande maioria.
<b>Entrevistado 6</b>	Concordo Plenamente	O produto sai da loja funcionando e em alguns dias o cliente volta com o celular oxidado ou quebrado e o consumidor quer trocar.
<b>Entrevistado 7</b>	Concordo Plenamente	Há casos de implantação de etiquetas de preços em produtos, de forma a obrigar as lojas a comercializar o produto por preços mais baixos.
<b>Entrevistado 8</b>	Concordo Plenamente	Existem grupos de clientes, que na verdade eu considero que não são clientes, são oportunistas. Estes clientes identificam uma falha em qualquer rede varejista, divulgam a informação na internet e já efetuam a compra de dois, três, até quatro aparelhos e estimulam que os outros participantes dessa rede comprem também os mesmos aparelhos. Depois, utilizam o CDC dizendo que: “Olha, o anúncio foi legítimo, o preço estava lá e eu efetuei três compras e sou detentor do direito de ter esses três aparelhos”.
<b>Entrevistado 9</b>	Concordo Plenamente	Tivemos casos em que clientes quiseram se aproveitar, mas não obtiveram êxito.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Todas as empresas pesquisadas relatam que estão sendo vítimas de comportamentos oportunistas de clientes que se utilizam das normas de defesa do consumidor para benefício próprio.

Os casos relatados vão desde a distorção dos artigos do CDC, simulação, fraude e oportunismo em virtude do aproveitamento de erros das próprias redes varejistas, como é o caso citado pela empresa 11:

“[...] existem grupos de clientes, que na verdade eu considero que não são clientes, são oportunistas, que a hora que identificam uma falha dessas em qualquer varejista, ele já joga para a rede inteira e já efetua a compra de dois, três, quatro aparelhos e estimulam que os outros participantes dessa rede comprem também os mesmos aparelhos e utilizam depois o CDC dizendo que: “Olha, o anúncio foi legítimo, o preço tava lá e eu efetuei três compras e sou detentor do direito de ter esses três aparelhos. Isso a gente identifica em grande monta” (Empresa 11).

O comportamento oportunista dos clientes supra relatados, tem como consequência um custo para empresa, seja ele para efetuar a sua defesa no PROCON, mesmo que ao final seja declarado o ganho de causa favoravelmente a empresa, como descrito pelo entrevistado 1, ou por ter que arcar com um erro, que mesmo o cliente sabendo tratar-se de um, a empresa é obrigada a cumprir, conforme já mencionado caso da empresa 11.

#### 4.12 Questão 12

Sua empresa já deixou de vender alguma mercadoria em razão da insegurança jurídica ou tem receio que isto aconteça? Por quê?

( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente;

Quadro 20 – Trechos Relevantes Questão 12

Identificação	Resposta Questão 12	Resumo Trechos Relevantes
<b>Entrevistado 1</b>	Discordo Plenamente	Não aconteceu porque a empresa compra de fornecedores capacitados.
<b>Entrevistado 2</b>	Discordo	É muito difícil de acontecer.
<b>Entrevistado 3</b>	Concordo Plenamente	Principalmente alguns produtos em que a fiscalização do INMETRO autuou. Já tivemos um caso de produto exposto com preço errado e que a loja acabou

		fazendo para o cliente com receio de que pudesse entrar com um processo.
<b>Entrevistado 4</b>	Discordo	A rede não deixou de vender, mas tem receio. Existem consumidores que parecem que compram a mercadoria já pensando em ingressar com uma ação na justiça.
<b>Entrevistado 5</b>	Concordo	Sim, já deixou.
<b>Entrevistado 6</b>	Concordo Plenamente	Sim, já deixou.
<b>Entrevistado 7</b>	-	Não possuo a informação.
<b>Entrevistado 8</b>	-	-
<b>Entrevistado 9</b>	Discordo Plenamente	Não.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Apenas 33,33% das empresas afirmam já terem deixado de comercializar produtos em virtude da insegurança jurídica, sendo que os casos relatados que justificariam este receio de comercialização estão vinculados a questões técnicas estabelecidas pelo INMETRO, não propriamente envolvendo uma real insegurança jurídica.

Analisando as respostas das questões 10 e 12 em conjunto, fica mais evidente que as redes varejistas sentem-se seguras perante as normas de defesa do consumidor, visto que praticamente não apresentam receio em comercializar seus produtos e não incluem em seus custos provisões em virtude da legislação consumerista.

#### 4.13 Questão 13

Na sua opinião, existe o risco de concorrência desleal de produtos importados diretamente pelo consumidor, sem que o varejista estrangeiro fique sujeito aos mesmos riscos e controles que o varejista brasileiro?

( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente;

Quadro 21 – Trechos Relevantes Questão 13

Identificação	Resposta Questão 13	Resumo Trechos Relevantes
<b>Entrevistado 1</b>	Concorda Plenamente	Existem uma série de despesas e de obrigações impostas ao varejista nacional, que o consumidor que compra direto pela internet ou importa direto não vai ter com o fornecedor dele. Nestes casos, o consumidor paga sozinho o custo com estas despesas, ao passo que o varejista nacional tem que honrar com as despesas e com os custos que o consumidor teria.
<b>Entrevistado 2</b>	Concorda Plenamente	Todo o custo que o varejista brasileiro tem é grande e este custo o varejista estrangeiro não vai ter.
<b>Entrevistado 3</b>	Concorda Plenamente	O site de vendas AliExpress é a prova disto.
<b>Entrevistado 4</b>	Concorda	-
<b>Entrevistado 5</b>	Concorda Plenamente	-
<b>Entrevistado 6</b>	Concorda Plenamente	O mercado informal já nos mostra isto.
<b>Entrevistado 7</b>	Concorda Plenamente	-
<b>Entrevistado 8</b>	Concorda Plenamente	O varejista estrangeiro não está sujeito as mesmas regras, não cumpre os mesmos prazos de entrega. Com tudo isto, o custo dele é diferente.
<b>Entrevistado 9</b>	Concorda Plenamente	A concorrência com o comércio desleal está cada dia mais forte, pois eles não cumprem as normas. Se você for procurar seus direitos, normalmente



você não vai encontrar ninguém que possa dar suporte no varejista estrangeiro e quem perde com isso é o cliente.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Na visão da totalidade das empresas pesquisadas, o varejo de eletrodoméstico gaúcho está sendo vítima de concorrência desleal de produtos importados diretamente pelo consumidor brasileiro.

No entendimento dos entrevistados, o custo do varejista estrangeiro é menor, pois eles não estariam sujeito a legislação consumerista brasileira, pensamento corroborado pelo entrevistado 8; “eles não estão nas mesmas regras, eles não cumprem os mesmos prazos, não cumprem prazo de entrega, enfim, tudo isso o custo dele já é diferente do meu” (Entrevistado 8).

Apesar da legislação consumerista brasileira não fazer qualquer distinção entre varejistas estrangeiros e nacionais, é evidente que o poder de fiscalização do Estado perante estas empresas não tem a mesma eficiência. O próprio consumidor ao procurar a assistência, não tem como exigir seus direitos do varejista estrangeiro da mesma forma como faz no junto aos varejistas brasileiros, gerando um desequilíbrio e uma concorrência desleal.

## 5 CONCLUSÕES

Com base na pesquisa realizada, foi possível identificar que as normas de defesa do consumidor brasileiras geraram impactos econômicos positivos, bem como impactos econômicos negativos perante as redes de eletrodomésticos gaúchas. Ressalva-se que os impactos econômicos positivos gerados, principalmente quando da entrada em vigor do CDC, foram predominantes em comparação aos impactos econômicos negativos.

Os principais impactos econômicos positivos apontados na pesquisa foram a regulamentação do mercado e o conseqüente aumento da segurança jurídica nas relações de consumo, que resultaram segundo os entrevistados em um aparente crescimento de demanda.

No que tange aos impactos econômicos negativos, as empresas não tiveram dúvida em apontar o aumento de custo como o principal fator trazido pelas normas de defesa do consumidor, sendo identificado de maneira unânime entre os entrevistados.

Ressalta-se também como impacto econômico negativo a concorrência desleal dos produtos importados diretamente pelos consumidores, visto que o varejista estrangeiro não está sujeito as mesmas regras que o varejista brasileiro. Já a concorrência interna do mercado informal ou das pequenas redes varejistas de eletrodomésticos, na visão das empresas pesquisadas, não foi influenciada em virtude da criação das normas de defesa do consumidor, lembrando sempre que esta perspectiva parte do ponto de vista das grandes empresas varejistas gaúchas.

Conforme averiguado, o repasse deste aumento de custo vindo dos impactos econômicos negativos em parte é feito aos fabricantes, sendo que o percentual varia de empresa para empresa, havendo uma tendência aparente de quanto maior a participação de mercado da empresa varejista de eletrodoméstico, maior o repasse. Diante do consumidor, o repasse de parte do custo destes impactos econômicos também está ocorrendo e, segundo a maioria das empresas entrevistadas, o percentual não ultrapassa a 5% do custo do produto.

Seguindo a linha conservadora da Análise Econômica do Direito da escola de Chicago, inicialmente a regulamentação estatal através do CDC, pelos dados apontados, pode ter elevado a eficiência econômica (COASE, 2009) através do aumento do consumo relatado pelas empresas, seguindo as premissas do Direito

Econômico Normativo de incentivar condutas economicamente eficazes (TIMM, 2008).

Em contrapartida, segundo os próprios entrevistados esta regulamentação gerou uma necessidade de adaptação, estruturação e aumento de burocracia interna em virtude das novas exigências que as normas de defesa do consumidor trouxeram. Como visto na teoria dos Custos de Transação (WILLIAMSON, 1985), os custos de montar e manter estruturas são uma das formas assumidas para proteger os agentes nas relações de trocas, cabendo ao Estado avaliar quando da elaboração das normas se os benefícios trazidos são superiores aos custos gerados.

Aliado aos custos supra citados, vem o fato de que todas as empresas pesquisadas foram vítimas de comportamentos oportunistas de clientes que se aproveitaram da proteção das normas de defesa do consumidor de maneira não ética, para usufruir benefício próprio, gerando um incremento de custos para as empresas.

O comportamento oportunista, citado por Williamson (1985) na teoria dos Custos de Transação e atualmente praticado por alguns consumidores, poderia levar a que os varejistas de eletrodomésticos gaúchos criassem garantias, como taxas ou provisões para se proteger, mas isto atualmente não está ocorrendo.

Mesmo com o aumento dos Custos de Transação, a maioria do mercado varejista de eletrodoméstico gaúcho (88,89%) não vislumbra mais a possibilidade de termos um mercado livre na relação entre as suas empresas e os consumidores. A idéia de livre concorrência, lei da oferta e da procura e que o Estado não tem nada a contribuir defendida pelo Liberalismo (GRAY, 1986), não é mais possível na visão dos entrevistados, pois estes consideram a regulamentação do mercado como um avanço, seja através do CDC, sejam por normas esparsas.

Partindo da premissa de que não é mais possível um mercado sem as normas de defesa do consumidor, cabe ao legislador ir além de embasamentos teóricos legais ou justificativas de benefícios aos consumidores para efetuar constantes alterações no ordenamento jurídico brasileiro.

O avanço alcançado através da regulamentação do mercado quando da entrada em vigor do CDC e que trouxe impactos econômicos predominante positivos, pode estar sendo ameaçado pelas constantes alterações impostas pelo legislador, cujos impactos econômicos destas alterações, como apontado por alguns

dos entrevistados, podem ter o custo para sociedade maior que seus benefícios gerados.

Por este motivo, antes da criação de novas normas consumeristas, é necessária uma análise criteriosa dos aspectos econômicos, utilizando-se dos conceitos da Law & Economics, avaliando o custo para toda a sociedade e fazendo com que o Direito e a Economia dialoguem entre si, extrapolando o ambiente acadêmico e conseqüentemente trazendo benefícios concretos a coletividade.

## 6 RECOMENDAÇÕES PARA ESTUDOS FUTUROS

Durante a elaboração da pesquisa, houve a percepção de que existem espaços a serem investigados, principalmente quanto ao impacto da concorrência desleal dos varejistas estrangeiros, que não estão sujeitos as mesmas regras estabelecidas pelo CDC Brasileiro.

Também pode ser explorado de maneira mais aprofundada em estudos futuros a tendência constatada de que o repasse dos impactos econômicos sofridos pelas redes varejistas estudadas, no que refere-se a vício de produto, é maior nas pequenas redes em comparação com as grandes redes, face de que repassam um percentual menor de suas despesas aos fabricantes.

Outro ponto que chamou a atenção foi o fato de que as redes que possuem sua atuação centralizada em cidades de menor porte (interior) mencionam que destinam um percentual de faturamento menor para o atendimento das normas de defesa do consumidor do que empresas que tem atuação em grandes centros, fato que possivelmente possa estar interligado com o comportamento oportunista dos agentes estudado na teoria dos Custos de Transação.

## REFERÊNCIAS

- ADAMS, D.W. *Transaction costs in decentralized rural financial markets*. Ohio: Columbus, 1993.
- ADAMS, Ian. "Political ideology today." *Manchester University Press*, 2001.
- ARROW, K. J. "Limited knowledge and economic analysis." *American Economic Review* 64, n. 1 (abril 1974).
- AZEVEDO, P. F. "Integração Vertical e Barganha." São Paulo, SP: Departamento de Economia, FEA/USP, 1996.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BATISTI, Leonir. *Direito do Consumidor para o mercosul*. 1. Curitiba: Jurua, 1998.
- BECKER, G. S. "Crime and punishment: an economic approach." *Columbia University*, 1968.
- . "The economic approach to human behavior." *University of Chicago Press*, 1976.
- BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos. *O código brasileiro de proteção do consumidor*. Tradução: <http://egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/32354-38891-1-PB.pdf>. Asian Seminar on Consumer Law, 2008.
- BURDEAU, Georges. *O Liberalismo*. Tradução de J. Ferreira. Povia do Varzim: Publicação Europa – América, 1979.
- CALABRESI, Guido. "Some Thoughts on Risk Distributions and the Law of Tort." *The Yale Law Journal*, 04 de Março de 1961: 499-553.
- CALIENDO, Paulo. *Direito Tributario E Analise Economica*. Elsevier Brasil, 2009.
- CASTOR, B. V. J. "Custo Brasil: muito além dos suspeitos habituais." *Revista da FAE*, 1999: 1-6.
- CAVALIERI FILHO, Sergio. *O Direito do Consumidor no limiar do século XXI: cidadania e justiça*. Rio de Janeiro: Associação dos Magistrados Brasileiros, 1999.
- CNI. 1998. <http://www.portaldaindustria.com.br/> (acesso em 21 de 04 de 2014).

COASE, R. H. "The nature of the firm." *Economica*, 1937: 386-351.

—. "Problem of social cost." *Journal of law and economics*, out de 1960: 1-44.

—. "O problema do custo social." *The Latin American and Caribbean Journal of Legal Studies*, 2009.

—. "The firm, the market, and the law." *University of Chicago press*, 1990.

COELHO, Fábio Ulhoa. A justiça desequilibrando a economia. Disponível em: <<http://www.ulhoacoelho.com.br/site/pt/artigos/direito-e-politica/59-a-justica-desequilibrando-a-economia.html>> Acesso em: 09 de mar. de 2014.

COLOMBO, Área de Pesquisa Concorrencial das Lojas. "Concorrentes 2013." Lojas Colombo S.A, Farroupilha, 2013.

COOTER, R.. "Law and the Imperialism of Economics: An Introduction to the Economic Analysis of Law and a Review of the Major Books." *UCLA L. Rev.*, 1982: 1260.

FARINA, Elisabeth M. M. Q., Paulo F. AZEVEDO, e Maria S. M. SAES. *Competitividade: mercado, estado e organizações*. São Paulo: Singular, 1997.

FERNANDES FILHO, José Flôres, e Flávia Rezende CAMPOS. "Determinantes da Estabilidade da Oferta de Matéria-Prima na Agroindústria Integradora de Maracujá." *Revista Economia Ensaios*, n.2 de 2008.

FIANI, Ronaldo. *Teoria dos custos de transação*. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

FIESP. "Fiesp." *Fiesp*. 2013. [www.fiesp.com.br](http://www.fiesp.com.br) (acesso em 21 de abril de 2014).

FRIEDMAN, Milton. *An economist's protest*. 1975.

—. *Capitalismo e liberdade*. 2. Rio de Janeiro: Artenova, 1985.

—. *There's no such thing as a free lunch*. Open Court Publishing Company, 1975.

GALLIANO, A. G. *O método científico: teoria e prática*. São Paulo: Harbra, 1986.

GARCIA, L. M. *Direito do Consumidor*. 6. Jus Podivm, 2012.

GIBBS, Graham. *Análise de dados qualitativos: coleção pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Bookman, 2009.

GICO Jr, I. T. "Metodologia e epistemologia da análise econômica do direito." *Economic Analysis of Law* 1 (Jan 2010): 7-32.

GIL, Antonio C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas S.A, 2009.

GIRGLIOLI, Pier Paolo. Burocracia. In: Bobio, N. & Pasquino, Gianfranco. *Dicionário de Política*. Brasília, UnB, 1986.

GODOY, A. S. M. "Direito e Economia: de Karls Marx a Richard Posner." *Consultor Jurídico*, abr 2012.

GODOY, A. S. M. "Direito e Economia: introdução ao movimento Law e Economics." *Jus Navigandi* 12 (2007).

GRAY, John. *O Liberalismo*. Lisboa: Estampa, 1986.

GS&MD. 2010. Consumidor gaúcho é o mais exigente do Brasil. Disponível em: [www.gsmd.com.br](http://www.gsmd.com.br). (Acesso em 21 de abril de 2014).

HOVENKAMP, H. "The first great law & economics movement." *Stanford Law Review*, 1990: 993-1058.

KANT, I. *Fundamentação da metafísica dos costumes e outros escritos*. São Paulo: Martin Claret, 2004.

LAKATOS, E. M, e M. A. MARCONI. *Fundamentos de metodologia científica*. Vol. 2. São Paulo: Atlas, 2001.

LOTUFO, Renan. *20 Anos do Código de Defesa do Consumidor*. 1ª edição. São Paulo: Saraiva, 2010.

MARQUES, C. L., A. H. BENJAMIN, e B. MIRAGEM. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. Revista dos Tribunais, 2006.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 6.ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

MEYERHOF SALAMA, Bruno. "O QUE É" DIREITO E ECONOMIA"?" *Revista do Curso de Direito da UNIFACS*, 2013.

MILL, J. S. *Princípios de economia política*. São Paulo: Síntesis, 2008.



MORAES, P. V. D. P. *Código de defesa do consumidor: no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. Porto Alegre: Síntese, 2001.

NEVES, M. F. “Um modelo para construir ou revisar contratos em redes de empresas.” *Revista de Economia e Administração*, abril de 2002: 68-86.

NORAT, M. S. L. “Evolução histórica do Direito do Consumidor.” *Âmbito Jurídico*, n. 88 (mai 2011).

NUNES, R. *O princípio constitucional da dignidade da pessoa humana: doutrina e jurisprudência*. 2. São Paulo: Saraiva, 2009.

PACHECO, Pedro Mercado. “El Análisis Económico del Derecho. Una reconstrucción teórica.” *Centro de Estudios, Constitucionales*, 2004: 61.

PINHEIRO, Armando Castelar. “Direito e economia num mundo globalizado: cooperação ou confronto?” *IPEA*, 2003, 963 ed.

PONDÉ, J. L. *Coordenação e aprendizado: Elementos para uma teoria das inovações institucionais nas firmas e nos mercados*. Campinas: IE/Unicamp, 1993.

PONDÉ, J. L., J. FAGUNDES, e M. POSSAS. “Custos de Transação e políticas de defesa da concorrência.” *Revista de economia contemporânea*, 1997.

POSNER, R. A. “The constitution as an economic document.” *The George Washington Law Review*, 1987.

POSNER, R. A. “The economic approach to law.” *Texas Law Review* 53 (1975).

POSNER, R. “Values and consequences: an introduction to economic analysis of law.” *Program in law and economics working paper* 53 (1998).

RAWLS, J. *Uma teoria de justiça*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

REALE, M. *Curso de filosofia do direito*. São Paulo: Saraiva, 1972.

—. *Lições preliminares de direito*. São Paulo: Saraiva, 1993.

RICARDO, D. *Princípios da economia política e tributação*. 1817.

RODRIGUES, V. *Análise econômica do direito: uma introdução*. Almedina, 2007.

SAFIRE, W. "New York Times." *nytimes*. 1993. <http://www.nytimes.com/1993/02/14/magazine/on-language-words-out-in-the-cold.html> (acesso em 21 de abr de 2014).

SHIHATA, I. "Legal framework for development: world bank's role in legal and judicial reform." *Judicial reform in latin america*, 1995.

SMITH, A. *A riqueza das nações*. 3. São Paulo: Hemus, 2008.

SMITH, Adam. *A riqueza das nações: investigação sobre sua natureza e suas causas*. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

STIGLER, G. J. "Law or economics." *The journal of law and economics* 35, n. 2 (out 1992): 455-468.

TIMM, Luciano Benetti. *Direito & Economia*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2008.

VAN MAANEN, J. (1979). Reclaiming qualitative methods for organizational research: A preface. *Administrative Science Quarterly*, 520-526.

WILLIAMSON, Oliver E. "The Economic Institutions of Capitalism." *New York: The Free*, 1985.

WILLIAMSON, Oliver E. "The economics of organization: The transaction cost approach." *American journal of sociology*, 1981: 548-577.

## APÊNDICE A – TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS

### ENTREVISTA 1

**Realizada em 05 de Janeiro de 2015.**

Obs. A entrevista foi realizada em sala com ruídos externos.

Identificação: xxxxx

Cargo que ocupa: Gerente de Controladoria.

Tempo de empresa: 21 anos

Tempo no cargo: 15 anos

Formação: Bacharelado em Ciências Contábeis; Pós-Graduação em Controladoria; MBA em Finanças, MBA em Logística; Pós-MBA em Liderança

P. Na sua visão existe a possibilidade de um mercado livre, na relação entre a sua empresa e o consumidor, ou seja, sem a existência das normas de defesa do consumidor? Por quê? Concordo Plenamente? Concordo? Discordo? Discordo plenamente?

E. 1. “Bah, eu concordo com isso, eu acho que existem empresas que trabalham em prol do consumidor e empresas que não. Então...hã, o código viria muito mais para proteger as empresas que não trabalham em...hã, não trabalham em função do consumidor, mas como ele não tem como regular isso ele precisa existir.”

P. As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor em relação à sua empresa aumentam a burocracia interna? Por quê? Concordo plenamente? Concordo? Discordo? Discordo plenamente?

E. 1. “Concordo plenamente por que a empresa teve que se estruturar, criar departamentos, hã... Escrituração de cartazes, material de expediente, todo, tudo diferente pra atender a norma do código defesa do consumidor.”

P. No seu entendimento quais os principais impactos econômicos positivos das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos?

E. 1. “Positivo é que regulamenta as ações de todos os consumidores, deixa mais claro – dos consumidores não, das empresas – deixa mais claro ao consumidor... hã... O que a empresa está ofertando, esse é o principal ponto positivo.”

P. No seu entendimento quais os principais impactos econômicos negativos das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos?

E. 1. “Hã, econômico negativo é o aumento de custos que tem em função da burocracia que acaba gerando dentro das empresas, hã, seguir o código de defesa do consumidor.”

P. As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor, na sua opinião, influenciam o equilíbrio de grandes e pequenos varejistas de eletrodomésticos? Por quê? Concordo plenamente? Concordo? Discordo? Discordo plenamente? Você acha que as exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor influenciam o equilíbrio entre grandes e pequenos varejistas? O código do consumidor influencia as normas?

E. 1. “Não, eu discordo plenamente. Por que o equilíbrio entre os grandes e os pequenos... O pequeno quando vai começar ele, ele não vai olhar se vai conseguir atender todas as exigências do código de defesa do consumidor, então isso não impacta na relação entre um e outro, entre os grandes e pequenos.”

P. Mas o fato de ele não, justamente de ele não se preocupar em cumprir (o código de defesa do consumidor) de repente ele não tenha com isso um custo melhor, ele não leva vantagem em relação ao grande?

E. 1. Sim, sim, isso sim, mas, hã, nessa afirmação eu concordo que ele vai ter um custo menor por causa disso, mas eu acho que isso não equilibra a concorrência entre grandes e pequenos, o fato de existir ou não o código de defesa.

P. As garantias que o CDC concede aos consumidores, na sua opinião, beneficiam as redes varejistas formais em relação à informalidade? Então, tipo assim, você acha que o fato de a aa... o código de defesa do consumidor, o consumidor se sentir garantido pela existência do código, isso beneficia o consumidor a procurar empresas formais em vez de informalidade? Você concorda? Concorda plenamente? Discorda? Discorda plenamente?

E. 1. “Eu discordo. Discordo por que eu vejo que, ou discordo plenamente, por que eu vejo que a informalidade do setor ela é muito mais na questão trabalhista das pessoas e da questão tributária da não emissão da nota...hã... fiscal. A não emissão da nota hoje com a substituição tributária, o imposto já ta (sic) pago antes, então isso também não impacta muito mais na concorrência mesmo que o cara (sic) não emita a nota, o varejista menor, mas eu não vejo como a informalidade venha a beneficiar quem é informal pelo código de defesa do consumidor.

P. Então seria discordo ou discordo plenamente?

E. 1. Discordo plenamente.

P. O atendimento das exigências trazidas pelas normas de defesa do consumidor gera custos para a sua empresa? Em caso positivo, qual o percentual do faturamento de sua empresa é destinado para o atendimento dessas exigências?

E. 1. Sim, gera um custo e está entre 3% e 5% do faturamento.

P. Nos casos em que sua empresa por determinação judicial baseada no código de defesa do consumidor é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para o cliente em virtude de vício qual o percentual aproximado deste valor é destinado ao fabricante?

E. 1. Entre 25 e 50% do custo é repassado ao fabricante.

P. Então parte desta despesa é repassada ao fabricante?

E. 1. Sim.

P. Nos casos em que sua empresa por determinação judicial baseada no cdc é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para o cliente em virtude de vício qual percentual aproximado deste valor é repassado para o custo do produto? Menos de 5%? Entre 5% e 25%? 25% e 50%? Entre 50% e 75%? Ou mais de 75%?

E. 1. É repassado entre 25% e 50%.

P. Para a composição dos preços dos produtos colocados a venda o valor despendido para atender exigências futuras – custos ex post – das normas de defesa do consumidor são considerados? Ou seja, despesas que possam aparecer vocês chegam a fazer uma previsão de uma segurança jurídica?

E. 1. Discordo. Não, a gente não faz essa provi..., essa provisão de segurança jurídica, mesmo por que tu não trabalhas pra ir contra as normas, né?

P. Sua empresa já identificou algum comportamento oportunista de clientes se utilizando das normas de defesa do consumidor para benefício próprio?

E. 1. Sim.

P. Concordo? Concordo plenamente?

E. 1. Concordo, concordo.

P. Cite um exemplo que isso acontece, que tipo de situação que acontece?

E. 1. Cara (sic), aí existe casos em que o cliente, hã, vai no (sic) PROCON alegar algum defeito do produto, que não é por vício, só pra conseguir uma indenização, ele usa isso como um artifício pra conseguir um, um dinheiro extra pra ele.

P. Sua empresa já deixou de vender alguma mercadoria em razão da insegurança jurídica ou tem receita que isso aconteça? Por quê? Concordo plenamente? Concordo? Discordo ou discordo plenamente?

E. 1. Discordo plenamente.

P. Isso não aconteceu?

E. 1. Não (aconteceu), por que como a empresa quando ela compra, ela compra de fornecedores, hã, hã... Fornecedores com capacidades vamos dizer assim, pra atender algumas futuras demandas de PROCON por defeitos de produtos e etc.

P. Em sua opinião existe o risco de concorrência desleal de produtos importados diretamente pelo consumidor sem que o varejista estrangeiro fique sujeito aos mesmos riscos e controle que o varejista brasileiro? Concordo plenamente? Concordo? Discordo ou discordo plenamente?

E. 1. Concordo plenamente por que existe uma série de, de, não é despesas, de obrigações impostas ao varejista que esse consumidor que compra direto pela internet ou importado direto não vai ter com o fornecedor dele, no caso ele vai ter que arcar sozinho com as despesas, ao passo que o varejista nacional tem que arcar com as despesas, com os custos que o consumidor teria.

P. Muito obrigado.

## ENTREVISTA 2

### Realizada em 07 de janeiro de 2015

Obs. A entrevista foi realizada em sala com ruídos externos.

Identificação: xxxxx

Cargo que ocupa: Advogado do departamento de consumo

Tempo de empresa: 8 anos

Tempo no cargo: 6 anos

Formação: Graduado em Direito, Ciências Contábeis, Especialista em Processos do Trabalho e Mestrando em Direito.

P. Na sua visão existe a possibilidade de um mercado livre, na relação entre a sua empresa e o consumidor, ou seja, sem a existência das normas de defesa do consumidor? Por quê? Concordo Plenamente? Concordo? Discordo? Discordo plenamente? O senhor acha que existe essa possibilidade doutor?

E. 2. Na visão realista, como a gente estava conversando doutor, eu concordo. Só que o mercado atual eu discordo em parte disso. Acredito que o cidadão brasileiro não ta com condições plenas dele só conseguir, vamos dizer assim, trabalhar nesse mercado, ele precisa de uma assistência pra conseguir ter umas condições melhores pra ele ou que traga mais segurança para ele.

P. Entendi. Então, na verdade, o senhor entende que no mercado atual, NE, o senhor acha que não existe essa possibilidade, então o senhor discorda, o senhor acha que não existe essa possibilidade, seria isso?

E. 2. Isso sim, eu acredito que sim doutor, não considerando a sit..., não considerando o direito em si, a liberdade em si, mas o fato de que o cidadão às vezes não teria capacidade suficiente pra discernir o que seria melhor pra ele sozinho.

P. As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor em relação à sua empresa aumentam a burocracia interna? Por quê? Concordo plenamente? Concordo? Discordo? Discordo plenamente?

E. 2. Concordo, concordo. Acredito que com ela há necessidade de constantes adequações a situações impostas, NE? Tudo que eles entendem como (noticiado) a empresa tem que se adequar até para continuar no mercado, NE?

P. Entendi. Até, só para doutor, para esclarecer a dúvida em relação a sua resposta, seria concordo plenamente ou concordo? Que a pergunta é as exigências [...]

E. 2. Concordo plenamente.

P. No seu entendimento quais os principais impactos econômicos positivos das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos? Principais impactos positivos?

E. 2. Doutor, o código de defesa do consumidor não é um código de defesa ((risos)), entre nós falando isso aí, nós estávamos falando um dia no mercado com um professor, nós e ele que chegou com essa definição de que o código de defesa do consumidor seria um código burguês, criando essa falsa expectativa ao consumidor.

P. Certo.

E. 2. Eu não digo que eu concordo plenamente com o que ele fala doutor, mas em partes ele tem uma certa razão, né? Como o código de defesa do consumidor, ele traz segurança ao consumidor, faz com que isso gere mais consumismo.

P. Ta entendi.

E. 2. Entenda doutor, que isso gera maior segurança e com isso o consumidor consome mais até, às vezes, como o doutor disse, não digo que isso aconteça na nossa empresa, nas xxxxx, nós temos uma ética, a gente procura sempre o melhor

para o consumidor, agrega um pouco mais o valor, acrescentando também um serviço de maior qualidade para eles, mas em outras ocasiões o consumidor vai entender que o preço melhor, mais baixo, é o suficiente pra ele, certo?

P. Entendi. Perfeito.

E. 2. E o que vai acontecer, ele vai se sentir seguro com o código de defesa do consumidor, mesmo que a outra empresa, aquela empresa menor não esteja cumprindo com todos os pontos do código de defesa do consumidor ou dando respaldo que aquele consumidor merece.

P: Entendi. Não, perfeito, perfeito doutor.

P. Agora a pergunta quatro seria o contrário doutor. No seu entendimento quais os principais impactos econômicos negativos das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos? O que o senhor entende que tenha de impacto econômico negativo?

E. 2. Doutor, não, não parei para pensar nos pontos, nos impactos negativos, eu acho que se formos relacionar aquela pergunta anterior com relação à burocracia, um sistema burocrático gera mais custos, NE doutor, a partir do momento que tu tenha que criar ou se adequar a situações, N situações pra tentar agradar a N setores sociais ou situações, você gera mais custos e diretamente o custo vai ser recolocado em um serviço prestado ou na mercadoria vendida, né?

P. Perfeito, perfeito doutor.

E. 2. O consumidor acaba pagando mais pra manutenção de um sistema.

P. Entendi, com certeza.

P. As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor, na sua opinião, influenciam o equilíbrio entre grandes e pequenos varejistas de eletrodomésticos?

E. 2. Discordo plenamente.

P. O senhor discorda plenamente? O senhor acha que não influencia. Por que o senhor discorda doutor?

E. 2. Doutor, essa é uma opinião minha, pessoal. Eu não cheguei a ler sobre isso, posso mudar o meu pensamento sobre isso, até se o doutor tem uma indicação sobre o tema eu aceito. Mas, eu vejo que não vai ser o código de defesa do consumidor que vai regular o mercado entre pequenos e grandes, né? Porque as exigências para grandes são iguais e (inerentes) para o menor, o que vai alterar que eu vejo é a multa que vai ser sobre o faturamento do grande vai ser maior que a multa sobre o faturamento de um pequeno, mas a regulação do mercado não vai acontecer com relação ao código de defesa do consumidor, até porque o consumidor vai ser o mesmo para a empresa grande e pra empresa pequena.

P. Perfeito doutor, perfeito.

P. A pergunta número seis ela é semelhante, tá, mas um pouco diferente. É um detalhe mais específico. As garantias que o CDC concede aos consumidores, na sua opinião, beneficiam as redes varejistas de eletrodomésticos formais em relação à informalidade?

E. 2. O senhor teria como me dar um exemplo?

P. Isso. Vamos dar um exemplo assim doutor: é, o consumidor, por exemplo, como existe o código de defesa do consumidor, certo? Ele dá, ele fornece garantias ao cliente, o senhor mesmo mencionou isso, certo? Isso, essas garantias, com o consumidor se sentindo mais seguro com essas garantias que o código dá, o senhor entende então que ele (consumidor) procura mais as redes de eletrodomésticos formais, tipo assim, o varejo formal do que a informalidade, do que, por exemplo, o camelô, do que aquele vendedor de rua? Por que ele sabe que existe o código de defesa do consumidor que vai proteger ele?

E. 2. Essa pergunta relaciona-se um pouco com o que eu falei no início da entrevista.

P. Perfeito, exatamente, é isso mesmo doutor.

E. 2. O consumidor, sem dúvida nenhuma, tem segurança através do código de defesa do consumidor, né? Então ele vai procurar instituições que lhe dão também a segurança ou que ele possa exercer o direito que o código de defesa do consumidor lhe dá contra aquelas empresas, só que antes disso ele vai pensar no bolso dele, então se ele encontrar um mercado informal que tenha o produto que ele quer com um preço muito menor daquele produto que está sendo oferecido no mercado formal, e daí entra também aquela segurança brasileira de conhecer o vendedor, ou coisa assim, ele vai comprar na informalidade, né?

P. Entendi. Até para registrar como resposta é, dentro das quatro opções, doutor. O senhor acha que então que o código de defesa beneficia as grandes redes em relação à informalidade. O senhor concorda, concorda plenamente, discorda ou discorda plenamente?

E. 2. Eu discordo, assim... É entre o concordo e o discordo, nenhum nem outro. (risos)

P. Seria o meio termo, NE? Pela resposta do senhor eu entendi bem, NE, que fica num, que beneficia num ponto, mas em outro não, NE?

E. 2. Seria mais um discordo mesmo, doutor. Eu acho que código de defesa do consumidor não dá tudo isso aí, ele gera essa utopia para o consumidor, a gente falando entre nós, como o doutor falou no início da entrevista comigo, quando vem para o bolso o consumidor pensa diferente.

P. Perfeito. Perfeito doutor.

P. O atendimento das exigências trazidas pelas normas de defesa do consumidor gera custos para a sua empresa doutor?

E. 2. Geram.

P. Geram? Tá. Qual o percentual, se o senhor souber informar, claro, qual o percentual do faturamento de sua empresa é destinado para o atendimento dessas exigências? Eu tenho as alternativas doutor: menos de 1%? Entre 1% e 3%? Entre 3% e 5%? Ou mais de 5%? Se o senhor souber estimar.

E. 2. Eu não tenho essa informação doutor agora, ficaria comprometido com a resposta, eu acredito, acredito não, tenho certeza que há o custo da empresa em razão das exigências trazidas pra adequação, mas não saberia estimar ele.

P. Não saberia estimar? Perfeito doutor, não bem tranquilo.

P. Nos casos em que sua empresa, ta doutor, por determinação judicial baseada no código de defesa do consumidor é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para o cliente em virtude de um vício qual o percentual aproximado deste valor é repassado ao fabricante? Não se ficou clara a pergunta para o senhor?

E. 2. Sim, sim, sim.

P. Eu tenho as alternativas aqui, ta doutor, se o senhor... É, menos de 5%? Entre 5% e 25%? Entre 25% e 50%? Entre 50% e 75%? Ou mais de 75%? Dessas condenações, NE, são passadas ao fabricante quando é responsabilidade dele?

E. 2. Uhum. Acredito que entre 50%, mais de 75%, a última alternativa, doutor.

P. Mais de 75% desses valores são repassados aos fabricantes?

E. 2. É eu acredito que sim. Até esse controle aí quem faz... o valor é repassado. Busca esse contato com a fábrica aí, NE?

P. É repassado. Entendi.

P. Nos casos em que sua empresa por determinação judicial baseada no cdc é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para o cliente em virtude de



vício qual percentual aproximado deste valor é repassado para o custo do produto? Antes nós falamos para o fabricante, NE, e agora é referente ao custo realmente do produto. O senhor tem uma condenação referente a um produto, NE, em virtude dessa condenação, qual o percentual repassado para o custo do produto, se é que é repassado para o custo do produto, NE?

E. 2. Pois é doutor. Acredito que não está sendo feito esse repasse para o custo do produto dessa condenação. Como há essa política de repassar para as fábricas, NE, para a primeira, não haveria esse repasse, eu acredito que seria menos do que 5%, entre 5% e 25%, não estaria regularizado isso aí, sabe?!

P. Perfeito. Perfeito doutor.

P. Para a composição dos preços dos produtos colocados a venda o valor despendido para atender exigências futuras – custos ex post – das normas de defesa do consumidor são considerados? Doutor, por exemplo, essa pergunta eu gostaria de lhe explicar um pouco mais, vamos lá: vocês estão colocando um produto a venda na loja, mas esse produto (entre aspas) futuramente ele pode, hoje o código de defesa do consumidor ele é muito variável, NE, ele tem normas e exigências todo dia. A indústria, por exemplo, ela... a indústria da construção civil, ela coloca um percentual no preço do produto prevendo incerteza na construção de uma obra, certo? As Lojas Xxxxxx, ela coloca alguma... na composição do preço dos produtos, alguma coisa visando, tipo assim, prevendo uma exigência futura do código de defesa do consumidor?

E. 2. Essa informação eu não tenho, doutor. Acredito que possa estar isso aí entre o pessoal da direção ou com outro setor, mas eu não tenho essa informação se eles resguardam algum valor do produto colocado a venda pra atendimento dessas exigências futuras, assim como tu colocaste, NE.

P. É, é uma contingência, seria como uma contingência, NE... De repente, pode acontecer e se não acontecer ela viraria resultado, óbvio, NE.

E. 2. Claro, claro. Eu não tenho essa informação, mas a partir do momento que a gente fala aqui o código de defesa do consumidor trás custos pra a empresa, eu acredito que sim, eu concordo. Mas na minha impressão eu concordo que isso exige esse resguardo e contingência.

P. Perfeito. Perfeito doutor.

P. Sua empresa já identificou algum comportamento oportunista de clientes se utilizando das normas de defesa do consumidor para benefício próprio doutor?

E. 2. Vários. Essa é a maior causa do aumento de produto de qualquer situação. O oportunismo do cliente... em uma certa audiência na cidade de Estrela, em contato com uma colega nossa da RGE, ela me trouxe essa palavra, [oportunismo], ela foi cirurgicamente correta nessa expressão dela, ela falou que [...]oportunistas tentando angariar dinheiro fácil a custo do trabalho da empresa.

P. Só para entender, então qual seria a sua opção: concordo? Concordo plenamente?

E. 2. Concordo plenamente.

P. Plenamente? Perfeito doutor.

P. Sua empresa já deixou de vender alguma mercadoria em razão da insegurança jurídica ou tem receita que isso aconteça doutor?

E. 2. Não.

P. Não? Então nunca ocorreu isso?

E. 2. Não. Assim, o doutor entende como um cliente chegar e deixar de comprar por ter uma insegurança perante...

P. Não, não doutor. Seria em relação a algum produto, por exemplo, um produto que alguém, uma empresa, um fabricante disponibilizou para vocês e vocês têm receio por insegurança jurídica que, não esse produto pode dar um problema.

E. 2. Ah, um produto que foi colocado à venda e as primeiras unidades vendidas apresentaram problema, foram recolhidas e devolvidas à fábrica, por exemplo?

P. Entendi. Mas não foi por insegurança jurídica, foi por problema, então?

E. 2. É, não. É uma insegurança, NE? Hã, no caso foi constatado que a empresa não teria uma assistência [...], não teria como se responsabilizar, então foi retirado, no caso.

P. Foi retirado? Só para registro da questão, doutor, o senhor concorda plenamente, que já deixou de vender, concorda, discorda?

E. 2. Não é nem a questão de... É, eu concordo. Não é um concordo plenamente.

P. Entendi. Quer dizer, pelo o que eu entendi pelo senhor ocorre mas não é uma coisa que seja...

E. 2. Não é corriqueiro, isso é uma coisa muito difícil de acontecer. Porque o que chega já vem filtrado do programa de compras, então já se tem um conceito do produto... é muito difícil de acontecer isso no mercado, NE doutor.

P. Perfeito doutor. Perfeito. Muito obrigado.

P. Na sua opinião existe o risco de concorrência desleal de produtos importados diretamente pelo consumidor sem que o varejista estrangeiro fique sujeito aos mesmos riscos e controle que o varejista brasileiro?

E. 2. Interessante essa pergunta doutor.

P. Perfeito. O senhor acha que existe o risco de, dos sites, no caso sites estrangeiros, NE, em relação ao varejo nacional, NE, ter uma concorrência desleal em relação ao varejista nacional?

E. 2. Concordo doutor.

P. Concorda?

E. 2. Concordo plenamente. Querendo ou não, todo o custo que a gente tem é grande e o custo o estrangeiro não vai ter, NE.

P. Sim. Entendi. Perfeito

P. Doutor, muito obrigado.

### ENTREVISTA 3

**Realizada em 14 de janeiro de 2015.**

Obs. A entrevista foi realizada em sala com ruídos externos.

Identificação: xxxxx

Cargo que ocupa: Gerente Geral do Jurídico

Tempo de empresa: 5 anos

Tempo no cargo: 3 anos

Formação: Formada em Direito, MBA e Pós-Graduação

P. Na sua visão doutora, existe a possibilidade de um mercado livre, na relação entre a sua empresa e o consumidor, ou seja, sem a existência das normas de defesa do consumidor? Por quê? A senhora acha que existe essa possibilidade?

E. 3. De um mercado sem a existência...

P. Isso. Vamos imaginar que não existisse o código de defesa do consumidor, NE, e que não existissem as normas, com uma legislação esparsa, a senhora acha que seria possível isso, voltar ao passado (entre aspas)?

E. 3. Eu acredito que sim. Eu acho que seria possível. Eu acho que hoje a visão que a gente tem do consumidor ela fica um pouco distorcida, então só seguindo o próprio código civil teria como a gente resolver muitos problemas, independente da existência da lei, acaba que alguns consumidores distorcem essa visão e alguns colegas também acabam distorcendo, acho que teria como a gente ter um bom acordo sem a necessidade das normas.

P. Perfeito doutora. Só para fins de registro, então dessa afirmação, pelo que a senhora me disse, são quatro alternativas, NE. A senhora concorda, concorda plenamente, discorda ou discorda plenamente?

E. 3. Concordo plenamente.

P. Plenamente. Perfeito.

P. As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor em relação à sua empresa aumentam a burocracia interna?

E. 3. Concordo plenamente.

P. Concorda plenamente.

E. 3. Aumenta sim.

P. A senhora poderia dar um exemplo de aumento de burocracia que ocorreu dentro da empresa?

E. 3. Sim, sim. Porque tem casos que o consumidor, ele nem busca o gerente da loja para resolver um problema, ele vai direto ou no PROCON ou direto no juizado especial sem nem buscar a loja primeiramente, sem nem entender o que pode ter acontecido e solucionar o problema de uma forma mais rápida. Acaba que fica enchendo as mesas do PROCON, enchendo o judiciário de processos por uma coisa que é muito simples, que o custo acaba sendo muito maior, uma discussão de um produto tão pequeno que poderia ser muito mais fácil diretamente na loja.

P. Perfeito. Conheço muito bem isso doutora no dia a dia também aqui (risos).

P. No seu entendimento quais os principais impactos econômicos, ta doutora, positivos das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos? O que ele trouxe de impacto econômico positivo? Se é que houve NE doutora, claro.

E. 3. É eu acredito que sim, sempre existem pontos positivos, até porque tu acaba limitando certas coisas também, NE? A gente abre algumas prerrogativas, algumas exceções, mas eu acho que ponto econômico positivo foi, daqui a pouco, normatizar a questão do prazo de assistência técnica de trinta dias, NE, a possibilidade também

do consumidor escolher o que ele quer, mas aí o varejista já fica também na expectativa que será uma daquelas três alternativas, eu acho que isso tem daí como tu somatizar, NE, quanto que vai ser a despesa daquele caso, NE?

P. Certo. Então, na verdade, nesse ponto que a senhora citou seria uma redução de custos, seria isso se eu entendi?

E. 3. Exato. Exatamente.

P. Ah, perfeito.

P. Então tá doutora. A pergunta número quatro é justamente o oposto. No seu entendimento quais os principais impactos econômicos negativos das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos? O que a senhora entende que impactou economicamente de forma negativa?

E. 3. É. É um pouco do que eu tinha dito antes, eu acho que o fato... Claro que ele pode buscar o PROCON, pode exercer o direito independente diretamente na loja também, mas eles (consumidores) têm buscado muito diretamente o judiciário, então isso acaba que afeta sim financeiramente as empresas por que a gente tem necessidade de contratar um advogado, tem que tirar um gerente de loja para participar de uma audiência, NE. Isso é um ponto negativo, sim.

P. Perfeito. Muito bom doutora.

P. As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor, na sua opinião, influenciam o equilíbrio entre grandes e pequenos varejistas de eletrodomésticos? Né. Na questão de com o surgimento do código de defesa do consumidor e das normas, a senhora acha que influenciou no equilíbrio entre pequenos e grandes, no varejo de eletrodomésticos? No varejo de eletrodomésticos não, no varejo de, na verdade vocês também trabalham com móveis e materiais de construção.

E. 3. É. Na verdade acho que é muito difícil tu estabelecer um equilíbrio por que, na verdade, as empresas grandes sempre são cobradas numa proporção maior do que as empresas pequenas, isso em todos os segmentos, NE. Então não vejo que... E até o próprio consumidor, NE, então se ele tá num grande varejista ele vai buscar diretamente o judiciário, por exemplo, e se ele tá num pequeno varejista ele tenta resolver de uma forma mais informal, NE. Então acho que esse equilíbrio pode até ter sido um dos objetivos, mas acho que ele não foi alcançado, não.

P. Então a senhora acha que não influenciou no equilíbrio?

E. 3. Não.

P. Não. Então dentro das opções, só para registrar doutora: concordo, concordo plenamente, discordo, discordo plenamente? Em relação se na sua opinião influenciaram no equilíbrio, a senhora acha que influenciou, seria concordo plenamente...

E. 3. Discordo plenamente, NE?

P. Discorda plenamente. Perfeito.

P. As garantias que o CDC concede aos consumidores, na sua opinião, beneficiam as redes de eletrodomésticos formais em relação à informalidade? É um pouco diferente, mas é muito semelhante à questão (anterior), NE. É em relação às lojas de vocês e ao comércio informal, com a existência do código isso beneficiou vocês, NE, os varejistas de eletrodomésticos (boto aqui eletrodomésticos porque tá na questão, NE) ou, no caso...

E. 3. Eu acho que aqui daí é indiferente por que, na verdade, um grande varejista já segue determinadas normas, NE, regras, então se o consumidor buscasse diretamente já ia se ter alguns parâmetros internos independente da legislação, então se houve aqui [com certos consumidores] se beneficiou eu discordo, acho que não teve benefício.

P. Não houve?

E. 3. Não.

P. Então deixa eu só doutora, até nessa questão só explorar uma questão adicional, por exemplo, o código prevê diversos benefícios aos consumidores, garantias, vamos usar assim como garantias, ta, que ele não teria, certo, no mercado informal, ta. Essas garantias a senhora acha que influenciam ele (consumidor) a vir buscar uma loja formalizada ou acha que isso não influencia? Só explorando um pouco mais a questão. Não sei se eu me fiz entender?

E. 3. Entendi. Não. Acredito que sim, acredito que sim. Claro que se ele pensar pelo lado do direito dele, ele vai buscar uma rede que, daqui a pouco tenha um compromisso maior em respeitar a legislação e as regras, se buscar por esse lado sim.

P. Mas a senhora acha que isso ocorre ou no caso a senhora conseguiu observar esse comportamento do consumidor ou não?

E. 3. É. É, depende do consumidor, NE. Os nossos consumidores de uma classe mais baixa, então é bem difícil a competição, agora se atinge uma classe mais alta, aí sim, acho que procura mais a qualidade, enfim, o retorno do que o próprio preço, NE.

P. Excelente doutora. Excelente.

P. O atendimento das exigências trazidas pelas normas de defesa do consumidor gera custos para a sua empresa doutora? A senhora já meio que respondeu (risos).

E. 3. Com certeza sim. Agora o percentual vai estar mais do que 5%, com certeza.

P. Mais de 5%?

E. 3. Sim.

P. Perfeito. Muito obrigado doutora.

P. Nos casos em que sua empresa doutora, por determinação judicial baseada no código de defesa do consumidor é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para o cliente em virtude de vício qual o percentual aproximado deste valor é repassado de volta ao fabricante, já que teoricamente foi ele que gerou o grande prejuízo, NE?

E. 3. É, esse é um grande problema. Não vou mentir aqui, eu acho que menos que cinco não, mas entre 5% e 25%, mas eu acho que fico entre 5% e 10%, até.

P. 5% e 10%? Não, perfeito doutora. Excelente. A gente sabe que com os grandes fabricantes é muito complicado.

E. 3. É. Verdade.

P. Nos casos em que sua empresa por determinação judicial baseada no cdc é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para o cliente em virtude de vício qual percentual aproximado deste valor é repassado para o custo do produto, se é que é repassado, NE doutora?

E. 3. Humm. Menos de 5%.

P. Menos de 5%? Perfeito doutora, muito obrigado.

P. Essa questão eu vou explicar um pouco doutora, ta, porque teve uma dificuldade de compreensão dos outros entrevistados, ta? Para a composição dos preços dos produtos colocados a venda o valor despendido para atender exigências futuras – custos ex post – das normas de defesa do consumidor são considerados?

E. 3. Não.

P. Não são considerados?

E. 3. Não. Aqui não são considerados.

P. Não são?

E. 3. Não.

P. Aqui doutora, só para esclarecer, seriam aqueles custos que na construção civil existem, NE, de você orçar o incerto, NE?

E. 3. Certo. Não, aqui não.

P. Não? Perfeito.

E. 3. Isso é uma grande falha, inclusive, NE? É bastante difícil.

P. É difícil, NE doutora, por que o preço é feito pelo mercado, NE?

E. 3. É. É verdade.

P. Então o mercado inteiro teria que trabalhar dessa forma, NE?

E. 3. Exatamente.

P. E o mercado da construção, todo ele já trabalha dessa forma por que já é, vamos dizer assim, já é quase uma regra, NE?

E. 3. É.

P. Sua empresa já identificou algum comportamento oportunista de clientes se utilizando das normas de defesa do consumidor para benefício próprio doutora, isso já ocorreu?

E. 3. Sim. Sim, já ocorreu. A gente tem até um número bem considerável de casos em que eles distorcem algumas regras, principalmente aquela questão da compra, na verdade dos sete dias pela internet. Então eles (consumidores) vão muito na loja ali arrependidos que viram um produto e chegam assim, daqui a pouco se tem o gerente que não ta bem informado já faz a troca ou até mesmo se arrependeram de comprar o produto, distorcem a questão de vício e tal eles mesmos, já tivemos casos que foi uma avaria no produto causado pelo cliente, já tivemos de tudo quanto é tipo de casos, mas não são poucos não que é para se beneficiar.

P. (risos) Conheço bem. Doutora, então aqui no caso para nível de alternativa seria um concordo, concordo plenamente, discordo?

E. 3. Essa é qual questão?

P. 11

E. 3. (entrevistado relê a pergunta) Concordo plenamente.

P. Perfeito.

P. Sua empresa já deixou doutora, de vender alguma mercadoria em razão da insegurança jurídica ou tem receita que isso aconteça?

E. 3. Sim. Concordo plenamente. Já ocorreu.

P. Já ocorreu? A senhora teria um exemplo?

E. 3. Principalmente alguns produtos que a fiscalização do INMETRO, mas aí não seria bem relacionado com o consumidor, NE? Mas a gente já teve um caso de um produto também exposto com um preço errado e que a gente acabou fazendo para o cliente com receio de que pudesse, NE, enfim.

P. Claro, Claro. Entendi.

E. 3. Mas já teve decisão contrária também. Então, mas só por que acaba que o cliente chega lá e diz: - Ah, mas eu vi que a cadeira custava R\$ 2,00 eu quero ela agora por R\$ 2,00.

P. É aquela questão do preço vil, NE?

E. 3. Exatamente.

P. E em nível de alternativa doutora? Concordo plenamente? Concordo?

E. 3. Hã, concordo plenamente.

P. Perfeito.

P. Última questão doutora. Na sua opinião doutora, existe o risco de concorrência desleal de produtos importados diretamente pelo consumidor sem que o varejista estrangeiro fique sujeito aos mesmos riscos e controle que o varejista brasileiro?

E. 3. Concordo plenamente. Acho que o AliExpress é a prova disso, NE?

P. É verdade.

E. 3. Eu não tenho uma concorrência ainda direta com eles, mas já tem no setor moveleiro já tem também alguns sites nesse sentido e, realmente, a tendência é cada vez mais a compra pela internet e eles não, enfim, não... E o consumidor se dá por satisfeito, isso que é o mais engraçado, NE?

P. (Risos) Doutora, muito obrigado.

## ENTREVISTA 4

**Realizada em 27 de janeiro de 2015.**

Obs. A entrevista foi realizada em sala com ruídos externos.

Identificação: xxxxx

Cargo que ocupa: Analista Jurídico

Tempo de empresa: 13 anos

Tempo no cargo: 9 anos

Formação: Bacharel em Direito

P. Na sua visão doutora, existe a possibilidade de um mercado livre, na relação entre a sua empresa e o consumidor, ou seja, sem a existência das normas de defesa do consumidor? Por que doutora? A senhora acha que existe essa possibilidade?

E. 4. Discordo plenamente por que com as normas nós já enfrentamos demandas judiciais nesta área e sem elas o consumidor iria utilizar mais ainda o poder judiciário para dirimir os conflitos decorrentes das relações de consumo. O acesso gratuito à justiça tem resultado no uso indevido do poder judiciário por parte do consumidor, ele muitas vezes ingressa com uma demanda, mesmo sabendo que não está amparado legalmente.

P. Então, na verdade se não houvesse as normas a senhora entende que esse problema ainda se agravaria? Seria isso?

E. 4. E a falta de estrutura dos fabricantes e assistências técnicas autorizadas para atendimento pós-vendas é uma outra situação que deve ser tratada e melhorada.

P. Ah, perfeito.

E. 4. Também evitaria muitos litígios hoje existentes nas relações de consumo.

P. Ah, muito obrigado.

P. As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor em relação à sua empresa aumentam a burocracia interna doutora?

E. 4. . Por que a empresa se volta cada vez mais para a prevenção de litígios como também para o atendimento de problemas pós-vendas, em razão da falta de uma melhor estrutura das assistências técnicas para atendimento aos consumidores, o que culmina em burocracia interna, sim.

P. Claro, claro. Só pra fim de registros a resposta seria concordo plenamente, concordo, discordo, discordo plenamente?

E. 4. Concordo.

P. Concorda? Perfeito.

P. Doutora, no seu entendimento, quais os principais impactos econômicos positivos das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos? O que ele trouxe de positivo?

E. 4. O consumidor se sente amparado pelas normas de defesa e diante disso se sente seguro para adquirir os produtos comercializados pela empresa, com a existência de normas e regulamentando as relações de consumo, a empresa se sente mais segura para comercializar os seus produtos.

P. Entendi. A senhora entende que, na verdade, deixa eu ver se interpretei corretamente doutora, que, em virtude das normas, aumentou o consumo? Seria neste sentido? Que o consumidor se sente mais seguro e consome mais?

E. 4. Isso. Ele se sente mais seguro pra adquirir os produtos, NE.

P. Entendi. Perfeito.



P. E no outro lado doutora, questão número quatro. No seu entendimento quais os principais impactos econômicos negativos das normas de defesa do consumidor para o setor varejista?

E. 4. É. Quando o consumidor se acha no direito de exigir algo e não tem o direito reconhecido ele acaba se afastando da empresa, NE?

P. Certo.

E. 4. Tipo, ele entra com uma demanda judicial e acaba não ganhando, ele se afasta NE? Ele passa a não adquirir as mercadorias mais na empresa.

P. Mas a senhora acha que isso aí é decorrente das normas de defesa do consumidor que isso ocorre?

E. 4. Não necessariamente, NE? Ele... É, por um lado sim por que ele ingressa se achando no direito, só que acaba perdendo esse direito na justiça e aí se afasta (da empresa).

P. Certo. E isso impacta negativamente pra empresa? Por exemplo, isso gera prejuízos, gera custos?

E. 4. Claro, por que perde o cliente, NE?

P. Perde o cliente? Perfeito.

P. As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor, na sua opinião doutora, influenciam o equilíbrio entre grandes e pequenos varejistas de eletrodomésticos? A senhora acha que as normas de defesa do consumidor influenciam no equilíbrio entre pequenas empresas e grandes empresas?

E. 4. Concordo, pois os pequenos varejistas geralmente não possuem uma estrutura de defesa frente às demandas judiciais e acabam prejudicados.

P. Perfeito. Perfeito doutora.

P. As garantias que o CDC concede aos consumidores, na sua opinião, beneficiam as redes varejistas de eletrodomésticos formais em relação à informalidade? Ela é semelhante à questão anterior, mas refere justamente entre as empresas formais e informais, não entre pequenas e grandes empresas.

E. 4. Discordo, simplesmente.

P. Discorda? Perfeito.

P. O atendimento das exigências trazidas pelas normas de defesa do consumidor gera custos para a sua empresa?

E. 4. Sim. Entre 3% e 5%.

P. 3% e 5% a senhora acha que é o percentual de faturamento que a empresa destina para atender esses custos?

E. 4. Sim.

P. Perfeito.

P. Nos casos em que sua empresa por determinação judicial baseada no código de defesa do consumidor é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para o cliente em virtude de vício qual o percentual aproximado deste valor é repassado ao fabricante, se é que é repassado? Né doutora, eu sei que é complicado.

E. 4. É repassado sim e entre 50% e 75%.

P. 50% e 75%?

E. 4. E, inclusive, a gente nem costuma entrar com uma ação na justiça pra obter esse retorno, NE?

P. Sim, é tudo amigavelmente, seria um acerto direto com eles, é isso?

E. 4. Sim, isso aí.

P. Perfeito doutora.

P. Nos casos em que sua empresa por determinação judicial baseada no CDC é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para o cliente em virtude de vício qual percentual aproximado deste valor é repassado para o custo do produto? Da mesma forma doutora, se é que é repassado para o custo, NE?

E. 4. Não é repassado, então menos de 5%.

P. Ah, perfeito doutora. Até por que, se a doutora concorda comigo, o preço é o mercado quem dá NE?

E. 4. Isso.

P. Para a composição dos preços dos produtos colocados a venda o valor despendido para atender exigências futuras das normas de defesa do consumidor são considerados doutora? Até uma pequena explicação doutora, da questão: É, na construção civil destina um percentual, realmente quando ela faz um orçamento de uma obra, referente a incertezas, questões, problemas que aparecem dentro da obra que é impossível prever, NE? Existe essa questão na empresa que a senhora trabalha, de repente botar um valor, alguma coisa...?

E. 4. Não. Não é colocado nada.

P. Nada?

E. 4. Nada.

P. Só para registro seria um discordo, discordo plenamente?

E. 4. Discordo plenamente.

P. Plenamente. Perfeito.

P. Sua empresa já identificou algum comportamento oportunista doutora de clientes se utilizando das normas de defesa do consumidor para benefício próprio?

E. 4. Sim, vários. Poderia citar inúmeros, NE? (risos) Mas, por exemplo, o consumidor encaminha um produto pra a assistência técnica, o produto é consertado dentro do prazo legal de trinta dias, mas o consumidor se nega a retirá-lo na tentativa de obter um produto novo ou substituição do valor pago sob o argumento de que passou dos trinta dias, NE? Passou desse prazo na assistência, ou seja, o produto está lá, foi reparado, está à disposição dele, mas ele tenta não indo buscar, tenta fazer uso desse artigo.

P. Entendi, entendi. Pra ganhar um produto novo, NE? (risos)

E. 4. Isso aí.

P. É.

E. 4. Outro caso, o produto apresenta um vício, o consumidor vai até a loja exigir a troca, não consegue por que é orientado a encaminhar para a assistência, arma o maior barraco na tentativa de obter uma indenização por danos morais, NE?

P. É. Complicado. Doutora até para registro da questão seria um concordo plenamente, concordo? Pelo o que a senhora me falou aí seriam vários os casos, então seria um concordo plenamente?

E. 4. Concordo plenamente.

P. Isso. Perfeito doutora.

P. Sua empresa já deixou de vender doutora, alguma mercadoria em razão da insegurança jurídica ou tem receio que isso aconteça? Ocorreu algum caso de não...?

E. 4. Não, a gente não deixou de vender, NE, mas que fica um receio, sempre fica NE, pois tem consumidores que parecem que compram a mercadoria já pensando em ingressar com uma ação na justiça, NE?

P. Mas nunca ocorreu de uma mercadoria a empresa analisar e identificar que essa mercadoria vai ter muita ação então não vamos comercializar e não vamos disponibilizar esse produto?

E. 4. Até a gente tem uma marca que a gente comercializa que geralmente dá problema, dá processo, mas a gente ainda não deixou de comercializar.

P. Dentro da afirmação doutora, qual seria a afirmativa? É concordo plenamente? Concordo? Discordo?

E. 4. Discordo.

P. Discorda? Perfeito.

P. Doutora, última questão. Em sua opinião existe o risco doutora de concorrência desleal de produtos importados diretamente pelo consumidor sem que o varejista estrangeiro fique sujeito aos mesmos riscos e controle que o varejista brasileiro?

E. 4. Concordo, simplesmente.

P. Concorda? Então tá.

## ENTREVISTA 5

**Realizada em 4 de fevereiro de 2015**

Obs.

Identificação: xxxxx

Cargo que ocupa: Advogada

Tempo de empresa: 15 anos

Tempo no cargo: 15 anos

Formação: Bacharel em direito, Pós-Graduação em Direito Civil e Processo Civil

P. Na sua visão doutora, existe a possibilidade de um mercado livre, na relação entre a sua empresa, no caso quando falo da sua empresa falo da Xxxxxx, e o consumidor, ou seja, sem a existência das normas de defesa do consumidor? A senhora acha que seria possível isso?

E. 5. Eu entendo que sim.

P. Entende que sim? Dentro das alternativas doutora, até pra validar a sua resposta, a senhora concordaria plenamente, concorda, discorda...?

E. 5. Eu concordo.

P. Concorda? Então, só para entender, a senhora acha que seria possível, se não existisse o CDC, então a senhora entende que seria possível ter uma relação, entre aspas, amigável com o consumidor, seria isso?

E. 5. Eu entendo que poderia haver sim.

P. Ah, perfeito.

P. As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor, em relação à Xxxxxx, a senhora acha que aumenta a burocracia interna da Xxxxxx?

E. 5. Aumenta.

P. Ta. Dentro das alternativas, doutora, posso dizer que seria um concordo plenamente, concordo, discordo ou discordo plenamente?

E. 5. Concordo plenamente.

P. Concorda?

E. 5. Isso.

P. Ta.

P. Doutora a senhora poderia citar algum exemplo de aumento de burocracia em virtude do surgimento do CDC que ocorreu na Xxxxxx? Alguma questão interna, algum departamento que foi criado, alguma questão, o próprio escritório de vocês, ele começou a prestar serviços em virtude do CDC?

E. 5. Ele já prestava antes, mas ele aumentou a demanda e aumentou o número de pessoal em razão disso. Em razão do advento do CDC.

P. Perfeito.

P. Doutora? Questão número três, vamos lá então. No seu entendimento doutora, quais os principais impactos econômicos negativos das normas de defesa do consumidor para o setor varejista, no caso para a Xxxxxx? O que impactou a criação do código de defesa do consumidor, questão econômica na Xxxxxx no seu entendimento? A senhora já falou a questão do número de processos, NE, que pelo o que a senhora mencionou ele teria aumentado, teve mais algum outro impacto econômico?

E. 5. Impacto negativo?

P. Isso, negativo.

E. 5. Olha, aumentou o número de processos, com isso aumenta a necessidade de contratação de mais funcionários, NE, por que precisamos de funcionários

diretamente ligados com o pessoal da assistência técnica, pessoas mais bem preparadas.

P. Perfeito doutora, muito obrigado.

P. E a questão doutora, no caso aqui esses que a senhora mencionou foram impactos negativos, NE?

E. 5. Sim.

P. Ta. E positivamente? Teve algum impacto econômico positivo depois do surgimento do código de defesa do consumidor? Depois do... É... com o surgimento dessas normas?

E. 5. Olha, eu não vejo um impacto muito positivo, cito, talvez, no sentido da organização, que tem que se organizar melhor a questão de prazos, enfim, mas economicamente falando, não.

P. Não? Questão de concorrência de repente doutora, alguma coisa? Diminuiu a concorrência, ah, como agora tem o regramento a concorrência diminuiu, a concorrência aumentou?

E. 5. Não

P. Nada que a senhora acha que tenha impactado?

E. 5. Não, eu acho que isso se mantém.

P. Mantém? Perfeito doutora.

P. As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor, na sua opinião, influenciam o equilíbrio entre grandes e pequenos varejistas de eletrodomésticos doutora? A senhora acha que com o surgimento do código de defesa do consumidor, das normas, o equilíbrio que existe entre grandes e pequenas empresas ele foi afetado por isso?

E. 5. Olha, eu acredito que tenha sido afetado sim.

P. A senhora acha que então, dentro das alternativas doutora, seria um concordo plenamente, concordo, discordo ou discordo plenamente?

E. 5. Concorde.

P. Concorde? A senhora teria uma opinião por que teria afetado?

E. 5. Eu acho que essas pequenas empresas tiveram que se organizar melhor, NE, pra cumprir essas regras, com isso, tiveram que contratar empregados, tiveram que observar prazos, enfim, uma série de conseqüências. E também acaba que elas acabam tendo decisões desfavoráveis por vezes por que não são grandes, por que não tem uma estrutura necessária, NE?

P. Claro. Com certeza, com certeza.

P. As garantias que o CDC concede aos consumidores, na sua opinião, beneficiam as redes varejistas de eletrodomésticos formais em relação à informalidade? A senhora acha que o consumidor em virtude da existência do CDC, por exemplo, ele procura mais as redes formais, NE, como é o caso da Xxxxxx ou isso não influenciou?

E. 5. Não, eu acredito que não.

P. Não influenciou? Então dentro das alternativas seria um concordo plenamente, concordo, discordo ou discordo plenamente?

E. 5. Hã, eu estou colocando que não, NE?

P. É, a senhora ta colocando que na sua opinião não houve benefício. Seria um discordo ou discordo plenamente.

E. 5. Discordo.

P. Discorda? Perfeito.

P. O atendimento das exigências trazidas pelas normas de defesa do consumidor gera custos para a Xxxxxx doutora?

E. 5. Geram. Geram muito custo.

P. A senhora me falou que foi criado um... Toda uma estrutura. Eu acredito que essa estrutura tenha custos, provavelmente.

E. 5. Com certeza. É, até falando novamente, no nosso próprio escritório, se antes a empresa tinha dois ou três advogados, agora tem cinco, seis.

P. Ah, com certeza.

P. Doutora, não se a senhora vai ter essa informação até por que a senhora trabalha em um escritório terceirizado, mas a senhora tem idéia do percentual do faturamento da empresa Xxxxxx é destinado para as exigências do CDC? Tenho as alternativas: menos de 1%, entre 1% e 3%, entre 3% e 5% ou mais de 5%?

E. 5. Não. Eu acho que ficaria aí entre 1% e 3%.

P. Perfeito.

P. Nos casos em que sua empresa por determinação judicial baseada no código de defesa do consumidor é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para o cliente em virtude de vício qual o percentual aproximado deste valor é repassado ao fabricante doutora? A senhora tem idéia se a Xxxxxx repassa isso ao fabricante?

E. 5. Alguns sim, não sei se tem percentuais aí?

P. Tem o percentual. Menos de 5%, entre 5% e 25%, 25% e 50%, 50% e 75% ou mais de 75%?

E. 5. Menos de 5%.

P. Menos de 5% é repassado ao fabricante.

P. A questão número nove é semelhante doutora, ta? Nos casos em que sua empresa por determinação judicial baseada no cdc é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para o cliente em virtude de vício qual percentual aproximado deste valor é repassado ao custo do produto doutora? Se é que é repassado ao custo, ta? E aí as alternativas são as mesmas: menos de 5%, 5%, entre 5% e 25%, 25% e 50%, entre 50% e 75% ou mais de 75%?

E. 5. Eu acho... Uma das alternativas é menos de?

P. Na verdade menos de 5% é a primeira alternativa, entre 5% e 25%, Entre 25% e 50%, 50% e 75% ou mais de 75%.

E. 5. Menos de 5%.

P. Menos de 5%?

E. 5. É

P. Então perfeito.

P. Já estamos chegando no fim. Para a composição dos preços dos produtos colocados a venda o valor despendido para atender exigências futuras das normas de defesa do consumidor são considerados doutora?

Obs: Entrevista interrompida para que o pesquisador pudesse fechar porta entreaberta.

P. Desculpa doutora. Até para a senhora entender essa questão, só vou lhe explicar um pouco melhor: na construção civil doutora, por exemplo, quando vai ser orçada uma obra, eles orçam geralmente um percentual, 10% 15% referente à imprevistos, NE? A senhora tem conhecimento se a Xxxxxx faz isso? Ela, pra atender alguma exigência que possa vir no futuro das normas de defesa do consumidor, NE, ela coloca um percentual na composição do preço do produto?

E. 5. Eu acredito que não.

P. Acredita que não? Então, dentro das alternativas seria um discordo ou discordo plenamente?

E. 5. Discordo.

E. 5. Discordo. Perfeito.

P. Sua empresa, no caso a Xxxxxx, já identificou algum comportamento oportunista de clientes se utilizando das normas de defesa do consumidor para benefício próprio doutora?

E. 5. Vários. A grande maioria.

P. Dentro das alternativas então seria um concordo ou concordo plenamente?

E. 5. Concordo plenamente.

P. Plenamente? Então já tiveram vários casos?

E. 5. Sim.

P. É isso pelo que eu vi ta sendo uma rotina em todas as empresas entrevistadas (risos).

P. Sua empresa já deixou de vender doutora, no caso a Xxxxxx, alguma mercadoria em razão da insegurança jurídica ou tem receita que isso aconteça? Já aconteceu com a Xxxxxx de não colocar ou deixar de vender um produto por insegurança jurídica?

E. 5. Já. Já deixou.

P. Já deixou? Ta. Então seria dentro das alternativas um concordo plenamente? Concordo?

E. 5. Concordo.

P. Concorda? Perfeito.

P. Última questão doutora. Em sua opinião existe o risco doutora de concorrência desleal de produtos importados diretamente pelo consumidor sem que o varejista estrangeiro fique sujeito aos mesmos riscos e controle que o varejista brasileiro doutora? A senhora acha que existe o risco de uma concorrência desleal com produtos importados diretamente pelo consumidor?

E. 5. Pelo cumprimento das normas do consumidor?

P. Isso. Por exemplo, os sites. Como os sites das empresas são com produtos nacionais, NE, no caso várias empresas, posso citar a xxxxxx, a xxxxx, provavelmente, eles são sujeitos a algumas exigências impostas pelo CDC. Os sites estrangeiros não têm a mesma exigência. A senhora acha que isso aí pode dar margem a uma concorrência desleal?

E. 5. Com certeza.

P. Com certeza?

E. 5. Aham.

P. Muitos exemplos que foram citados nas outras entrevistas foi a AliExpress, por exemplo, NE, que muitos clientes importam produtos diretamente sem passar por todos os controles, questões de INMETRO. Isso ocorre também com a Xxxxxx? Com a concorrência doutora?

E. 5. Sim, sim.

P. Ah, perfeito.

## ENTREVISTA 6

### Realizada em 10 de fevereiro de 2015

Obs. A entrevista foi realizada em sala com ruídos externos.

Identificação: xxxxx

Cargo que ocupa: Gerente Jurídico

Tempo de empresa: 20 anos

Tempo no cargo: 20 anos

Formação: Bacharel em Direito, mestrado e especialização

P. Na sua visão existe a possibilidade de um mercado livre, na relação entre a sua empresa (Xxxxxx) e o consumidor, ou seja, sem a existência das normas de defesa do consumidor? O senhor acha que seria possível?

E. 6. Não, não é possível.

P. Não seria mais possível?

E. 6. Não, não.

P. Por que o senhor acha que não seria mais possível doutor? Qual é o principal motivo?

E. 6. É porque a relação hoje é uma relação diferente, NE, o consumidor está muito exigente e, às vezes, até é interessante que tenha um órgão de regulamentação.

P. Ah, perfeito, perfeito. Dentro das alternativas doutor seria um discordo, discordo plenamente?

E. 6. Discordo plenamente.

P. Discordo plenamente? Perfeito

P. As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor em relação à sua empresa aumentam a burocracia interna?

E. 6. Ah, com certeza.

P. Com certeza? Então seria um concordo plenamente, concordo?

E. 6. Concordo plenamente.

P. Um exemplo doutor de um aumento de burocracia que houve com o surgimento do código de defesa do consumidor e com as normas de defesa do consumidor?

E. 6. Eu não entendi a pergunta.

P. Um exemplo doutor, o senhor tem um exemplo de aumento de burocracia que houve na Manlec com o surgimento do código de defesa do consumidor?

E. 6. Ah sim. A necessidade de um SAC e a necessidade até mesmo de um jurídico interno.

P. Perfeito, perfeito. Excelente.

P. No seu entendimento quais os principais impactos econômicos, ta doutor, positivos das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos? O que ele trouxe de impacto econômico positivo?

E. 6. De positivo?

P. Isso.

E. 6. É, acho que muito pouco. Um impacto positivo eu não consigo visualizar.

P. O senhor acha que economicamente pra Xxxxxx uma redução de custos...?

E. 6. Não, não, não. Ao contrário. Um aumento de custos.

P. Ao contrário? Então ta.

P. No seu entendimento quais os principais impactos econômicos negativos das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos?



E. 6. Ah, impactos negativos é exatamente a necessidade de uma estrutura de maior controle de uma burocratização maior.

P. Burocratização? Custos? Também teve aumento de custos?

E. 6. Aumento de custos sim, com certeza, (...) todas essas circunstâncias, NE?

P. Perfeito.

P. As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor, na sua opinião, influenciam o equilíbrio entre grandes e pequenos varejistas de eletrodomésticos? O senhor acha que isso influencia, as normas?

E. 6. Não, não, não. Acho que influencia porque o fabricante que é o, principalmente de eletrônicos e de eletro, ele continua tratando o pequeno de forma diferenciada, pelo volume de compras, NE?

P. Perfeito. Então tá. Então dentro das alternativas seria um discordo, discordo plenamente?

E. 6. Discordo.

P. Discordo. Perfeito.

P. As garantias que o CDC concede aos consumidores, na sua opinião, beneficiam as redes de eletrodomésticos formais em relação à informalidade? O senhor acha que de repente pela existência do código, uma proteção que existe do código, o consumidor acaba procurando as redes formais por que sabe que está protegido pelo código? O senhor acha que isso influencia ou não?

E. 6. Não, acho que não. Discordo, discordo. Não acredito que ele nos procure por causa disso, não.

P. Ah, perfeito.

P. O atendimento das exigências trazidas pelas normas de defesa do consumidor gera custos para a sua empresa? Essa o senhor já respondeu, NE?

E. 6. Geram, geram.

P. O senhor tem idéia doutor do percentual de faturamento da empresa é destinado para o atendimento dessas exigências? Eu tenho alternativas pra lhe auxiliar. Menos de 1%, entre 1% e 3%, 3% e 5% ou mais de 5%?

E. 6. Ah, acho que entre 1% e 3%.

P. Entre 1% e 3%? Perfeito.

P. Nos casos em que sua empresa por determinação judicial baseada no código de defesa do consumidor é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para o cliente em virtude de vício qual o percentual aproximado deste valor é repassado ao fabricante? Se é que é repassada alguma coisa? Eu tenho alternativas também.

E. 6. Posso te dizer que é muito pouco.

P. Muito pouco? Eu tenho menos 5%, entre 5% e 25%?

E. 6. Menos de 5%.

P. Menos de 5%? Perfeito.

P. Questão um pouco parecida doutor só que a questão envolvendo agora o consumidor. Nos casos em que sua empresa por determinação judicial baseada no cdc é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para o cliente em virtude de vício qual percentual aproximado deste valor é repassado para o custo do

produto? Se é que é repassado, NE doutor? Essa despesa se ela é repassada para o custo?

E. 6. Eu não sei te dizer por que eu não participo da elaboração do custo, não sei.

P. É, até acredito doutor que nessa questão, até discutindo depois com o próprio orientador, até tem na maioria das entrevistas, o mercado acaba estipulando o preço, NE?

E. 6. Claro. Mas eu não sei te dizer quanto por que não participo da elaboração do preço de custo, NE?

P. Claro, claro. Com certeza.

P. Para a composição dos preços dos produtos colocados a venda doutor, o valor despendido para atender exigências futuras das normas de defesa do consumidor é considerado? Esse é aquele exemplo doutor, até para esclarecer, que existe na construção civil, NE? Do caso que eles colocam lá 10%, 15% vislumbrando eventuais problemas que terão na obra, que não tem como prever. Esses problemas, no caso da Xxxxxx, ela coloca isso na composição dos preços dos produtos dela?

E. 6. É... Como eu não participo não tenho certeza, então penso que não tenho condições de responder.

P. Não tem condições de responder? Perfeito doutor. Sem problema nenhum.

P. Sua empresa já identificou algum comportamento oportunista doutor de clientes se utilizando das normas de defesa do consumidor para benefício próprio?

E. 6. Sim, com certeza.

P. Com certeza? Seria um concordo plenamente ou um concordo?

E. 6. Concorde plenamente.

P. O senhor teria só como citar um exemplo mais corriqueiro que ocorre na Xxxxxx?

E. 6. Ah, é uma das coisas mais, que mais ocorre aí, por exemplo, é a oxidação do celular. Sai funcionando o celular e daqui a pouco ele volta ou oxidado ou quebrado, NE, e o consumidor quer trocar.

P. Ah, perfeito.

P. Sua empresa já deixou de vender doutor alguma mercadoria em razão da insegurança jurídica ou tem receita que isso aconteça?

E. 6. Sim, já deixou.

P. Já? Então dentro das alternativas seria um concordo plenamente, um concordo?

E. 6. Concorde plenamente.

P. Plenamente? Perfeito.

P. Em sua opinião existe o risco de concorrência desleal de produtos importados diretamente pelo consumidor sem que o varejista estrangeiro fique sujeito aos mesmos riscos e controle que o varejista brasileiro? O senhor acha que existe esse risco?

E. 6. Sim, plenamente.

P. Plenamente? O senhor tem algum exemplo, algum caso, algum concorrente?

E. 6. Não tenho, mas o mercado informal já nos mostra isso, NE?

P. Já faz isso? Perfeito.

E. 6. O camelô vendendo o mesmo produto que a gente já tem esse fator.

P. Ah, excelente.

## ENTREVISTA 7

### Realizada em 10 de fevereiro de 2015

Obs. Por exigência da empresa, a entrevista foi encaminhada previamente por e-mail e respondida por escrito.

Identificação: xxxxx

Cargo que ocupa: Advogada

Tempo de empresa: 10 anos

Tempo no cargo: 10 anos

Formação: Bacharel em Direito, pós-graduação em andamento

### Grupo II- Questões de Abrangência da Pesquisa

	Pergunta	Fonte	Estudo	Referência
1	Qual o seguimento que a sua empresa atua? Comércio varejista de móveis, eletrodomésticos e demais artigos	Bibliografia	Pesquisa Qualitativa	Godoy
2	Qual o número de empregados de sua empresa? 2.800 funcionários	Bibliografia	Pesquisa Qualitativa	Godoy
3	Qual o faturamento anual do último exercício? Não tenho acesso a esta informação.	Bibliografia	Pesquisa Qualitativa	Godoy
4	Qual o número de filiais que sua empresa possui? 200 filiais	Bibliografia	Pesquisa Qualitativa	Godoy
5	Destas, filiais, quantas estão localizadas no estado do Rio Grande do Sul? 160 filiais	Bibliografia	Pesquisa Qualitativa	Godoy

### Grupo III – Questões em relação aos impactos econômicos das normas de defesa do consumidor:

	Pergunta	Fonte	Estudo	Referência
--	----------	-------	--------	------------

<p><b>1</b> Na sua visão, existe a possibilidade de um mercado livre na relação entre sua empresa e o consumidor, ou seja, sem a existência das normas de defesa do consumidor? Por quê? ( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( X ) discordo; ( ) discordo plenamente; Atualmente, as normas de defesa do consumidor são apropriadas e necessárias tanto para os consumidores como para as empresas, visto que asseguram direitos e deveres para ambas as partes envolvidas na relação consumerista.</p>	Bibliografia	Intervenção do Estado / Liberalismo Econômico	Adam Smith / Milton Friedman
<p><b>2</b> As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor em relação a sua empresa, aumentam a burocracia interna? Por quê? ( ) concordo plenamente; ( X ) concordo; ( ) discordo; ( ) discordo plenamente; Sim, aumentam a burocracia devido a necessidade de mecanismos específicos para a devida satisfação dos consumidores.</p>	Bibliografia	Burocracia	Vicent de Gounay
<p><b>3</b> No seu entendimento, quais os principais impactos econômicos <b>positivos</b> das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos? A concorrência leal entre empresas é o principal impacto econômico positivo, haja vista que impõe uma série de direitos e deveres a todo o setor varejista.</p>	Bibliografia	Análise Econômica do Direito	Ronald Harry Coase
<p><b>4</b> No seu entendimento, quais os principais impactos econômicos <b>negativos</b> das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos? A responsabilização de forma solidária entre fabricantes e comerciantes gera consideráveis impactos financeiros às empresas.</p>	Bibliografia	Análise Econômica do Direito	Ronald Harry Coase
<p><b>5</b> As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor, na sua opinião, influenciam o equilíbrio entre grandes e pequenos varejistas de eletrodomésticos? Por quê? ( ) concordo plenamente; ( ) concordo;</p>	Orientador/ Especialista		André Filipe Zago de Azevedo/ Luciano Benetti Timm

	(X) discordo; ( ) discordo plenamente; Sim, pois a solução das questões relacionadas ao consumidor se dá de forma eqüitativa para os grandes e pequenos comerciantes.			
6	As garantias que o CDC concede aos consumidores, na sua opinião, beneficiam as redes varejistas de eletrodomésticos formais em relação a informalidade? ( ) concordo plenamente; ( ) concordo; ( ) discordo; (X) discordo plenamente;	Orientador		André Filipe Zago de Azevedo
7	O atendimento das exigências trazidas pelas normas de defesa do consumidor, geram custos para sua empresa? Em caso positivo, qual o percentual do faturamento de sua empresa é destinado para o atendimento destas exigências? ( ) menos de 1%; ( ) entre 1% e 3%; ( ) entre 3% e 5%; ( ) mais de 5%. Geram custos, mas não temos como precisar o percentual do faturamento.	Bibliografia	Custos de Transação	Ronald Harry Coase
8	Nos casos em que a sua empresa, por determinação judicial baseada no CDC, é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para um cliente em virtude de vício, qual o percentual aproximado deste valor é repassado ao fabricante? ( ) menos de 5%; ( ) entre 5% e 25%; ( ) entre 25% e 50%; ( ) entre 50% e 75%; (X) mais de 75%;	Bibliografia	Regulação Econômica	Richard Posner
9	Nos casos em que a sua empresa, por determinação judicial baseada no CDC, é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para um cliente em virtude de vício, qual o percentual aproximado deste valor é repassado para o custo do produto? ( ) menos de 5%; ( ) entre 5% e 25%; ( ) entre 25% e 50%; ( ) entre 50% e 75%; mais de 75%; Não possui tal informação.	Bibliografia	Regulação Econômica	Richard Posner

<p><b>10</b> Para composição dos preços dos produtos colocados a venda, o valor despendido para atender as exigências futuras (custos <i>ex post</i>) das normas de defesa do consumidor são considerados?  <input type="checkbox"/> concordo plenamente; <input type="checkbox"/> concordo;  <input type="checkbox"/> discordo; <input type="checkbox"/> discordo plenamente;          Não possuo tal informação.</p>	Bibliografia	Custos de Transação	Ronald Harry Coase
<p><b>11</b> Sua empresa já identificou algum comportamento oportunista de clientes se utilizando das normas de defesa do consumidor para benefício próprio? Cite exemplos;  <input checked="" type="checkbox"/> concordo plenamente; <input type="checkbox"/> concordo; <input type="checkbox"/> discordo; <input type="checkbox"/> discordo plenamente;          A grande maioria dos cliente avoca o direito de arrependimento, postulando a restituição do valor pago pelo produto, o qual foi adquirido, inspecionado e retirado em loja física. Ademais, há casos de implantação de etiquetas de preços em produtos, de forma a obrigar as lojas a comercializar o produto por preços mais baixos.</p>	Bibliografia	Oportunismo	Oliver E. Williamson
<p><b>12</b> Sua empresa já deixou de vender alguma mercadoria em razão da insegurança jurídica ou tem receio que isto aconteça? Por quê?  <input type="checkbox"/> concordo plenamente; <input type="checkbox"/> concordo; <input type="checkbox"/> discordo; <input type="checkbox"/> discordo plenamente;          Não possuo tal informação.</p>	Especialista	Análise Econômica do Direito	Luciano Benetti Timm
<p><b>13</b> Na sua opinião, existe o risco de concorrência desleal de produtos importados diretamente pelo consumidor, sem que o varejista estrangeiro fique sujeito aos mesmos riscos e controles que o varejista brasileiro?  <input checked="" type="checkbox"/> concordo plenamente; <input type="checkbox"/> concordo; <input type="checkbox"/> discordo;  <input type="checkbox"/> discordo plenamente;</p>	Especialista	Análise Econômica do Direito	Luciano Benetti Timm

## ENTREVISTA 8

**Realizada em 12 de fevereiro de 2015.**

Obs. A entrevista foi realizada em sala com ruídos externos.

Identificação: xxxxx

Cargo que ocupa: Gerente Jurídico Corporativo

Tempo de empresa: 22 anos

Tempo no cargo: 15 anos

Formação: Bacharel em Direito pela UNESP, Pós-Graduação pela UNESP, especialização pela FGV.

P. Na sua visão existe a possibilidade de um mercado livre, na relação entre a sua empresa, xxxxxxxx, e o consumidor, ou seja, sem a existência das normas de defesa do consumidor, o código de defesa do consumidor? Vamos dizer assim que seria possível nós voltarmos ao passado doutor e vislumbrarmos um mercado sem a existência do código de defesa do consumidor?

E. 7. Não. Não vejo como possível mais e é interessante por que pela cultura da empresa, o xxxxxx pelo menos tem uma presidente que foca muito em clientes, mas não só pela prática, ou melhor, não só pela parte teórica, mas pela prática também e é engraçado por que, na verdade, as medidas protetivas que estão no cdc hoje funcionam como um estímulo às áreas que são deficientes a melhorarem a sua relação com o cliente. Então, em outras palavras, é interessante por que em alguns casos, eu falo em alguns casos, a entrega agendada eu reservo um capítulo à parte, ta? Em alguns casos a proteção do Direito do Consumidor é uma maneira de estimular a empresa, de colocar a empresa em atenção pra que ela desenvolva melhor as práticas e os clientes dela fiquem mais satisfeitos do que os clientes dos concorrentes.

P. Perfeito. Muito bom. Doutor, apenas para registro da pesquisa, ela possui alternativas, pela sua opinião seria concordo, concordo plenamente, discordo ou discordo plenamente. Pelo o que entendi seria um discordo plenamente, o senhor acha que não existe a menor possibilidade, seria isso? Só para registro.

E. 7. Isso.

P. Ta. Perfeito.

P. As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor em relação à xxxxxx aumentam a burocracia interna? Tem um impacto em aumento de burocracia?

E. 7. Não de burocracia, mas de adaptação em projetos. Então se surge algo que o cdc solicita eu tenho que mudar o meu projeto pra atender o cliente de uma maneira melhor. Eu não tenho algo que me lembre agora, alguma medida que proteja o cliente e que aumentou em burocracia. Pode ocorrer de colocar uma informação a mais numa nota fiscal, mas isso eu não considero como burocracia. É uma questão de adaptação.

P. Ótimo. Excelente. Isso doutor então seria, na verdade, pelas alternativas: concordo, concordo plenamente, discordo, discordo plenamente?

E. 7. Discordo plenamente.

P. Plenamente. Perfeito.

P. No seu entendimento quais os principais impactos (essa até é a questão principal do trabalho) econômicos positivos das normas de defesa do consumidor para o setor

varejista de eletrodomésticos? O que as normas e o código de defesa do consumidor trouxeram como impacto econômico positivo para o varejo no seu entendimento?

E. 7. O que eu acho? Eu acho que norma positiva vai ser na melhoria, no aumento das minhas vendas se eu atender a legalidade, se eu atender a lei melhor do que o meu concorrente. Se eu atender o consumidor melhor do que o meu concorrente. A maioria das, quase todas, não digo 100% por que é muito, mas 99% da legislação do cdc visa proteger o meu consumidor, então se eu atender, ele vai ficar mais feliz comprando comigo. Então o impacto positivo foi no aumento das vendas.

P. No seu entendimento quais os principais impactos econômicos negativos das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos? O que o senhor acha que tem de impacto negativo?

E. 7. O impacto negativo é que algumas medidas protecionistas ao consumidor que estão no cdc, o custo delas supera o benefício. E no caso é a entrega agendada, por exemplo.

P. Perfeito. É o mesmo entendimento que eu tenho doutor.

P. As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor, na sua opinião, influenciam o equilíbrio entre grandes e pequenos varejistas de eletrodomésticos? O senhor acha que o código de defesa do consumidor, por algum motivo, ele influencia no equilíbrio entre grandes e pequenos varejistas?

E. 7. Eu acredito que não. O que eu acredito que ocorre muito é que os grandes varejistas são obrigados a cumprir pela fiscalização e os pequenos varejistas acabam não cumprindo. Eu tenho certeza que na sua cidade tem N empresas pequenas, comércios pequenos, muitas vezes familiares que não estão se importando com nenhum tipo dos artigos do cdc que estão na moda. Na verdade eles entregam o produto, se o produto foi com defeito eles dão um jeito de arrumar e pronto, acabou. Não tem aquele movimento todo como tem o grande varejista.

P. Certo. Perfeito. Então dentro das opções seria um discordo ou discordo plenamente? Só para registro.

E. 7. Discordo parcialmente.

P. Certo. Perfeito.

P. As garantias que o CDC concede aos consumidores, na sua opinião, beneficiam as redes varejistas de eletrodomésticos formais em relação à informalidade? Ela é semelhante, mas em comparação as empresas formais e informais. O senhor acha que influencia alguma coisa?

E. 7. Eu não entendi.

P. Vamos lá doutor, até para o senhor entender. Vamos comparar o xxxxxxx e um camelódromo, a 25 de Março. O cdc protege o consumidor, essa proteção o senhor acha que o cdc faz com que o consumidor procure redes formais, como o Xxxxxx xxxxxx por que ele sabe que tem a proteção do código de defesa do consumidor em relação a empresas informais, como exemplo a 25 de Março?

E. 7. Depende do valor agregado à compra, depende do valor. Eu acredito que dificilmente ele (consumidor) vai comprar uma TV de LCD ou de LED no mercado informal, baseado na garantia, mas eu duvido que ele vá comprar um cabo de carregador na minha loja.

P. Então o senhor acha que acaba não influenciando, seria isso?



E. 7. Exatamente. Na verdade eu digo que influencia dependendo do valor do produto.

P. Ah, perfeito. Então posso colocar um concordo?

E. 7. Parcialmente. Aí é com essa justificativa, dependendo do valor do produto.

P. E realmente é isso o que ocorre na prática, NE doutor.

E. 7. Sanduicheira, por exemplo. Sanduicheira os caras (sic) compram a sanduicheira de R\$ 50,00 na 25 de Março por que é simples, é uma resistência e uma chapa, vai funcionar até a hora que a chapa começar a ficar aquele teflon vagabundo (sic), aí joga fora e compra outra. É mais barato que ele comprar e pagar e o dobro na minha, por que eu tenho um custo, a garantia e etc.

P. Perfeito.

P. O atendimento das exigências trazidas pelas normas de defesa do consumidor gera custos para a sua empresa? A questão da troca, todos os benefícios que o consumidor tem?

E. 7. Num primeiro momento sim.

P. O senhor tem idéia doutor de quanto do faturamento da empresa é destinado pra atender, pra pagar esses custos? Eu tenho alternativas se o senhor quiser. O senhor acha que menos de 1%, entre 1% a 3%, 3% a 5% ou mais do que 5% do faturamento da xxxxxxxx é destinado para atender as exigências do código de defesa do consumidor? Não só a questão de troca, todas elas, nós temos a questão dos cartazes, a forma de exposição dos produtos, questão de publicidade?

E. 7. Baccin, eu não tenho a menor noção dessa informação.

P. Não? Não tem problema.

P. Nos casos em que sua empresa por determinação judicial baseada no código de defesa do consumidor é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para o cliente em virtude de vício qual o percentual aproximado deste valor é destinado ao fabricante? Se é que é repassado ao fabricante, no caso uma geladeira deu problema e eu fui obrigado a trocar a geladeira para o cliente, então isso é repassado ao fabricante?

E. 7. Sim.

P. Certo. O senhor tem idéia do percentual? Eu tenho as alternativas, mas o senhor não é obrigado a responder doutor. Menos de 5%, entre 5% e 25%, 25% a 50%, 50% a 75%?

E. 7. Com relação ao custo eu tenho, se a culpa foi do produto, eu recupero esse produto, encaminho ao fabricante e sou reembolsado no valor total do produto.

P. Exato. Entendido.

E. 7. Se for um produto com defeito e esse defeito foi ocasionado, por exemplo, é... Nós temos uma troca que nós chamamos de “zero hora”, quer dizer, se o cliente comprar um produto e nos primeiros dias esse produto der um defeito, ele procura a minha loja, me devolve o produto na caixa com todos os acessórios, imediatamente eu troco o produto pra ele e encaminho esse (produto com defeito) para o fabricante.

P. Perfeito.

E. 7. O fabricante se vira com esse produto.

P. É um procedimento semelhante, muito semelhante ao nosso. É tranquilo. Mas doutor, até para o senhor entender a questão da pesquisa, NE, o que eu vejo... Estou fazendo a pesquisa com outras empresas e esse é um impacto que acaba surgindo, claro, para as grandes varejistas e aparentemente, não finalizei a pesquisa

ainda, ele não tem o impacto por que ele acaba tendo um ressarcimento do fabricante, mas eu vejo que isso não ocorre nos pequenos varejistas.

E. 7. Com certeza. Ele não tem nem força pra isso. Na verdade eu e você, se você encostar no fabricante e falar assim: “Não meu irmão (sic), o que é isso? O produto não está funcionando é o 18º ou 3º que está dando problema, se vira.”. Aí a minha área comercial tem força pra chegar no fabricante, o coitado do pequeno varejista não tem, ele compra dois produtos daquele em seis meses.

P. É, e acaba impactando. Então ta.

P. A questão é bem semelhante, ta. Nos casos em que sua empresa por determinação judicial baseada no cdc é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para o cliente em virtude de vício, estamos falando somente de vício mesmo, vício de produto, qual percentual aproximado deste valor é repassado para o custo do produto? Se é que é repassado, NE doutor, até pela sua resposta anterior?

E. 7. Uhum. É, quanto ao produto em si, ele é reintegrado ao serviço 100%, quanto ao valor de indenização, normalmente são as ações que a gente deixaria ir até a sentença. Na prática, nas ações judiciais a gente faz uma força tarefa com o fabricante para o fabricante comparecer na ação, mesmo não sendo parte ainda, e propor o acordo ao cliente.

P. Claro. Pra evitar um custo maior.

E. 7. É. Isso. Normalmente essas ações não chegam a ser sentenciadas por que mesmo se o cara (sic) for lá e ficou com uma geladeira que ficou seis meses sem funcionar, dois meses, três meses ele não espera uma eventual condenação por dano moral e ainda oferece qualquer coisa lá para o cliente e sem (...). Se acaso houver condenação, vai muito do relacionamento. Se fosse pra chutar eu chutaria meio a meio.

P. Meio a meio? Perfeito.

E. 7. Quando não é integral no momento anterior a audiência.

P. Ta. E só pra comentar doutor, isso seria repassado ao custo do produto de alguma forma?

E. 7. Como?

P. Ao consumidor que eu digo, desculpe.

E. 7. Não, então não entendi.

P. Na verdade a pergunta é só pra uma questão técnica, seria repassado esse custo da indenização, ele seria repassado de alguma forma ao custo do produto?

E. 7. Não, não, ao custo não.

P. Ao custo não?

E. 7. Ao custo não. A não ser, pelo menos pra mim não. E eu acredito que como não são todas as empresas que utilizam essa prática, eu acredito que o fornecedor também não repassa isso para o preço do produto, para os próximos produtos.

P. Até foi uma questão que depois com o orientador foi feita e na hora me dei conta doutor, quem dá o preço é o mercado, NE?

E. 7. Exatamente.

P. É quem dá o preço é o mercado, mas infelizmente eu tenho que seguir o protocolo.

P. Doutor, vou lhe explicar antes de fazer a pergunta. A Construção civil quando vai compor o preço de um produto, ela sempre estima assim 10% a mais por problemas eventuais que possam surgir durante a obra, ela coloca isso até no próprio

orçamento dela, certo? A questão do varejo, ele tem essa prática? Vou ler a questão para o senhor: para a composição dos preços dos produtos colocados a venda o valor despendido para atender exigências futuras – custos ex post – das normas de defesa do consumidor são considerados? Ou seja, dentro da composição do preço pode ser que no futuro surja alguma questão ou alguma reserva técnica. Vocês colocam alguma reserva técnica no sentido de despesas de possam vir surgir por causa de uma legislação nova, alguma exigência nova?

E. 7. Não, negativo.

P. Negativo? Então vou colocar aqui para registro um discordo plenamente doutor.

E. 7. Exatamente.

P. Sua empresa já identificou algum comportamento oportunista de clientes se utilizando das normas de defesa do consumidor para benefício próprio?

E. 7. Sim.

P. Já? O senhor tem algum exemplo do que mais ocorre?

E. 7. O que mais ocorre são, e isso ocorre comigo e com vários outros. Pequenos erros de anúncio de preço de produto, isso é muito comum nas redes sociais, existe inclusive grupos nas redes sociais que fiscalizam as empresas pra ficar atentos a oportunidades, vamos dizer assim, então o Walmart ou o Xxxxxx enfim, vai subir o produto e o rapaz do comercial coloca a imagem do produto e na hora de colocar o preço e por algum erro, ao invés do Iphone 5 custar R\$ 2.199,00, custou R\$ 219,00, faltou um zero. E ele sobe esse produto para o site, de maneira equivocada, e existem grupos de clientes, que na verdade eu considero que não são clientes, são oportunistas, que a hora que identificam uma falha dessas em qualquer varejista, ele já joga para a rede inteira e já efetua a compra de dois, três, quatro aparelhos e estimulam que os outros participantes dessa rede comprem também os mesmos aparelhos e utilizam depois o cdc dizendo que: “Olha, o anúncio foi legítimo, o preço tava lá e eu efetuei três compras e sou detentor do direito de ter esses três aparelhos. Isso a gente identifica em grande monta.

P. Coincidentemente nós tivemos o mesmo problema, até o exemplo que o senhor citou nós tivemos do Ipad mini, infelizmente ocorreu exatamente isso. Nós aqui da Xxxxxx tivemos um erro de anúncio bem do Ipad mini ainda, inclusive.

E. 7. É, isso é uma dó. É uma (sic) dó por que eu digo o seguinte, o Brasil tem a fama do país dos espertos. A gente aprende a ser honesto, a ser verdadeiro, mas recebemos bombardeios de condutas inadequadas e acabam sendo, enfim, os oportunistas acabam tendo um ponto a mais.

P. Claro. Doutor, para registro seria então um concordo plenamente já que o senhor mencionou que já houve comportamentos oportunistas, NE?

E. 7. Sim.

P. Em sua opinião existe o risco de concorrência desleal de produtos importados diretamente pelo consumidor, vou dar um exemplo aqui – Aliexpress - sem que o varejista estrangeiro fique sujeito aos mesmos riscos e controle que o varejista brasileiro? O senhor acha que existe esse risco de uma concorrência desleal com produtos importados diretamente pelo consumidor?

E. 7. Eu acredito que sim. Concordo totalmente, até por que eu acho que o processo de venda é a venda de um produto e a aquisição de outro, NE, então eles não estão nas mesmas regras, eles não cumprem os mesmos prazos, não cumprem prazo de entrega, enfim, tudo isso o custo dele já é diferente do meu.

P. Ah, perfeito. Doutor Luiz, muito obrigado.

## ENTREVISTA 9

**Realizada em 18 de fevereiro de 2015.**

Obs. A entrevista foi realizada em sala com ruídos externos.

Identificação: xxxxx

Cargo que ocupa: Assessor jurídico

Tempo de empresa: 7 anos

Tempo no cargo: 20 anos

Formação: Formado em Contabilidade, Administração de empresas

P. Na sua visão existe a possibilidade de um mercado livre, na relação entre a sua empresa, a xxxxxx e o consumidor, ou seja, sem a existência das normas de defesa do consumidor? xxxxx, como você trabalha a mais tempo na xxxxx, trabalha há vinte anos, provavelmente você pegou um tempo que não existia o código de defesa do consumidor. Você acha que existe a possibilidade de voltarmos, tipo assim, de não existir mais ou de um mercado livre na relação da xxxxx sem o código de defesa do consumidor atualmente?

E. 8. Não. Na atual conjuntura econômica não tem como por que hoje o que se atingiu com o código de defesa do consumidor, depois da implantação dele, acho que foi em 1990, acredito que hoje não tem mais como a gente tirar, o que a gente deve fazer é aperfeiçoar ele, por que ele vem com algumas falhas. Por que hoje os serviços, a abrangência maior hoje nos serviços onde ele tem alguma dificuldade maior, inclusive jurídica, mas na relação comercial quanto à qualidade de produtos, cada vez a qualidade está aumentando em razão do código de defesa do consumidor, que ele exige que cada vez mais os competidores, os fabricantes façam produtos similares mas com garantias que realmente vão ter uma garantia mínima, uma durabilidade mínima exigida por lei.

P. Muito bom. Então para registro doutor seria um discordo plenamente, o senhor acha que não tem possibilidade nenhuma ou seria um discordo?

E. 8. Justamente. Discordo plenamente.

P. Plenamente? Perfeito.

P. As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor em relação à xxxxx aumentam a burocracia interna?

E. 8. Com toda certeza aumenta sim. Até a gente tem dentro da empresa um setor especializado, subordinado a minha pessoa, a gente tem uma pessoa básica que só trata desse tipo de relação, ou seja, hoje o consumidor não busca muito o PROCON, ele busca muito mais vezes o pequenas causas, faz um atalho.

P. Claro. Para registro, Arnildo, seria um concordo plenamente, concordo, discordo em relação que aumenta a burocracia?

E. 8. Eu concordo.

P. Concorde? Perfeito.

P. No seu entendimento quais os principais impactos econômicos positivos das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos? O que o código de defesa do consumidor trouxe de impacto econômico positivo na sua opinião?

E. 8. Como te disse antes, o que tem de positivo é a qualidade dos produtos que estão realmente superiores, estão direcionados numa direção (sic) que cada vez eles vão ser mais duradouros, vão ter mais simplicidade na operação por que é uma exigência que tem que ter no mínimo condições de qualquer um que adquirir tem que pegar e saber manusear e tem que ter no mínimo a garantia de que ele vai

funcionar por um tempo que basicamente é lei. Ele tem uma durabilidade mínima, então isso é algo positivo com certeza.

P. Alguma redução de custos, alguma coisa de impacto direto na CR Diementz por causa do código de defesa do consumidor, em virtude do código, alguma coisa nesse sentido, teve alguma assim na CR Diementz?

E. 8. Não. Até por que as nossas reclamações elas são pequenas, então elas não trazem maiores problemas. Normalmente como a gente é uma empresa ainda de grupo familiar, a gente tem uma relação maior com o cliente, ou seja, a gente tem uma proximidade, a gente faz um intercâmbio e tenta resolver já na área amistosa, como se diz, na área administrativa.

P. Claro. Vamos lá.

P. No seu entendimento quais os principais impactos econômicos negativos das normas de defesa do consumidor para o setor varejista de eletrodomésticos? O que trouxe de negativo essas normas? Falando no aspecto econômico.

E. 8. A princípio pra nós não tem influência negativa, mais eu diria positivas por que ele traz uma relação mais estreita entre consumidor e a empresa, então aspectos não vejo muito, a não ser as vezes que você tem a reclamação de um cliente que não tem nem procedência, então ele pode sim entender que a empresa não atendeu as necessidades e você poderá perder um cliente, mas isso é muito remoto.

P. Aumento de custos não teve em virtude desses processos? Porque o senhor mencionou processos, xxxxx, que agora o consumidor está entrando direto no juizado especial cível, como o senhor mencionou, isso não gerou um aumento de custos para a xxxxx em virtude desses processos?

E. 8. Com certeza ele gera um custo, mas o impacto não é grande, mas ele gerou um custo sim, até por que tem além de uma funcionária base específica, temos advogados que atuam diretamente em audiências na área do (...), então ele trouxe um custo sim, só que diluído como um todo ele significa uma parcela muito pequena.

P. Pequena. Entendi. Perfeito.

P. As exigências impostas pelas normas de defesa do consumidor, na sua opinião, influenciam o equilíbrio entre grandes e pequenos varejistas de eletrodomésticos? O senhor acha que o código de defesa do consumidor de alguma maneira ele influencia com os grandes players varejistas em relação aos pequenos?

E. 8. Eu diria que sim. Uma grande empresa tem uma estrutura bem maior montada em relação às pequenas. As pequenas têm às vezes dificuldades de como resolver certas questões.

P. Claro. Entendi. Perfeito. Então só para registro seria um concordo plenamente, concordo que influencia?

E. 8. Concordo.

P. As garantias que o CDC concede aos consumidores, na sua opinião, beneficiam as redes varejistas de eletrodomésticos formais em relação à informalidade? No caso estou me referindo a comércio ambulante, camelôs. O senhor acha que as garantias que o CDC concede beneficiam as redes formais em relação a essa informalidade?

E. 8. Com certeza, com certeza. Por que as informais (empresas) pra começar não tem nem documentação hábil para ter uma reclamação, então influencia sim.

P. Certo. Para registro seria um concordo plenamente, concordo?

E. 8. Concordo.

P. Concordo? Perfeito.

P. O atendimento das exigências trazidas pelas normas de defesa do consumidor gera custos para a sua empresa? Até acho que o senhor respondeu isso na questão anterior, xxxxx? Só para registro, geram custos?

E. 8. Sim.

P. Certo. O senhor saberia especificar Arnildo, qual o percentual do faturamento é destinado para o atendimento dessas exigências? Eu tenho alternativas para lhe ajudar: menos de 1%, entre 1% e 3%, 3% a 5% ou mais de 5%? Qual percentual aproximado do faturamento vocês utilizam para o atendimento das normas de defesa do consumidor?

E. 8. Menos de 1%.

P. Menos de 1%? Excelente.

P. Nos casos em que a xxxxx por determinação judicial baseada no código de defesa do consumidor é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para o cliente em virtude de vício qual o percentual aproximado deste valor é destinado ao fabricante? Se é que é repassado ao fabricante?

E. 8. Normalmente a gente faz uma avaliação. Se o problema é na origem a gente faz o repasse total, por que se é um vício do produto o repassador do produto, que é a empresa, não tem nenhuma responsabilidade direta. A responsabilidade fica com o fabricante. Então nesse sentido a gente repassa todo o valor.

P. Em média, vamos botar assim em média, seria... Eu tenho as alternativas: menos de 5%, entre 5% e 25%, 25% e 50%, 50% e 75%, em média o que ocorre? Ou mais de 75%?

E. 8. O repasse?

P. É repassado ao fabricante?

E. 8. O repasse é 100%.

P. 100%? Perfeito.

P. Nos casos em que sua empresa por determinação judicial baseada no cdc é obrigada a trocar um produto ou pagar uma indenização para o cliente em virtude de vício qual percentual aproximado deste valor é repassado para o custo do produto? O senhor está me dizendo que passa 100% para o fabricante, então qual seria o percentual repassado para o cliente, se é que é repassado algum custo para o cliente?

E. 8. Ele não entra no custo de venda para o consumidor, NE? Não é repassado então nem entra no custo da mercadoria vendida.

P. Perfeito, perfeito. Obrigado.

P. Para a composição dos preços dos produtos colocados a venda o valor despendido para atender exigências futuras – custos ex post – das normas de defesa do consumidor são considerados? Deixa eu lhe explicar essa questão Arnildo, que ela é um pouco mais complicada. A construção civil, por exemplo, quando faz um orçamento de venda de uma construção ela coloca lá um percentual de 10%, 15% que seriam para problemas eventuais que possam ocorrer, ela já coloca isso quando faz um orçamento. A xxxxx pra venda dos produtos, ela coloca um percentual para a composição do preço já prevendo exigências futuras do código de defesa do consumidor?

E. 8. Não. Hoje não. Hoje não se tem nem esse consentimento por parte da direção por que a gente não encara o comércio e os serviços assim. Agora, claro, num outro ramo a coisa muda de figura, como se diz na gíria. Acho que tem que repassar. Mas no nosso caso eu acho que não.

P. Não? Perfeito. Para registro seria um discordo, discordo plenamente?

E. 8. Discordo.

P. Discordo? Perfeito.

P. Sua empresa já identificou algum comportamento oportunista de clientes se utilizando das normas de defesa do consumidor para benefício próprio?

E. 8. Com certeza. Já tivemos casos que teve clientes que quiseram se aproveitar, mas não tiveram êxito.

P. Ta, que bom. Então para registro com certeza posso considerar como um concordo plenamente?

E. 8. Sim.

P. Perfeito.

P. Sua empresa já deixou de vender alguma mercadoria em razão da insegurança jurídica ou tem receita que isso aconteça?

E. 8. Não.

P. Não? Certo. Nunca ocorreu?

E. 8. Nunca ocorreu.

P. Para registro seria um discordo, discordo plenamente?

E. 8. Discordo plenamente.

P. Discordo plenamente? Perfeito.

P. Em sua opinião existe o risco de concorrência desleal de produtos importados diretamente pelo consumidor sem que o varejista estrangeiro fique sujeito aos mesmos riscos e controles que o varejista brasileiro? Vou dar um exemplo, AliExpress, o pessoal que compra direto pela internet.

E. 8. Com certeza. O comércio desleal ele está cada dia mais nos incomodando, como se diz, por que ele tem uma série de coisas que não são cumpridas. Se você for procurar seus direitos normalmente você não vai encontrar ninguém que possa dar suporte. Aí quem perde com isso é o cliente, mas se ele tivesse pagado 10, 15% a mais no comércio estabelecido ele não teria esses problemas. Então muitas vezes hoje a gente tem que pegar ver o que você vai fazer, onde você vai comprar, avaliar se é vantagem você comprar no mercado paralelo ou você comprar no mercado formal.

P. Excelente. Arnildo, muito obrigado.