



manual de

FISCALIZAÇÃO

das Relações de Consumo

.Sincomavi



Manual de Fiscalização das Relações de Consumo

edição **2018**

ATENÇÃO

As informações contidas nesse manual estão de acordo com as normas legais e regulamentares vigentes na data de sua elaboração, 31 de julho de 2018. Tendo em vista que essas normas sofrem constantes alterações, o aconselhável é que todos os interessados acompanhem cuidadosamente a evolução dos assuntos aqui tratados.

SUMÁRIO

Capítulo 1 :: <i>Introdução</i>	pág. 04
Capítulo 2 :: <i>Procon</i>	pág. 05
Capítulo 3 :: <i>IPEM-SP</i>	pág. 05
Capítulo 4 :: <i>Afixação de Preços</i>	pág. 06
Capítulo 5 :: <i>Informações na Embalagem</i>	pág. 07
Capítulo 6 :: <i>Produtos Certificados</i>	pág. 08
Capítulo 7 :: <i>Produtos Controlados</i>	pág. 10
Capítulo 8 :: <i>Cartazes Obrigatórios</i>	pág. 11
Capítulo 9 :: <i>Fiscalização Orientadora – Dupla Visita</i>	pág. 14
Capítulo 10 :: <i>Comércio Eletrônico</i>	pág. 18
Capítulo 11 :: <i>Conclusão</i>	pág. 19

Capítulo 1 :: *Introdução*

Inúmeros órgãos, agências reguladoras e autarquias repartem entre si a responsabilidade por verificar a conduta na atuação das empresas brasileiras. Com tamanha quantidade de siglas e regras, muitas pessoas se aproveitam da situação para agir de má fé, se apresentado falsamente como fiscal ou forçando a compra de linhas de produtos por meio da desinformação. Somente três órgãos estão devidamente autorizados a fiscalizar o cumprimento dos direitos do consumidor: Fundação Procon (Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor), Polícia Civil do Estado de São Paulo (Secretaria de Segurança Pública) e IPEM-SP (Instituto de Pesos e Medidas do Estado de São Paulo).

O trabalho desses órgãos ocorre em paralelo, mas, em casos especiais, podem ser realizadas “*blitzes*”, ou seja, operações em conjunto. Enquanto a Polícia Civil realiza o trabalho policial propriamente dito, a partir de indícios de crime contra o consumidor, com a possibilidade até de prisão e denúncia ao Ministério Público, o Procon e o IPEM-SP instauram processos administrativos por meio da lavratura de um auto de infração.



Capítulo 2 :: **Procon-SP**

Para ilustrar como ocorre a fiscalização, pega-se, por exemplo, um produto comercializado que não foi entregue no prazo combinado entre loja e consumidor. O Procon tenta no âmbito da diretoria de atendimento negociar o cumprimento do acordo. Caso não surta o resultado esperado e seja algo rotineiro o comerciante vender, mas não entregar, o caso passa para a esfera da diretoria de fiscalização. A partir daí, é aberta uma averiguação preliminar baseada nos indícios de irregularidade. Acusação confirmada, um auto de infração é lavrado. A princípio impõe-se ao estabelecimento uma multa pecuniária e, após lavramento, começa o processo administrativo com prazo para defesa, apresentação da defesa e, não prosperando, o pagamento da multa.

Desde 12 de janeiro de 2018, com a publicação da Portaria 51, do Procon-SP, foram estabelecidas as diretrizes para a fiscalização orientadora (dupla visita) de microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP), conforme alterações promovidas pela lei complementar 155/16. *Para mais detalhes, leia o capítulo 8 dessa cartilha.*

Capítulo 3 :: **IPEM-SP**

O IPEM (Instituto de Pesos e Medidas do Estado de São Paulo), por sua vez, órgão delegado do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro), é responsável em relação às questões de certificação e metrologia. Uma loja que está vendendo produtos com 200 gramas a menos do que o informado na embalagem está sujeita aos rigores da lei. Como a Fundação Procon não tem condições de apurar tecnicamente esse tipo de irregularidade e o IPEM possui laboratório para tanto, casos com essas características ficam sob sua alçada. Nas situações que estejam ocorrendo erro, o laudo é repassado ao Procon, que lavra um auto de infração. O IPEM, por seu turno, instaura um processo em sua esfera de trabalho.

É muito comum o IPEM, além dos produtos com certificação compulsória ou outro mecanismo de avaliação da conformidade, fazer a análise de componentes cerâmicos para alvenaria, como bloco cerâmico, tijolos cerâmicos maciço e perfurados, elemento vazado, canaleta etc. Além de todos os dados físicos desses produtos, o instituto verifica ainda a documentação de compra e venda, entre outros detalhes. Ou seja, qualquer irregularidade nas notas fiscais será motivo para autuação. Por essa razão, recomenda-se verificar todos dados da operação, inclusive conferir as informações estampadas nas

peças e nas embalagens, como fabricante e CNPJ, e as fornecidas na Nota Fiscal.

||| Atenção Produtos fora de validade e a afixação correta de preços ficam na alçada do Procon-SP e esse órgão ainda possui convênio com a Secretária da Fazenda do Estado de São Paulo (Sefaz). Em outras palavras, caso seja verificado, por exemplo, problemas na emissão de Nota Fiscal, o Procon está apto a informar o problema à Secretaria da Fazenda.

Capítulo 4 :: *Afixação de Preços*

A oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor são explicadas pela Lei Federal 10.962, de 11 de outubro de 2004, que complementa o Código de Defesa do Consumidor (Lei Federal 8.078/90) e foi regulamentada pelo Decreto Federal 5.903, de 20 de setembro de 2006.

A informação de preços deve ser correta, clara, legível, precisa e ostensiva. Ou seja, o preço à vista deve ser sempre divulgado e um possível parcelamento da compra também. É preciso constar ainda no mesmo local a divulgação de suas condições: número e valor das prestações, taxa de juros, TAC e demais acréscimos ou encargos. Não se esqueça de colocar ainda o valor total.

A afixação do preço pode ser feita de várias formas, desde que respeitadas as regras acima. Por meio de etiquetas ou similares afixados diretamente nos produtos expostos à venda no interior da loja ou em gôndolas e prateleiras. Atenção: a face principal precisa estar voltada ao consumidor. O mesmo critério deve ser utilizado para os produtos expostos em vitrines.

Além do uso de afixação direta ou impressa na embalagem do produto, é possível ainda usar código referencial ou leitor de código de barras. No entanto, recomenda-se cuidado nesses casos, pois existe a possibilidade de gerar dúvidas no consumidor, bem como a necessidade de prover a loja, no segundo caso, de leitores ópticos e de sinalização adequada para informar a localização dos equipamentos disponíveis. Vale lembrar ainda que existe a exigência de observar na área de vendas a distância máxima de 15 metros entre qualquer produto e o leitor óptico mais próximo. Outro detalhe importante: é necessário manter um desenho (mapa) da área de vendas contando com a identificação clara e precisa da localização dos leitores ópticos. Isso se mostra importante para fiscalização por permitir demonstrar o cumprimento da distância máxima de

15 metros exigida pela lei.

|||| Importante

A Lei Federal 13.455, de 26 de junho de 2017, autorizou a diferenciação de preços de bens e serviços oferecidos em função do prazo ou forma de pagamento (à vista, parcelado etc.) e acrescentou à lei 10.962 o artigo 5º-A, que conta com a seguinte orientação:

“O fornecedor deve informar, em local e formato visíveis ao consumidor, eventuais descontos oferecidos em função do prazo ou do instrumento de pagamento utilizado”.

Capítulo 5 :: Informações na Embalagem

O comerciante deve ter atenção também em relação às embalagens dos produtos comercializados na loja, que necessitam de uma série de informações:

- Denominação de Venda do Produto e Marca;
- Identificação da Origem (país - fabricante/produtor/importador/distribuidor);
- Identificação do Lote;
- Prazo de Validade (veja mais informações abaixo);
- Quantidade Nominal/Indicação Quantitativa do Conteúdo (de acordo com a portaria do Inmetro nº 157 de 19/08/2002);
- Instruções de Uso do Produto;
- Contato do Serviço de Atendimento ao Consumidor;
- CNPJ do fabricante/produtor/importador/distribuidor;
- Endereço do fabricante/produtor/importador/distribuidor;

- Cuidados de conservação; Simbologia de manuseio, armazenagem e transporte;
- Simbologia de identificação de materiais e de descarte seletivo;
- Para produtos eletroeletrônicos, tipos de entradas/saídas, amperagem etc.; e
- Tradução das informações para o caso de produtos importados.

Vale lembrar que o prazo de validade deve constar em todos os itens comercializados, inclusive ferramentas, ferragens etc. Nesses casos, o recomendado é informar: prazo de validade indeterminado. Muitas empresas são multadas em razão dos dados do produto constarem do pacote principal, mas não nos itens individualmente.

||| Atenção É importante também o comerciante ficar atento às condições físicas da embalagem, que não podem estar danificadas, pois são consideradas pela fiscalização impróprias ao consumo, conforme determina o Código de Defesa do Consumidor. Configuram esse caso as latas amassadas ou enferrujadas e caixas, envelopes e outros tipos de embalagens, como blisters, rasgados, violados ou amassados.

Capítulo 6 :: **Produtos Certificados**

Muitos produtos do segmento estão sujeitos a certificação e etiquetagem compulsórias. Em outras palavras, a certificação é *obrigatória*. Em razão de sua amplitude e mudanças constantes na listagem, o Departamento Jurídico do Sincomavi recomenda aos interessados consultar as informações necessárias diretamente no site do Inmetro: <http://registro.inmetro.gov.br/objetos/>.

||| Atenção O Inmetro altera com certa frequência o endereço das páginas que constam todos os produtos que necessitam certificação e etiquetagem.

Por ser o órgão delegado do Inmetro no Estado de São Paulo, o IPEM-SP possui a total responsabilidade pela fiscalização de instrumentos, processos de medição e qualidade de produtos regulamentados pelo Inmetro. Para cada produto existe um procedimento. Por essa razão, muitos itens precisam contar obrigatoriamente com certificação, etiquetagem ou declaração do fornecedor para serem comercializados. Ou seja, o instituto não se preocupa apenas em fiscalizar o peso e a medida do produto, mas também se o mesmo responde por um determinado nível de qualidade de fabricação, comprovado pelo Selo do Inmetro.

As informações do referido Selo de Conformidade do Inmetro deverão estar expostas na comercialização e divulgação do produto. Isso precisa ocorrer, conforme Portaria n.º 333, de 28 de junho de 2012, e resposta solicitação nº 709399, da Área Técnica do Inmetro, de maneira clara e ostensiva em todos os canais de venda (PDV, comércio eletrônico, hot site) e formas de comunicação (jornal de bairro, folhetos, flyers, revistas etc.). No entanto, para maior segurança nas operações dos comerciantes do segmento e para evitar problemas de interpretação da lei por parte da fiscalização, o Departamento Jurídico do Sincomavi recomenda a reprodução da imagem do selo de conformidade com todos os seus detalhes. Abaixo, a reprodução dos artigos 1º, 2º e 3º, que tratam sobre o tema:

“Art. 1º - Cientificar que os objetos sujeitos à avaliação da conformidade compulsória deverão ostentar, no ponto de venda, de forma claramente visível ao consumidor, o selo de identificação da conformidade do Inmetro, em conformidade com o estabelecido nos Requisitos de Avaliação da Conformidade específicos de cada objeto regulamentado.

§ 1º As informações contidas no selo de identificação da conformidade deverão ser claras, verídicas e estar em conformidade com os modelos estabelecidos nos Requisitos de Avaliação da Conformidade específicos de cada objeto regulamentado.

§ 2º O selo não poderá ser retirado ou ter sua visualização obstruída por qualquer outra informação anexada pelos fornecedores.

Art. 2º - Nos casos em que a comercialização de produto sujeito à avaliação da conformidade seja realizada sem que o produto esteja disponível à vista do consumidor, as informações constantes do seu selo devem estar prontamente disponíveis e ser de fácil acesso.

§ 1º No comércio virtual, inclusive nos sites de intermediação, as informações constantes do selo devem estar visíveis em todas as páginas onde haja a oferta do produto.

§ 2º Em vendas por catálogo, as informações do selo devem estar disponíveis na mesma página da imagem ou identificação do modelo do produto, de forma clara e unívoca.

§ 3º A disponibilização das informações nas páginas onde haja a oferta do produto não elimina a obrigatoriedade da afixação do selo no produto.

Art. 3º - Determinar que em material publicitário físico ou virtual de produto sujeito à avaliação da conformidade, as informações do

selo devem estar disponíveis de forma clara e unívoca junto à imagem ou identificação do modelo do produto.”

Texto completo em <http://www.inmetro.gov.br/legislacao/pai/pdf/PAI000046.pdf>

Capítulo 7 :: **Produtos Controlados**

A fiscalização de agentes da Polícia Federal e da Polícia Civil pode ser motivada pela compra, venda, armazenamento e utilização de produtos controlados. Diversos produtos, especialmente os ácidos, cloro, água raz, soluções limpadoras, alguns tipos de tintas, vernizes, solventes, thinner etc., dependendo da quantidade e da concentração ou grau de pureza, são controlados pelos órgãos já citados e, para serem adquiridos e comercializados, as empresas necessitam se cadastrar nos respectivos órgãos policiais e, em alguns casos, até no Exército. Além disso, é preciso obter as respectivas licenças ou alvarás, pagar as correspondentes taxas e cumprir diversas obrigações administrativas, tais como: o preenchimento de relatórios, mapas, renovações etc.

Veja mais informações:

- Departamento de Capturas e Delegacias Especializadas – DECADE, órgão central da Polícia Civil encarregado pelo setor: <http://bit.ly/2NClgZV>
- Núcleo de Cadastro e Licença da Polícia Federal: <http://www.pf.gov.br/servicos-pf/produtos-quimicos/cadastro-e-licenca>.
- Exército Brasileiro: <http://www.dfpc.eb.mil.br/index.php/perguntas-frequentes> e <http://www.dfpc.eb.mil.br/index.php/legislacao/72>.



A listagem completa dos produtos sujeitos à fiscalização estão disponíveis no site do Sincomavi: <https://bit.ly/3ccInJX>.

Capítulo 8 :: Cartazes Obrigatórios

As legislações municipal, estadual e federal obrigam ainda o comerciante a manter em exposição na loja uma série de cartazes e avisos, além de oferecer um exemplar em boas condições do Código de Defesa do Consumidor para consulta. Os principais casos, que atingem as empresas representadas pela entidade, estão à disposição dos comerciantes para download no site do Sincomavi (<http://www.sincomavi.org.br/cartilhas-e-manuais>):

- Sunab – Portaria Sunab nº 04/94
- Emissão de Documentos Fiscais – Lei Federal 8.846/1994
- Nota fiscal – Lei Federal 8.846/1994
- Sonegar é Crime – Lei Estadual (São Paulo) 9.990/1998
- Atendimento Preferencial – Lei Estadual (São Paulo) 16.756/18 e Lei Municipal (São Paulo) 11.248/1992
- Ambiente Filmado – Lei Municipal (São Paulo) 13.541/2003
- Proibido Fumar – Lei Estadual (São Paulo) 13.541/2009
- Código do consumidor (CDC) – Lei Federal 8.078/1990
- Endereço e Telefone Procon – Polícia Civil – Lei Estadual (São Paulo) 2.831/1981
- Sacolas Plásticas – Lei Municipal (São Paulo) 15.374/2011
- Capacete – Lei Estadual (São Paulo) 14.955/2013
- Violência Contra a Mulher – Lei Municipal (São Paulo) 16.684/2017
- Discriminação Racial – Lei Estadual (São Paulo) 14.187/2010

||| Atenção

As empresas que possuem elevadores em suas dependências, mesmo que o uso seja reservado apenas aos funcionários, necessitam ainda afixar dois avisos:

- **Elevador no andar – Lei Estadual (São Paulo) 9.502/1997**

O aviso deve ser afixado na porta externa e conter a seguinte informação: *“Aviso aos passageiros: antes de entrar no elevador, verifique se o mesmo encontra-se parado neste andar”*.

- **Discriminação – Lei Estadual (São Paulo) 10.313/1999**

A placa deve conter os seguintes dizeres: *“É vedada qualquer forma de discriminação em virtude de raça, sexo, cor, origem, orientação sexual, identidade de gênero, condição social, idade, porte ou presença de deficiência, ou doença não contagiosa por contato social no acesso aos elevadores deste edifício”*.

As lojas com financeiras instaladas dentro de suas dependências precisam ficar atentas ainda com o aviso previsto pela Lei Estadual 14.180/2010 (São Paulo), que dispõe sobre a afixação de placas ou cartazes em instituições financeiras que informem os consumidores sobre desconto na antecipação de pagamento de dívidas.

Placas Vendas Fracionadas :: Utilização não obrigatória

Muitos comerciantes ficam em dúvida sobre se é obrigatória ou permitida a venda fracionada de produtos, como parafusos, pregos, tubos de PVC etc. Na verdade, a legislação deixa claro que isso dependerá das características do item comercializado e dos cuidados tomados pela empresa na hora da venda.

As lojas que não desejam comercializar produtos fracionados, conforme informações do Procon-SP, tem total direito para tanto – confira no link http://www.procon.sp.gov.br/dpe_respostas.asp?id=10&resposta=235 (reprodução na página 13). Isso porque “a embalagem elaborada pelo fabricante deve ser desenvolvida e apresentada para revenda com todas as informações a respeito dos produtos”. Ao retirar o item de seu invólucro original, lacrado, o comerciante acaba por não oferecer ao consumidor as condições consideradas ideais para o consumo, o que é determinado pelo artigo 30 do Código de Defesa do Consumidor.

Por outro lado, essa venda fracionada pode ser feita desde que o lojista tome os cuidados exigidos, além dos

previstos no âmbito do IPI e do ICMS, ou seja, embalar corretamente o produto e, conforme o artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor, apresentar na oferta do produto ou serviço as informações corretas, claras e precisas. Como nem sempre isso é possível, em razão das dimensões originais do item vendido e a falta de espaço físico, o comerciante deverá manter todas as informações necessárias em seu poder para apresentar aos consumidores interessados de forma imediata e sempre que necessário.

Para facilitar esse trabalho de esclarecimento do público e dos órgãos de fiscalização, o Sincomavi produziu dois cartazes que poderão ser expostos na área próxima de vendas desses produtos, para evitar possíveis conflitos. Vale lembrar que os cartazes foram pensados como orientação, não tendo o condão de afastar possíveis penalidades da fiscalização e que o ideal é estabelecer uma estratégia para o tema, venda ou não de produtos fracionados, e deixar em exposição apenas um dos cartazes.

Os cartazes de venda fracionada também estão à disposição dos comerciantes no site do Sincomavi: <http://www.sincomavi.org.br/cartilhas-e-manuais>.

[Portal do Governo](#) | [Cidadão.SP](#) | [Investe SP](#) | [SP Global](#) | [Destaques:](#) 



[Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania](#)



Orientações aos Fornecedores

Verifique nas questões mais frequentes se as orientações atendem suas dúvidas.

SELECIONE O TEMA: [Embalagem, Rotulagem e Etiqueta](#)  [Voltar](#)

Título: 008 - O COMERCIANTE É OBRIGADO A FRACIONAR PRODUTOS EMBALADOS, COMO POR EXEMPLO, EMBALAGEM DE 8 ROLOS DE PAPEL HIGIÊNICO, PACOTE COM 5 QUILOS DE ARROZ, ETC?

A embalagem elaborada pelo fabricante deve ser desenvolvida e apresentada para revenda com todas as informações a respeito dos produtos.

A embalagem original de fábrica, lacrada, deve possuir as condições ideais para acondicionamento dos produtos, mantendo-os próprios para o consumo.

Deste modo, a apresentação do produto, como elaborada pelo fabricante, deve ser preservada, não sendo adequado que o produto seja fracionado para a venda.

(art. 30 do Código de Defesa do Consumidor)

É permitida a reprodução parcial ou total desde que citada a fonte e não alterado o texto.

Outras dúvidas

Caso não tenha sanado sua dúvida utilize o link de Orientação via Eletrônica abaixo.

 [Orientação via Eletrônica](#)

Lembramos que a resposta a sua consulta estará sujeita aos prazos da lei.

[Atendimento ao Consumidor](#)

[Atendimento ao Fornecedor](#)

[Institucional](#)

[Reclamações Fundamentadas](#)

[Procons Municipais](#)

[Empresas autuadas](#)

[Ouvidoria](#)

[Pesquisas](#)

[Portal da transparência](#)

[Sala de Imprensa](#)

[Concurso 2013](#)

[Orientações de consumo](#)

[Publicações](#)

[Legislação](#)

[Projetos e Atividades](#)

[Cursos e Palestras](#)

Capítulo 9 :: **Fiscalização Orientadora – Dupla Visita**

Para tornar claro os critérios adotados pela Fundação Procon-SP em respeito às modificações promovidas pela Lei Complementar 155/16 – Fiscalização Orientadora, foi publicada no Diário Oficial do Estado, em 12 de janeiro de 2018, a Portaria Normativa 51. O objetivo do Procon-SP era esclarecer as atividades e situações cujo grau de risco seja considerado alto para efeito da dupla visita nas microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP). Para maior clareza, as condutas abaixo elencadas são impeditivas ao critério da dupla visita, o que abre a possibilidade de aplicação de multas e outras sanções logo na primeira visita dos fiscais do Procon-SP.

- *Deixar de reparar os danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços e os decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos ou serviços, bem como prestar informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.*
- *Colocar no mercado de consumo produtos ou serviços:*
 - a. *em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial – CONMETRO.*
 - b. *inadequados ao fim a que se destinam ou que lhe diminuam o valor.*
 - c. *em desacordo com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, da rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza.*
 - d. *que acarretam riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, bem como deixar de dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.*
 - e. *que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.*
- *Deixar de empregar componentes de reposição originais, adequados e novos, ou que mantenham as especificações técnicas do fabricante, salvo se existir autorização em contrário do consumidor.*
- *Deixar de cumprir a oferta, publicitária ou não, suficientemente precisa, ou obrigação estipulada em contrato.*
- *Deixar de assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.*

- *Impedir ou dificultar o acesso gratuito do consumidor às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes.*
- *Deixar de comunicar por escrito ao consumidor a abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais de consumo, quando não solicitada por ele.*
- *Deixar de retificar, quando exigidos pelo consumidor, os dados e cadastros nos casos de inexatidão ou comunicar a alteração aos eventuais destinatários no prazo legal.*
- *Fornecer quaisquer informações que possam impedir ou dificultar acesso ao crédito junto aos fornecedores, após consumada a prescrição relativa à cobrança dos débitos do consumidor.*
- *Deixar o fornecedor de manter em seu poder os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem, na publicidade de seus produtos ou serviços, para informação dos legítimos interessados, ou deixar de prestar essas informações ao órgão de defesa do consumidor quando notificado para tanto.*
- *Promover publicidade enganosa ou abusiva.*
- *Realizar prática abusiva.*
- *Deixar de entregar orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.*
- *Submeter, na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente a ridículo ou qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.*
- *Apresentar ao consumidor documento de cobrança de débitos sem informação sobre o nome, endereço e o número de inscrição no CPF ou no CNPJ do fornecedor do produto ou serviço correspondente.*
- *Deixar de restituir ao consumidor, pelo valor igual ao dobro do excesso, quantia indevidamente cobrada.*
- *Inserir no instrumento de contrato cláusula abusiva.*
- *Exigir multa de mora superior ao limite legal.*
- *Deixar de assegurar ao consumidor a liquidação antecipada do débito, total ou parcialmente, mediante redução proporcional dos juros e demais acréscimos.*
- *Inserir no instrumento de contrato cláusula que estabeleça a perda total das prestações pagas em benefício do credor que, em*

razão do inadimplemento, pleitear a resolução do contrato e a retomada do produto alienado.

- Deixar de prestar informações sobre questões de interesse do consumidor descumprindo notificação do órgão de defesa do consumidor.*
- Expor à venda produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, ou perigosos ou, ainda, que estejam em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação.*
- Deixar de informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da nocividade ou periculosidade de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança, ou deixar de adotar outras medidas cabíveis em cada caso concreto.*
- Deixar de comunicar à autoridade competente a nocividade ou periculosidade do produto ou serviço, quando do lançamento dos mesmos no mercado de consumo, ou quando da verificação posterior da existência de risco.*
- Deixar de comunicar aos consumidores, por meio de anúncios publicitários veiculados na imprensa, rádio e televisão, a nocividade ou periculosidade do produto ou serviço, quando do lançamento dos mesmos no mercado de consumo, ou quando da verificação posterior da existência de risco.*
- Expor à venda produtos com validade vencida.*
- Fornecer serviços e/ou deixar de sanar os vícios de qualidade ou quantidade do produto ou serviço, que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, bem como por aqueles decorrentes da disparidade, com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária.*
- Impedir, dificultar ou negar a desistência contratual e devolução dos valores recebidos, no prazo legal de arrependimento, quando a contratação ocorrer fora do estabelecimento comercial.*
- Deixar de fornecer manual de instrução, de instalação e de uso de produto em linguagem didática e com ilustrações.*
- Deixar de redigir com destaque cláusulas contratuais que impliquem na limitação de direito do consumidor, impedindo sua imediata e fácil compreensão.*
- Ofertar produtos ou serviços sem assegurar informação correta, clara, precisa, ostensiva e em língua portuguesa sobre seus respectivos prazos de validade e sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.*
- Deixar de gravar de forma indelével, nos produtos refrigerados, as informações quanto ao seu prazo de validade e sobre os riscos que apresentem à saúde e segurança dos consumidores.*

- *Constituem igualmente exceções ao critério da dupla visita a ocorrência de reincidência, fraude, resistência ou embaraço à fiscalização, assim entendidos:*
 - a. *Reincidência - o fornecedor que, nos últimos 05 (cinco) anos, a contar da lavratura do auto de infração, já tenha sofrido sanção por meio de decisão administrativa irrecorrível;*
 - b. *Fraude - o fornecedor que se utilizar de expedientes tais como: adulteração/desconformidade de produto e/ou rotulagem e/ou data de vencimento, clonagem de layout de terceiro ou outra forma de induzir ou manter o consumidor em erro, ou ainda, realiza a prática infracional que gere consequências danosas à saúde ou à segurança do consumidor, ainda que potencialmente, que ocasione dano coletivo ou ter caráter repetitivo, que a realize em detrimento de menor de dezoito ou maior de sessenta anos ou de pessoas com deficiência, interditadas ou não, ou ainda, em detrimento da condição cultural, social e econômica do consumidor, ou em período de grave crise econômica ou por ocasião de calamidade, ou também, a realize com caráter discriminatório de qualquer natureza, referente à cor, etnia, idade, sexo, orientação sexual, religião, entre outras, caracterizada por ser constrangedora, intimidatória, vexatória, de predição, restrição, distinção, exclusão ou preferência, que anule, limite ou dificulte o gozo e exercício de direitos relativos às relações de consumo;*
 - c. *Resistência ou Embaraço à fiscalização - o fornecedor que tentar e/ou impedir, dificultar, retardar, ou por qualquer fato ou ato causar complicação ou impecilho à realização de diligência fiscalizatória, em seu estabelecimento aberto/acessível ao público consumidor.*

Também são impeditivas à dupla visita as infrações descritas na Lei Estadual 13.541/09 (que proíbe o consumo de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, na forma que especifica) e a 14.592/2011 (que proíbe vender, ofertar, fornecer, entregar e permitir o consumo de bebida alcoólica, ainda que gratuitamente, aos menores de 18 (dezoito) anos de idade), e dá providências correlatas.

O lapso temporal entre as diligências de fiscalização, aplicável nos casos em que for cabível a fiscalização orientadora, ou seja, nos casos em que ocorrerá dupla visita, se dará a qualquer tempo.

Na hipótese de fiscalização orientadora e sem diligência, será encaminhado ao fornecedor ofício, que servirá como instrumento orientador da conduta objeto de apreciação, sem prejuízo da lavratura posterior do auto de infração, na hipótese de confirmação da ausência de adequação da conduta orientada.

Por exclusão, dentre as práticas sujeitas às penalidades pelo PROCON-SP, as listadas abaixo são passíveis da dupla visita. De qualquer maneira orientamos aos comerciantes a sua não transgressão, seja pelo critério de interpretação, já que algumas delas se confundem com as relacionadas acima, seja pela perda da condição da primariedade, já que a reincidência é punida e possibilita que o comerciante já seja multado na primeira visita posterior.

- *Ofertar produtos ou serviços sem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidade, quantidade, composição, preço, condições de pagamento, juros, encargos, garantia e origem entre outros dados relevantes.*
- *Deixar de fornecer prévia e adequadamente ao consumidor, nas vendas a prazo, informações obrigatórias sobre as condições de crédito ou financiamento;*
- *Omitir, nas ofertas ou vendas eletrônicas, por telefone ou reembolso postal, o nome e endereço do fabricante ou do importador na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.*
- *Promover publicidade de bens ou serviços por telefone, quando a chamada for onerosa para o consumidor que a origina.*
- *Promover publicidade de produto ou serviço de forma que o consumidor não a identifique como tal, de forma fácil e imediata.*
- *Falta de exemplar do Código de Defesa do Consumidor;*
- *Deixar de gravar de forma indelével, nos produtos refrigerados, as informações quanto a características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, origem, entre outros dados relevantes.*

Os critérios acima citados se restringem ao âmbito da Fundação Procon no Estado de São Paulo. O comerciante deve ter atenção sobre outras disposições a respeito de defesa de consumidores e/ou produtos controlados com fiscalização realizada por outros órgãos, como Polícia Civil, Polícia Federal, Ministério do Exército etc. Para esses casos, ainda não houve nenhuma manifestação sobre o tema.

Capítulo 10 :: **Comércio Eletrônico**

A relação de consumo realizada por meio de lojas virtuais deve seguir as determinações contidas no Código de Defesa e Proteção do Consumidor. Para elucidar tal quadro, o Governo Federal regulamentou por meio do Decreto 7962, de 15 de março de 2013, a contratação do comércio eletrônico, que abrange simplificadaamente os seguintes aspectos: informações claras a respeito do produto, serviço e do fornecedor; atendimento facilitado ao consumidor; e respeito ao direito de arrepen-

dimento. Vale lembrar que todos os pontos do decreto servem apenas para reforçar os conceitos já estabelecidos no CDC.

Para mais detalhes, leia o decreto na íntegra em <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2013/decreto-7962-15-marco-2013-775557-publicacaooriginal-139266-pe.html>.

Atenção Como já mencionado no capítulo 6 dessa cartilha, é preciso reproduzir de forma clara e ostensiva as informações de produtos certificados em páginas dedicadas à venda ou divulgação do item.

Capítulo 11 :: *Conclusão*

Esse manual serve apenas como um roteiro sobre os principais pontos sujeitos à fiscalização das lojas e não pretende esgotar o assunto. Por essa razão, o Departamento Jurídico do Sincomavi recomenda aos comerciantes que sempre visitem o site da entidade para tomar contato com notícias relacionadas ao tema e para verificar possíveis atualizações desse manual. Para finalizar, vale o alerta a todos os empresários do segmento da necessidade de manter um exemplar do Código de Defesa do Consumidor à disposição de seus clientes. Para maior conveniência, a entidade mantém uma edição atualizada e ampliada em seu site para download: <http://www.sincomavi.org.br/assets/upload/blocos/0d029ed3556cc3010b-fbb9022ded7386.pdf>

Texto atualizado em 31 de julho de 2018

Confira outras publicações gratuitas no site do Sincomavi



www.sincomavi.org.br

.Sincomavi

Sindicato do Comércio Varejistas de Material de Construção, Maquinismos, Ferragens, Tintas, Louças e Vidros da Grande São Paulo
Rua Boa Vista, 356 - 15º andar - Centro - São Paulo - Capital
CEP: 01014-910 - Telefone (11) 3488-8200
sincomavi@sincomavi.org.br - www.sincomavi.org.br