



Carmen Brandão: nem linha residencial nem celular



Ramos: sem movimento na mão por causa de uma cerveja

CONSUMO

Comprando problemas

Lista do Procon mostra que mesmo grandes empresas negligenciam e até humilham o consumidor

Há quatro anos, quando o Código de Defesa do Consumidor foi aprovado pelo Congresso, o cidadão brasileiro ganhou um arsenal de 119 artigos para defender seu próprio bolso. Hoje as armas estão em operação. Usando a força da lei, os consumidores conseguiram alterar as posições no tabuleiro. Suas queixas, cada vez mais numerosas, já não são sumariamente ignoradas como antes. Muitas empresas criaram departamentos para escutá-los e buscar um acordo para resolver as insatisfações dos clientes. Há cinco anos, havia trinta empresas com esse serviço, hoje são 500. Os produtos saem das fábricas melhores, com prazos de validade e em embalagens bem mais informativas.

Mas consumidores e empresas ainda estão longe de uma convivência civilizada. Na semana passada, a Coordenadoria de Proteção e Defesa do Consumidor de São Paulo, que atende a 50% das reclamações de todo o país, divulgou o balanço de suas atividades no ano passado. O número de queixas dobrou. A cada dia apareceram 1 400 novos casos de consumidores lesados para ser resolvidos. Os Estados da Bahia, do Rio de Janeiro, do Paraná fizeram o mesmo. Só em São Paulo a listagem

incluiu 2 016 empresas, algumas grandes e bem conhecidas (veja quadro).

Uma prova de que, apesar dos avanços, ainda há um longo caminho pela frente é o número de prisões feitas pela Delegacia do Consumidor de São Paulo. Nos últimos três meses, foram presas dez pessoas, entre empresários e gerentes. Todas porque, de uma forma ou de outra, quiseram dar um golpe na clientela. Dois exemplos: Delfim Almostrer, diretor da Caoba, representante da Renault, preso porque propagandeou que consertaria imediatamente os carros vendidos e não o fez; Manoel da Nóbrega, diretor da Instal, por ter demorado nada menos que três anos para entregar um circuito de TV. Nóbrega pagou a maior fiança da praça, 100 000 reais, e foi solto.

QUEROSENE — O aumento das reclamações é uma prova de que o consumidor brasileiro está longe de ser um cidadão resignado. Mas esses mesmos dados também mostram uma situação ruim. A maioria dos consumidores tem como via preferencial para defender seus direitos o recurso junto a um órgão oficial ou mesmo uma ação na Justiça. Nos países desenvolvidos, não é preciso chegar a tanto, e a

maioria dos casos acaba resolvida diretamente entre o comprador e o vendedor. Isso acontece porque, nesses países, a maioria das empresas sabe que é melhor tratar bem seu cliente para ficar longe da ação das autoridades. No Brasil, elas ainda esperam vencer o consumidor pelo cansaço e pela resignação.

"Com o código, está tudo lá no papel", diz a presidente do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, Marilena Lazzarini. "É só exigir." A dona de casa paulista Cecília Miron comprou refrigerantes para o aniversário de seu filho em setembro passado. Uma das garrafas de Coca-Cola tinha gosto e cheiro de querosene. Um dos convidados passou mal e vomitou. Cecília achou que "a Coca-Cola não tinha o direito de fazer isso" e foi ao Procon. Quatro meses depois, recebeu uma garrafa de 1,5 litro de Coca-Cola em casa e uma cartinha da empresa dizendo que ela e sua família poderiam visitar a fábrica e tomar quantos refrigerantes quisessem. Ela deu-se por satisfeita. Um caso raro. A Coca-Cola teve 61 reclamações registradas no Procon de São Paulo. Em 90% dos casos não houve acordo.

Existem duas formas clássicas de uma empresa maltratar o consumidor. A primeira delas é entregar um produto com defeito. Isso, por si só, já é muito desagradável. A fábrica de televisores Sharp, por exemplo, é campeã em reclamações por entrega de aparelhos com defeito. Foram 1 158 em 1994. Em compensação, a Sharp reconhece suas falhas e atende quem reclama. Desses casos, resolveu 90%. Dessa maneira, a empresa evita que seu cliente seja submetido a uma situação ainda pior. A de descobrir um defeito e ser obrigado a amargar longas jornadas de cartas, telefo-



GLADSTONE CAMPOS

Gomes: plano de saúde custa 75% da aposentadoria

nemas e audiências em busca de uma solução. Esse problema é comum para quem compra um automóvel. O setor automobilístico se atualizou em tecnologia, mas nem por isso ficou mais educado. O Logus, da Volks, foi lançado de maneira apressada, sem um controle maior, e incomodou muitos compradores. O balanço do Procon mostra, contudo, que a montadora foi mais atenciosa com quem adquiriu o produto. Já o caso da Fiat é diferente.

“Demorou um ano para a Fiat inserir o meu carro”, diz o analista de sistemas Mario Souza, proprietário de um Uno Mille. Quando Souza tirou o seu carro zero-quilômetro da concessionária, não sa-

bia que com ele estava levando um lista infundável de defeitos: problemas no câmbio, na parte elétrica, no motor, na roda e vazamento no porta-malas. Souza queria que seu carro fosse trocado pela Fiat. Não foi. A maioria das 26 reclamações contra a Fiat foi por esse motivo. A empresa diz que só troca um carro quando os defeitos são muitos. Com isso, seu cliente se arrisca a fazer um investimento que desvaloriza antes de terminar o trajeto entre a concessionária e sua casa. É incompreensível. Compare-se quanto pesa um carro zero-quilômetro no faturamento de uma Fiat e o que isso representa no orçamento de um cidadão de classe média.

Existem velhas freguesas das listas do Procon. As seguradoras de saúde, por exemplo. Elas têm uma briga antiga. Só aceitam pagar o tratamento de aidéticos se a Justiça assim determinar. Perdem na maioria das vezes, mas lutam sempre — na esperança de encontrar um juiz que lhes dê razão e fazer economia. Outro motivo para aparecerem nas listas negras são os contratos mal-intencionados com exceções escritas em letras miúdas e, principalmen-

te, os reajustes abusivos e não-autorizados em assembléia pelos associados. Em 1994, a Associação Auxiliadora das Classes Laboriosas ganhou destaque ao constar na lista pela primeira vez e, além de tudo, em primeiro lugar. O Procon apurou que essa entidade havia realizado uma assembléia fajuta para legitimar um reajuste. “Só no final do ano passado as Classes aumentaram em 138% o valor das mensalidades”, diz Roque Gomes, que recebe apenas 240 reais de aposentadoria e terá de pagar 180 reais de seguro-saúde para ele e a mulher.

PAGAR EM MERCADORIAS — Outro departamento complicado é o de locação de imóveis. Uma das recordistas foi a paulistana Gomes de Almeida Imobiliária e Administração, que cobra taxas indevidas pelos serviços prestados. “Os consumidores continuam sujeitos a contratos espertalhões”, diz a supervisora de habitação do Procon, Sônia Cristina Amaro. Vê-se, assim, que nem tudo é sucesso quando se fala em defesa do consumidor. As empresas criaram departamentos para atender a seus clientes, mas segundo a consultora especializada no assunto, Maria Lucia Zulzke, só 30% deles funcionam a contento. “Os demais são marketing.” A relação consumidor-empresa continua truculenta. Proposições de acordos indecorosos são comuns. Há cerca de um ano, o gerente comercial Ailton Ramos cortou o pulso dentro do supermercado Paes Mendonça quando foi apanhar de uma cesta uma garrafa de cerveja Antarctica que subitamente explodiu. Por causa do acidente, ele perdeu parte dos movimentos dos dedos da mão direita. Procurou o supermercado na tentativa de ser indenizado ao menos pelas despesas médicas. Ramos conseguiu uma resposta só quando seu caso chegou aos tribunais. “Eles me propuseram o pagamento em mercadorias”, indigna-se Ramos.

No ano passado, o consórcio curitibano Garibaldi, um dos dez maiores do país, entrou em liquidação judicial. O empresário Milton João Comandoli foi duplamente lesado por conta disso. Ele tinha dois contratos com a empresa, para a compra de uma moto CG 125 e de um Kadett GL. Os dois foram quitados, e ele ainda não viu suas aquisições. “Até agora eles só me enrolaram”, diz o empresário. A enrolação pela qual passou Comandoli é praxe. A romaria da consumidora carioca Carmem Brandão já dura quatro anos. Ela espera que a Telerj transfira seu telefone de endereço. Azarada e insistente ela comprou um celular, que também não funciona direito. A Telerj — como a Telesp — é uma das campeãs de reclamações, mas resolve, mesmo com demora, 80% das solicitações registradas no Procon.

Na lista negra dos consumidores

Empresas grandes e conhecidas estão entre as que mais desprezaram os consumidores em 1994. Exemplos:

ASSOCIAÇÃO AUXILIADORA



A maioria das 425 reclamações foi contra mudanças nos benefícios oferecidos pelos planos de saúde. O Procon promoveu uma ação cível coletiva e conseguiu favorecer os associados



Os problemas mais comuns são atrasos cometidos pela empresa na instalação e transferência das linhas telefônicas. Das 1 176 queixas, cerca de 80% só foram resolvidas com a intermediação do Procon



A Volkswagen teve 56 queixas e chegou a um acordo em 75% dos casos. A Fiat teve 26, mas só atendeu à reclamação de 56%. A Fiat é acusada de entregar carros zero com defeito e não aceitar troca



A principal reclamação contra a Sharp é de pessoas que compram aparelhos com defeito. Dos 1 158 casos do Procon, estima-se que 90% foram resolvidos com a entrega de um produto novo ao consumidor



Quase todas as 61 reclamações são por causa de alteração de gosto, odor ou aspecto e mesmo pela presença de sujeira dentro da garrafa. Só em 10% dos casos a empresa entrou em acordo com o consumidor



A maior parte dos 800 casos é sobre aparelhos com defeito e atraso na entrega. O Ponto Frio, em geral, tem um papel intermediário e aciona o fabricante. O índice de resolução dos casos é de 95%