
Empresas devem começar a utilizar arbitragem com clientes

Nesses dez anos de arbitragem no Brasil, surpreendeu a todos sua evolução nos diversos segmentos, principalmente no campo do Direito do Trabalho, onde muitas empresas a utilizam para administrar e reduzir o seu passivo trabalhista.

Mas na área do consumidor, onde há uma demanda reprimida de conflitos gerada pela lentidão dos órgãos que se dedicam a esse público, tais como o juizado de pequenas causas, Procon, etc., a utilização da arbitragem ainda é incipiente.

E por que as empresas deveriam utilizar a arbitragem como método de solução de conflitos com seus clientes? É essa pergunta que tentaremos responder.

A lei de arbitragem, em seu artigo 4º, parágrafo 2º, determina que “nos contratos de adesão, a cláusula compromissória só terá eficácia se o aderente tomar a iniciativa de instituir a arbitragem ou concordar expressamente, com a sua instituição, desde que por escrito em documento anexo ou em negrito, com a assinatura ou visto especialmente para essa cláusula”.

Uma das grandes resistências à utilização da arbitragem nos contratos de adesão decorre da sua expressa proibição no Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 51, inciso VII, onde dispõe que “são nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: VII — determinem a utilização compulsória de arbitragem”.

Assim, a única vedação é pela compulsoriedade da cláusula compromissória, ou seja, a empresa exigir a sua aplicação, não dando ao consumidor a opção de escolher outra forma de solucionar o conflito.

Mas, resolvida essa questão de forma que o consumidor exerça cristalina sua opção pela arbitragem iniciando o procedimento arbitral, ficará, então, superada a única vedação hoje existente. Nesse modelo contempla também a segunda parte do parágrafo 2º. (desde que por escrito em documento anexo ou em negrito, com a assinatura ou visto especialmente para essa cláusula).

Ora, mas para que o consumidor possa iniciar a arbitragem ele precisa de algumas informações:

1º) que a empresa da qual ele se propõe a consumir seu produto/serviço aceite a arbitragem;

2º) essa aceitação deve estar expressa ou no contrato ou pelo menos ser informado por meio de suas centrais de atendimento (nesta última hipótese, a arbitragem seria autorizada por meio do compromisso arbitral);

3º) qual entidade ele, consumidor, deverá procurar para iniciar esse procedimento.

Evidentemente que a empresa que queira se utilizar da arbitragem nos relacionamentos com seus consumidores não poderá fazê-lo de forma simplista, apenas colocando no papel. Deverá desenvolver e inserir em seus manuais de conduta uma política de solução de conflitos, contendo nela a arbitragem e

outros tantos métodos e etapas a serem percorridas pelo consumidor para resolver sua pendência.

Atualmente, as empresas procuram dar o melhor atendimento possível aos seus clientes e isso contempla as Centrais de Atendimento e os *ombudsmans*, todos eles empenhados em solucionar as insatisfações, porém nem sempre com sucesso. Ao contrário, na maioria das vezes, os consumidores se sentem negligenciados, desprestigiados e humilhados pelo tratamento recebido, pois se vêem obrigados a percorrer um longo, penoso e tortuoso caminho enfrentando as enormes filas dos Procons e juizados de pequenas causas, na tentativa de ver, minimamente, seus direitos atendidos.

Mas, se a empresa demonstrar, já no contrato, que sua política de tratamento ao consumidor não é o de postergar sua solução, mas sim o de proporcionar mecanismos justos e céleres de forma que, ao não encontrar resposta que atenda aos interesses de ambos, na esfera administrativa (Procon), o consumidor terá a tranquilidade de saber que poderá iniciar uma arbitragem — método imparcial, informal, especializado, rápido e sigiloso — pela qual em menos de seis meses terá a sua contenda resolvida ou por meio de acordo ou por meio de sentença arbitral, cuja força é idêntica à sentença judicial. É claro que a empresa precisaria adequar sua estrutura para essa nova política, de forma que o consumidor, ao indagar sobre esse método, tenha todas as respostas de forma clara e objetiva.

E quais seriam as vantagens para empresa e consumidor adotarem a arbitragem como solução de seus conflitos? Para a empresa:

- 1) estaria dando mais uma opção, pois caso o consumidor não deseje a arbitragem, ficará livre para procurar o Judiciário. Atualmente, a empresa só tem a opção do Judiciário;
- 2) sua imagem não ficaria exposta, já que a arbitragem é sigilosa, reduzindo assim o desgaste perante a opinião pública e as estatísticas dos órgãos oficiais;
- 3) não demandaria energia desnecessária na solução desses conflitos visto que o procedimento arbitral, como já dito, é rápido, sigiloso, informal e imparcial;
- 4) redução de custos diretos e indiretos;
- 5) conquistaria a confiança do cliente, pois passará a imagem de empresa que se preocupa com o consumidor atendendo-o da melhor forma possível;
- 6) caso apenas uma ação — de todas as possíveis ações no Judiciário — deixar de ser solucionada na arbitragem, já terá valido a pena para a empresa.

Para o consumidor:

- 1) já saberá, com antecedência, que a empresa não terá interesse em postergar a solução; ao contrário, que ela busca justamente atender o consumidor da melhor forma possível;
- 2) solução rápida;
- 3) opção em escolher entre o Judiciário e a arbitragem — atualmente o consumidor só tem a opção do

primeiro;

4) redução de custos, pois a agilidade da arbitragem permitirá um menor gasto de tempo, de honorários de advogados, etc.

A empresa que decidir adotar esse mecanismo terá como lição de casa a pesquisa e a escolha de uma entidade séria, idônea, com expertise nessa área (que saiba atender o consumidor). Ao consumidor caberá, também, tomar conhecimento do que seja a arbitragem, visitando a entidade indicada, tirando suas dúvidas e expondo suas inquietudes, pois o objetivo é que ele sinta confiança na entidade e tranquilidade na opção escolhida.

Date Created

27/11/2006