

Opinião: Compliance consumerista e aumento do e-commerce

Segundo dados informados por Procons de diversos estados do país, a demanda por compras *online* cresceu significativamente com a pandemia do Covid-19 e, com ela, o consequente aumento de



Foi registrado um aumento de 285% nas reclamações por

compras *online* de 2019 para 2020, de acordo com estudo realizado pelo Procon de São Paulo em pesquisa publicada em janeiro deste ano, tendo como principais reclamações o atraso ou a não entrega dos itens adquiridos e, principalmente, o aumento de cobranças indevidas [1].

Os dados refletem o despreparo das empresas ao se depararem com aumento de demandas *online* e a falta de uma boa política de *compliance* consumerista, repercutindo na reputação e imagem da empresa frente aos consumidores.

O termo *compliance* origina-se do verbo *to comply*, o qual significa, em uma tradução literal, "cumprir", "executar", agir em conformidade com as regras internas da empresa, de acordo com procedimentos éticos e normas jurídicas externas vigentes. Segundo o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), *compliance* se apresenta como "*um conjunto de medidas internas que permite prevenir ou minimizar os riscos de violação às leis decorrentes de atividade praticada por um agente econômico e de qualquer um de seus sócios ou colaboradores*" [2].

O artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor trata a respeito da Política Nacional das Relações de Consumo, em seu inciso V, pois prevê que os fornecedores devem proporcionar meios eficientes no controle de qualidade e segurança de seus produtos e serviços, assim como, mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo, a fim de evitar sanções administrativas, tais como autuação pelos órgãos de defesa do consumidor.

O legislador demonstrou, em seu artigo 6º, VI, entre os direitos básicos do consumidor, preocupação com a prevenção de danos aos consumidores listando: "*A efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos*".



A pandemia acelerou a urgente necessidade de empresas por procura de outras formas de implementação da lei consumerista, fundadas na prevenção. Com a adoção de um programa que envolva controles internos, gestão de riscos, fiscalização e que tenha por objetivo preservar os interesses dos consumidores das empresas, é possível observar uma visível redução no número de lesões e reclamações pelos consumidores. Observa-se, assim, que, com a implementação do *compliance*, o fornecedor é visto com maior credibilidade pelos consumidores, pois coíbe práticas abusivas e estimula a diminuição dos riscos do negócio para que possa, assim, atender da melhor forma possível aos consumidores [3].

Em um mercado competitivo, ações judiciais e administrativas em torno da defesa do consumidor podem se tornar caras. As vantagens da implementação de uma boa política de *compliance* pelas empresas são inúmeras, pois melhora a reputação da empresa perante o consumidor e torna o fornecedor mais atrativo para investimentos [4].

De acordo com artigo publicado em janeiro de 2021, constata-se que, através de programas efetivos de *compliance*, agentes privados tornam-se aliados ao Estado, tendo em vista que incentivam uma cultura de ética e cumprimento da lei: *"Desde a implantação de regras de conformidade de todas as operações da empresa, até o monitoramento de seu cumprimento e investigação de possíveis transgressões"* [5].

No Brasil, o *compliance* ganhou espaço principalmente a partir dos escândalos de corrupção que emergiram em 2013, a partir da operação "lava jato" e da edição da Lei 12.846, de 1º de agosto de 2013 — Lei Anticorrupção, a qual dispõe sobre a responsabilização administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a Administração Pública, nacional ou estrangeira [6].

Portanto, haja vista a explosão de ações em andamento, o processo judicial torna-se cada vez mais um instrumento desgastante, tanto financeiramente quanto emocionalmente para ambas as partes — consumidor e fornecedor —, fazendo com que se busque algo mais apropriado e menos moroso, como forma de prevenção de litígios. Dessa forma, sendo o *compliance* um instrumento de mitigação de riscos com finalidade preventiva, é altamente recomendado sua aderência pelas empresas. Através dele, é possível à empresa elaborar um código de conduta interno em conformidade com as leis vigentes no nosso ordenamento jurídico.

[1] PROCON-SP. Crescem reclamações contra compras online. Disponível em: <https://www.procon.sp.gov.br/crescem-reclamacoes-contracompras-online/>. Acesso em: 13/04/2021.

[2] CARVALHO, André Castro Carvalho. ALVIM, Tiago Cripa. BERTONCELLI, Rodrigo de Pinho. VENTURINI, Otavio. Manual de Compliance. Rio de Janeiro: Forense, 2019. Acesso em: 14/04/2021.

[3] CARPENA, Heloísa. O compliance consumerista e criação de um mercado ético e produtivo. Disponível em: https://www.conjur.com.br/2018-ago-01/garantias-consumo-compliance-consumerista-criacao-mercado-etico-produtivo#_ftn1. Acesso em: 20/04/2021.



[4] DENSA, Roberta; DANTAS, Cecília. Compliance, um valioso instrumento em defesa do consumidor. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2021-jan-13/garantias-consumo-compliance-valioso-instrumento-defesa-consumidor>. Acesso em: 14/04/2021.

[5] DENSA, Roberta; DANTAS, Cecília. Compliance, um valioso instrumento em defesa do consumidor. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2021-jan-13/garantias-consumo-compliance-valioso-instrumento-defesa-consumidor>. Acesso em: 14/04/2021.

[6] SOUZA, Claudia Aparecida Ferreira. Compliance consumerista: uma forma de mitigar litígios e elevar a credibilidade da empresa. Disponível em: <https://www.google.com.br/amp/s/amp.ambitojuridico.com.br/Cadernos/direito-do-consumidor/compliance-consumerista-uma-forma-de-mitigar-litigios-e-elevar-a-credibilidade-da-empresa/>. Acesso em: 15/04/2021.

Date Created

01/05/2021