



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 3.742, DE 2012 **(Do Sr. Marco Tebaldi)**

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, obrigando os estabelecimentos que comercializam serviços de telecomunicações a prestarem atendimento de pós-venda.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 2522/2007.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, obrigando os estabelecimentos que comercializam serviços de telecomunicações a prestarem atendimento de pós-venda.

Art. 2º Acrescente-se o art. 35-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, com a seguinte redação:

"Art. 35-A. As lojas e pontos de venda que forem autorizados pelas prestadoras de serviços de telecomunicações a comercializarem seus serviços são obrigados a prestar atendimento de pós-venda ao consumidor, incluindo serviços de encaminhamento para assistência técnica, solução de problemas com a fatura e cancelamento de assinatura, entre outros.

Art. 3º Esta Lei entrará em vigor 90 (noventa) dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A reforma da legislação do setor de telecomunicações implementada pelo Governo Federal na década de 90 gerou benefícios inegáveis para a população brasileira. A partir da aprovação do marco regulatório instituído pela LGT, em 1997, o País experimentou um acelerado processo de massificação dos serviços de telecomunicações. Como resultado desse esforço, em março deste ano, o Brasil superou a expressiva marca de 250 milhões de linhas de telefonia móvel em operação.

Apesar dos progressos conquistados, a qualidade do atendimento prestado aos usuários dos serviços de telefonia, banda larga e TV por assinatura ainda deixa muito a desejar. Ano após ano, as empresas de telecomunicações permanecem entre as líderes de reclamações junto aos órgãos de defesa do consumidor, situação que contrasta com a pujança dos lucros bilionários auferidos pelas operadoras.

O mau atendimento decorre, em grande parte, da falta de compromisso das operadoras com os serviços de pós-venda. Mais preocupadas em incrementar suas bases de clientes, as empresas optam por investir pesadamente apenas em campanhas de *marketing* e de ações de terceirização de vendas, deixando vulneráveis atividades fundamentais para a boa prestação dos serviços, especialmente aquelas vinculadas à pós-venda.

Os pontos de vendas credenciados pelas prestadoras, embora disponham de plena capacitação para ofertar e comercializar os serviços de telecomunicações, não recebem das operadoras a delegação para solucionar nem mesmo problemas de baixa complexidade, como o cancelamento de assinaturas e o encaminhamento de aparelhos para assistência técnica. Essa ausência de poder delegado convenientemente exime as lojas autorizadas de qualquer responsabilidade sobre eventuais problemas futuros com os serviços comercializados, limitando sua competência apenas a recomendar aos consumidores que acessem os serviços de atendimento das prestadoras.

Como resultado dessa estratégia, o cliente encontra enormes facilidades para contratar os serviços, mas é deixado à própria sorte quando tem que recorrer às centrais de relacionamento das operadoras. As lojas físicas de atendimento, quando existentes, em regra não dispõem de funcionários suficientes para atender à demanda do público. Nas centrais telefônicas, por sua vez, não raro o usuário é submetido a um atendimento lento e que não oferece soluções efetivas.

Diante desse quadro, no intuito de aperfeiçoar as relações de consumo no setor de telecomunicações, elaboramos o presente Projeto de Lei, que obriga os fornecedores de serviços de telefonia, banda larga e TV por assinatura a prestarem pleno apoio ao consumidor posteriormente à comercialização do serviço.

Com a medida, o consumidor ampliará as janelas de acesso aos serviços de pós-venda da operadora, não mais sendo obrigado a recorrer às quase sempre morosas e ineficientes centrais remotas de relacionamento das empresas. Além disso, ao introduzir mais uma instância de diálogo entre consumidores e prestadoras, o projeto concorrerá para que os Procons locais tenham mais sucesso na tarefa de encontrar acordos entre as partes.

Em adição, o dispositivo proposto, além de contribuir para reduzir o número de reclamações registradas contra as operadoras perante os órgãos de defesa do consumidor, representará um salto de qualidade no segmento de telecomunicações, pois estimulará o comprometimento das empresas com a qualidade dos serviços ofertados.

Considerando a relevância da matéria tratada, contamos com o apoio dos ilustres Pares para a aprovação do presente Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 24 de abril de 2012.

MARCO TEBALDI
Deputado Federal – PSDB/SC

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI**

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

**TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR**

**CAPÍTULO V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS**

**Seção II
Da Oferta**

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

Seção III Da Publicidade

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO