

Manual de Conduta diante dos Consumidores



Associação Brasileira de Difusão do Livro

Rua Marques de Itu, 408 – cj. 71/72 – 01223-000 – São Paulo / SP

Fone: (11) 3337-7933 – E-mail: abdl@abdl.com.br – Site: www.abdl.com.br



1. GERAL

1.1 Objetivo

O Manual de Conduta de Venda Porta a Porta de Livros Diante dos Consumidores tem por objetivo orientar os profissionais do segmento de venda porta a porta de livros, também conhecida como venda direta de livros, sobre o Código de Conduta Diante dos Consumidores e trata das relações entre empresas de Venda Porta a Porta de Livros e Vendedores Porta a Porta, por um lado, e consumidores, do outro. O Código destina-se a promover a satisfação e a proteção dos consumidores, fomentar a concorrência leal dentro do regime da livre iniciativa e melhorar a imagem pública da Venda Porta a Porta.

1.2 Glossário de Termos

Para os objetivos deste Manual, os termos usados têm os seguintes significados:

Venda Porta a Porta de Livros

A comercialização de livros e demais obras literárias em qualquer suporte, diretamente aos consumidores em suas residências ou em qualquer outro local, exceto livrarias e estabelecimentos comerciais afins, usualmente através de explicações ou demonstrações através do vendedor, a retirada de pedidos, a entrega do produto e a cobrança da dívida.

ABDL

Associação Brasileira de Difusão do Livro que congrega empresas e profissionais do segmento de venda porta a porta do livro tais como Editores, Revendedores Atacadistas, Revendedores Varejistas, Representantes Comerciais e Agentes.

Empresa

Pessoa jurídica, devidamente constituída, atuante no segmento de Venda Porta a Porta de Livros no território nacional ou estrangeiro, associada à ABDL.

2.11 Decência e Respeito

Vendedores porta a porta de livros não devem abusar da confiança de consumidores. Devem respeitar a falta de experiência comercial de certos consumidores e não devem explorar a falta de argumentação, pouco conhecimento de linguagem ou a fragilidade de idosos e doentes, em observância ao art. 39 do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 39 – É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços.

2.12 Indicações

Empresas e vendedores diretos de livros não devem induzir consumidores a comprar bens e serviços com base em descontos no preço e outras vantagens, para obterem indicações de outros potenciais consumidores, se tais descontos ou vantagens não puderem ser devidamente verificados.

2.13 Entrega

Empresas e vendedores diretos devem assegurar que o pedido do cliente seja atendido correta e completamente no prazo previsto.

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.

2.8 Testemunhos

Empresas e vendedores porta a porta de livros não podem divulgar testemunhos ou endossos que não tenham sido autorizados, não verdadeiros, obsoletos ou de outro modo não mais aplicáveis, não relacionados com o que está sendo oferecido ou, de qualquer forma, passíveis de dar uma idéia errônea ao consumidor.

2.9 Comparação e Denegrimento

Empresas e vendedores diretos devem evitar o uso de comparações que possam vir a dar impressão diferente da realidade ou que sejam incompatíveis com a concorrência leal. Pontos de comparação devem ser baseados em fatos que possam vir a ser comprovados. Empresas e vendedores de livros porta a porta não devem denegrir outras firmas ou produtos diretamente ou por alusão. Empresas e vendedores porta a porta não devem buscar vantagens sobre o prestígio de marcas associado ao nome ou símbolos de outras empresas e produtos.

2.10 Respeito à Privacidade

Contatos pessoais devem ser feitos de forma respeitosa e em dias e horários adequados e, em determinados Estados brasileiros, antes de serem realizados contatos telefônicos deve-se consultar o Cadastro para Bloqueio do Recebimento de Ligações de Telemarketing, de modo a evitar intrusão na vida particular das pessoas. Um vendedor porta a porta de livros deve interromper imediatamente uma demonstração ou apresentação de vendas no momento em que essa interrupção seja solicitada pelo consumidor.

Vendedor Porta a Porta

Pessoa física ou jurídica que participa do sistema de distribuição de uma empresa, tais como agentes, representantes comerciais independentes, contratados por empreitada, revendedor ou distribuidor independente e representante empregado ou por conta própria, franqueado ou similar.

Livro

Obra literária, gravada em qualquer suporte.

Vender

Realizar uma venda porta a porta de livros.

Visita a Clientes

Modalidade de visita, feita por um vendedor porta a porta, a residências de clientes, oferecendo e demonstrando o livro e demais obras literárias com o intuito de venda.

Reunião com Clientes

Modalidade de visita a clientes a qual, ao invés de ocorrer na residência dos próprios clientes, realiza-se na casa de um anfitrião que convida potenciais consumidores.

1.3 Adesão ao Código

Como o Código faz parte do acordo assumido entre as empresas e a ABDL, elas devem compelir seus vendedores a aderir a ele ou às suas normas de conduta como condição imprescindível para participarem do sistema de Venda Porta a Porta de Livros.

1.4 A Lei

Assume-se que empresas e vendedores porta a porta de livros devam normalmente cumprir os requisitos legais e, portanto, este Código não repetirá todas as obrigações legais normais.

2. CONDUCTA DIANTE DO CONSUMIDOR

2.1 Práticas Proibidas

Os vendedores porta a porta de livros não devem utilizar práticas enganosas, desleais ou fraudulentas.

2.2 Identificação

A partir do início da apresentação das vendas, os vendedores porta a porta devem, mesmo sem serem solicitados, identificar-se diante do consumidor em potencial, identificando também sua empresa, seus produtos e o objetivo de sua abordagem. Em reuniões ou visitas aos clientes, os vendedores porta a porta devem deixar claro o motivo da ocasião perante o anfitrião e os convidados ou ao cliente visitado.

2.3 Explicação e Demonstração

A explicação e demonstração do livro ou da obra literária à venda devem ser precisas e completas, em particular no que se refere a preço e, se aplicáveis, condições de pagamento, períodos válidos para devolução, termos de garantia e assistência após a venda e a entrega.

2.4 Perguntas e Respostas

Vendedores porta a porta de livros devem dar respostas precisas e claras a todas as perguntas dos consumidores no que se refere aos livros e demais obras literárias e às condições de venda.

2.5 Promessas Verbais

Os vendedores porta a porta de livros só podem fazer promessas verbais relativas aos produtos que tenham sido autorizadas pela empresa, e respeitar integralmente os arts. 30 e 31 do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 30 – *Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o forne-*

cedor que a fizer veicular ou dela se utilizar a cumpri-la conforme e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31 – *A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.*

2.6 Prazos de Validade para Devolução de Mercadorias

Empresas e vendedores porta a porta de livros deverão orientar os clientes quanto ao prazo de entrega e de devolução dos livros ou obras literárias nos termos do Código de Defesa do Consumidor. Empresas e vendedores porta a porta de livros, que ofereçam direito de devolução incondicional, devem fazê-lo por escrito, conforme dispõe o art. 49 do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 49 – *O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 (sete) dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.*

Parágrafo único – *Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.*

2.7 Impressos

Literatura promocional, anúncios ou peças de mala-direta não devem conter quaisquer descrições de produtos, assertivas, características ou ilustrações que sejam enganosas ou de interpretação dúbia e devem conter o nome completo e o endereço da empresa ou do vendedor porta a porta, nos termos do art. 36 do Código de Defesa do Consumidor: