

O CAMPO DA DEFESA DO CONSUMIDOR NO BRASIL

Autor: Prof. Dr. Arnaldo L. Ryngelblum

Campo é um conceito da teoria Institucional que reúne os participantes interessados em determinado tema. No caso do tema da “Defesa do Consumidor no Brasil” há, além dos consumidores e empresas, vários outros participantes do campo, que discutem e negociam entre si as melhores condições para o atendimento do consumidor, tanto preventivamente, quanto em relação a eventos já transcorridos, como é o caso de problemas enfrentados pelos consumidores. De um lado, as empresas, as associações empresariais defendem seus pontos de vista, tendo do outro, entidades de defesa do consumidor, que podem ser governamentais, como o PROCON, ou civis, e também órgãos governamentais como a Secretaria Nacional do Consumidor (MJ) e, em muitos casos, a mídia que tem interesse em mostrar erros ou omissões das empresas. São também participantes importantes do campo, o Judiciário, que julga muitas questões que não chegam a ser resolvidas entre empresa e consumidor; o Legislativo, que formula leis que podem aperfeiçoar o relacionamento entre as partes; as Agências Reguladoras (ANATEL, ANVISA) que elaboram diretrizes orientadoras para a atuação das empresas. Algumas questões relevantes têm motivado nossas pesquisas em torno desse tema no Programa de Mestrado de Administração da UNIP – e, para as quais buscamos interessados que queiram juntar-se ao nosso Grupo de Pesquisa. São elas: (I) Quais estratégias utilizadas pelas empresas em relação às reclamações recebidas? (II) Quais políticas públicas atendem às insatisfações dos consumidores? (III) Quais as diferenças de práticas entre Brasil e EUA nesse campo?