

A Prestação de Serviços Turísticos e o Código de Defesa do Consumidor: Um Estudo das Reclamações de Turistas ao Procon¹

Cláudia Ogata Takio²

RESUMO: Estudo que enfoca a questão da defesa dos direitos do consumidor-turista frente aos principais fornecedores: hoteleiros, Cias. de transporte aéreo e rodoviário e, ainda, as agências e/ou operadoras de Turismo. Aborda as experiências e alguns casos específicos de ocorrência de má prestação de serviços, o seu encaminhamento e solução no PROCON/SP e conclui com a apresentação de algumas propostas que buscam diminuir os incidentes entre empresas e turistas.

PALAVRAS-CHAVE: Serviços turísticos; defesa do consumidor; PROCON/São Paulo/Brasil.

ABSTRACT: *This study focalizes the defense of the tourist consumers rights towards the main furnisher companies: hotels, air service, land transportation, and also, travel agencies and tour operators. It mentions the experiences and some specific cases in which there where incidents of bad touristic service, moreover the process of conducting and the results of problems SP. The search concludes with the presentation of some proposals to reduce the number of incidents between the companies and the tourists.*

KEY WORDS: *Touristic services; defense consumer; PROCON/São Paulo/ Brazil.*

1. Síntese do Trabalho de Conclusão de Curso defendido na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, em novembro de 1995.

2. Bacharel em Turismo pela ECA-USP. Técnica do Procon – São Paulo.
End. para corresp.: Av. Parada Pinto, 3420, Bloco 4, ap. 125 – Horto Florestal – 02611-001 – São Paulo – SP – Brasil.

Introdução

O Código de Defesa do Consumidor entrou em vigor em 11/3/91 e, desde então, a relação entre consumidores e fornecedores no Brasil tem sofrido alterações: de um lado está o consumidor, cada vez mais consciente de seus direitos e mais crítico diante dos produtos e serviços que lhe são oferecidos e, do outro lado, estão os fornecedores que tem se adaptado a esta nova realidade de mercado, adotando programas de qualidade, criando centros de atendimento ao consumidor, entre outras providências.

A Coordenadoria de Proteção e Defesa do Consumidor – Procon, órgão subordinado à Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania do Estado de São Paulo, vem recebendo a cada ano um número maior de queixas de consumidores insatisfeitos com os mais diversos problemas de consumo. As reclamações fundamentadas, resolvidas ou não, fazem parte do “Cadastro de Fornecedores Reclamados”, lista publicada anualmente pelo órgão.

Para se encontrar as reclamações mais frequentes, realizou-se um levantamento das mesmas contra as empresas turísticas, com base em relação publicada pelo Procon/SP referente aos anos de 1993 e 1994. Além da quantificação, realizou-se a análise de uma amostra destas queixas e uma pesquisa junto às agências e/ou operadoras de turismo sobre qualidade de atendimento. Ao final, os resultados dos dois levantamentos são confrontados, e dessa análise surgem propostas para minimizar a incidência de atritos entre este tipo de empresa turística e o consumidor.

O Procon/SP e a Defesa do Consumidor

Em 6/5/76 foi editado o decreto n. 7890/76, que criou o Sistema Estadual de Proteção ao Consumidor, vinculado à Secretaria de Economia e Planejamento, com o objetivo de prevenir abusos entre fornecedores e consumidores, estimular a conscientização do público e conciliar as partes conflitantes. Esse decreto dispunha sobre a estrutura do Sistema de Proteção ao Consumidor, composto por órgãos centrais (Conselho Estadual de Proteção ao Consumidor e Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor – Procon).

O Procon/SP, atualmente vinculado à Secretaria da Justiça e Defesa da Cidadania, é composto por quatro departamentos técnicos: a Divisão de Ação Regional – DAR; Divisão de Fiscalização e Defesa do Consumidor – DFDC; o Centro de Estudos e Pesquisas – CEP e o Departamento de Atendimento e Orientação ao Consumidor – DAOC, sendo este último o responsável pelo atendimento direto ao público, esclarecendo dúvidas dos consumidores e realizando audiências conciliatórias entre as partes.

O atendimento de modo geral e simplificado é feito da seguinte forma: o consumidor dirige-se ao órgão pessoalmente, por carta, fax ou telefone e expõe o seu problema de consumo. O técnico do Procon analisa a questão e contacta o

fornecedor solicitando esclarecimentos. Não havendo resolução do caso e confirmada a procedência deste, o problema é enviado para análise em uma das seis áreas específicas que compõe a Divisão de Análise e Encaminhamento: Alimentos, Saúde, Habitação, Produtos, Serviços relacionados com as empresas turísticas, por exemplo, e Serviços. que irá contatar consumidor e empresa e, caso seja necessário, realizará a audiência conciliatória na tentativa de um acordo amigável.

Quando há acordo entre as partes, é realizado um termo que é homologado pelo Juizado Especial Cível. Caso não haja composição de acordo, o consumidor poderá ingressar nesse mesmo Juizado ou, se a causa ultrapassar o limite estipulado, será orientado a ingressar na Justiça Comum.

Os desfechos das reclamações enviadas à Divisão de Análise e Encaminhamento são publicadas anualmente no “Cadastro de Fornecedores Reclamados”, um encarte especial do *Diário Oficial do Estado*.

A publicação segue a determinação do artigo 44 do Código de Defesa do Consumidor, que determina:

Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos ou serviços, devendo publicá-la pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor.

No “Cadastro” são publicados os nomes das empresas reclamadas, qual o tipo de reclamação e se foram resolvidas ou não.

Cabe ainda ressaltar que as reclamações acolhidas pelo órgão são analisadas com base em legislações específicas (por exemplo, Lei do Inquilinato, Plano Real), portarias, circulares, medidas provisórias e no Código de Defesa do Consumidor – CDC. Dentre eles, o CDC é o instrumento de maior importância e o mais utilizado pelos técnicos do órgão.

Instituído pela Lei n. 8078, de 11/9/90, o Código de Defesa do Consumidor começou a vigorar em 10/3/91 e tem o objetivo reforçando a posição do consumidor e proibindo e limitando certas práticas de mercado pelos fornecedores. De acordo com os seus autores (Grinover: 1991: 12), o CDC apresenta conteúdo e estrutura moderna e está em sintonia com a realidade do País. Entre suas principais inovações,

conceito amplo de fornecedor, incluindo todos os agentes econômicos que atuam no mercado de consumo; um elenco básico de direitos do consumidor como, por exemplo, o seu reconhecimento como parte mais fraca na relação de consumo; proteção contra desvios de quantidade e qualidade; regramento do marketing; controle das práticas e cláusulas abusivas e facilitação do acesso à Justiça para o consumidor (por exemplo, Juizados Especiais Cíveis).

Reclamações contra Empresas Turísticas no Procon

Análise das Empresas Turísticas Reclamadas

Nesta análise consideraram-se as seguintes empresas turísticas: as agências e/ou operadoras de turismo, os hotéis, companhias aéreas e as empresas de transporte rodoviário. Os casos envolvendo restaurantes não foram considerados por pertencerem a área de Alimentos do Procon e possuírem legislação e fiscalização diferenciadas, envolvendo estruturas mais complexas.

Em 1993, do total de 2016 empresas que tiveram seus nomes publicados no "Cadastro", 40 eram empresas turísticas, distribuídas em 24 agências e/ou operadoras de turismo, 9 empresas de transporte rodoviário, 5 hotéis e 2 companhias aéreas.

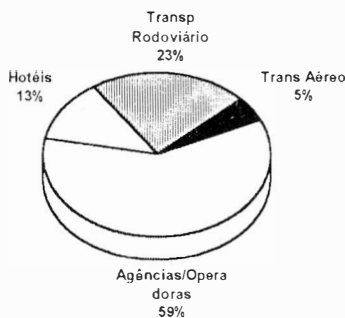


FIGURA 1 – EMPRESAS TURÍSTICAS RECLAMADAS EM 1993 POR TIPO DE FORNECEDOR

Já no "Cadastro" de 1994, também com o total de 2016 empresas, 43 empresas turísticas foram reclamadas, dividindo-se da seguinte forma: 22 agências/operadoras de viagens; 10 companhias aéreas; 6 hotéis e 5 empresas de transporte rodoviário.

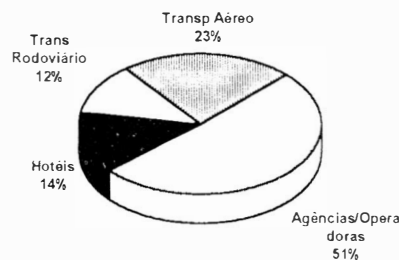


FIGURA 2 – EMPRESAS TURÍSTICAS RECLAMADAS EM 1994 POR TIPO DE FORNECEDOR

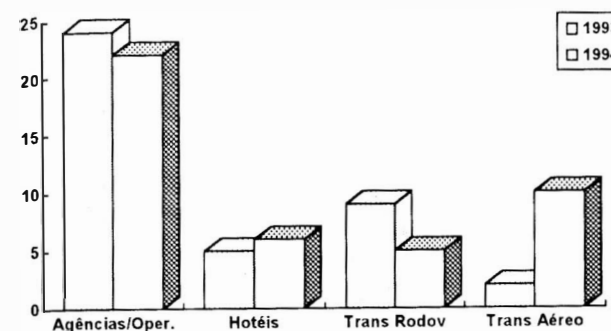


FIGURA 3 – GRÁFICO COMPARATIVO DAS EMPRESAS TURÍSTICAS RECLAMADAS

Em relação ao número de agências e/ou operadoras de turismo, houve uma pequena queda de 10% de 1993 para 1994 sem, entretanto, alterar a posição deste tipo de empresa como a mais reclamada nos dois anos pesquisados.

Quanto aos hotéis, estes praticamente não sofreram alterações, mantendo quase o mesmo número de estabelecimentos reclamados em cada ano.

Já em relação às companhias aéreas e às empresas de transporte rodoviário, há uma troca de posições: em 1993, enquanto apenas 2 companhias aéreas sofreram reclamações, o transporte rodoviário teve 9 empresas reclamadas. Já em 1994, o número de companhias aéreas subiu para 10, ou seja, cinco vezes mais que no ano anterior, enquanto o número de empresas de transporte rodoviário caiu para 5, praticamente a metade do ano anterior.

Análise das Reclamações contra as Empresas Turísticas

Em 1993, do total de 80 reclamações feitas contra as empresas turísticas, 59 foram dirigidas às agências e/ou operadoras; 11 às empresas de transporte rodoviário; 8 aos hotéis e as companhias aéreas receberam 2 reclamações.

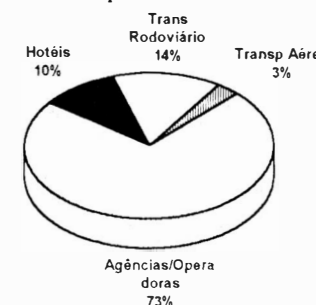


FIGURA 4 – RECLAMAÇÕES FEITAS CONTRA AS EMPRESAS TURÍSTICAS EM 1993

Constatou-se que mais da metade (73%) das reclamações, feitas em 1993 contra as empresas turísticas, foram dirigidas às agências e/ou operadoras de turismo.

Em 1994 foram registradas 79 reclamações, divididas da seguinte forma: 47 para as agências e/ou operadoras; 19 para as companhias aéreas 7 para os hotéis e 6 para as empresas de transporte rodoviário.

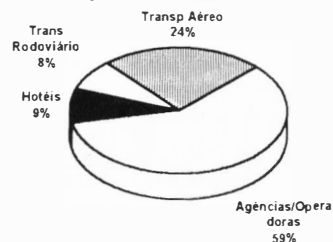


FIGURA 5 – RECLAMAÇÕES FEITAS CONTRA AS EMPRESAS TURÍSTICAS EM 1994

Novamente as agências e/ou operadoras de turismo receberam a maioria das reclamações (59%). De fato, a agência e a operadora são o elo entre os consumidores e fornecedores, respondendo inclusive legalmente pelos vícios de qualidade de hotéis, transportes e outros (o próprio CDC estabelece a responsabilidade solidária nestes casos).

Análise dos Tipos de Problemas

Nesta análise considerou-se apenas as *solicitações fundamentadas*, isto é, quais os tipos de problemas mais frequentes e se foram resolvidos ou não.

a) Agências e/ou Operadoras de Turismo

De acordo com o levantamento das reclamações no "Cadastro" de 1993, tem-se o seguinte quadro em relação a este tipo de empresa turística:

1993	Solucionado	Não Soluc.	Total
A - Contrato/Proposta (cumprir/rescisão)	1	36	37
B - Má Prestação Serviço	7	8	15
C - Propaganda Enganosa/Oferenda/Venda	1	1	2
D - Devolução de valores	-	2	2
E - Cobrança (indevida/dupla)	1	-	1
F - Não Entrega Serviço	-	1	1
G - Estabelecimento Fechado	-	1	1
Total	10	49	59

Quanto à resolução dos casos, as agências e/ou operadoras de turismo tiveram 59 queixas fundamentadas, das quais 10 foram resolvidas (17%); e 49 não chegaram a uma composição amigável (83%). Dos casos não resolvidos, 30 são de uma agência que faliu. Esses casos foram cadastrados como não-cumprimento do contrato e remetidos à justiça comum, o que explica o grande percentual de não resolvidos.

Em 1993 mais da metade dos problemas (63% ou 37 casos) referiam-se a contratos (inclusive o caso da agência falida). Em seguida encontram-se as reclamações (25% ou 15 casos) sobre a má prestação de serviços, os casos envolvendo propaganda enganosa e devolução de valores (3% ou 2 reclamações de cada) e, finalizando, os problemas de cobrança, de não entrega do serviço e de estabelecimento fechado (2% ou 1 caso de cada).

1994	Solucionado	Não Soluc.	Total
A - Má Prestação Serviço	12	11	23
B - Contrato(cumprir/rescisão)	6	5	11
C - Devolução de Valores	4	-	4
D - Pagamento(atraso/dúvida)	3	-	3
E - Propaganda Enganosa/Oferenda/Venda	2	-	2
F - Cobrança(indev/duplic)	1	-	1
G - Não Entrega Serviço	-	1	1
H - Serv Diferente Pedido	-	1	1
I - Serv Causou Dano ao Consumidor	-	1	1
Total	28	19	47

b) Hotéis

Os hotéis receberam 8 reclamações em 1993, sendo este o quadro de resolução e tipos de queixas:

1993	Solucionado	Não Soluc.	Total
Má Prestação de Serviços	3	2	5
Contrato(cumprimento/rescisão,etc.)	1	-	1
Propaganda Enganosa/Oferenda/Venda	1	-	1
Pagamento(atraso/dúvida/recusa,etc.)	-	1	1
Total	5	3	8

Em 1993, dos problemas envolvendo hotéis 5 casos (62,5%) foram resolvidos e 3 casos (37%) não tiveram acordos. A reclamação mais comum foi a de má

prestação de serviços (62% ou 3 casos), seguida de queixas em relação aos contratos, propaganda e pagamentos (12.5% cada caso).

1994	Solucionado	Não Soluc.	Total
Má Prestação de Serviço	-	2	2
Contrato (cumpri/rescisão,etc.)	-	2	2
Pagamento(atraso/dúvida,etc.)	1	-	1
Propaganda Eng/Oferta/Venda	-	1	1
Cobrança(indev/duplic/etc.)	-	1	1
Total	1	6	7

Em 1994 houve diminuição na resolução dos casos, apenas um obteve acordo (14%), enquanto os outros 6 não foram resolvidos (86%), como mostra o quadro acima.

Em 1994 de um total de 47 casos, 28 casos (60%) terminaram em acordos e em 19 casos (40%) os autores foram orientados a recorrer a outras instâncias.

Quanto aos tipos de problemas, 23 casos (50%) foram em relação à má prestação de serviços; 11 casos (23%) com contratos; 4 casos (9%) em relação a devoluções de valores e 3 problemas (6%) pagamentos. Com o mesmo percentual (4%) e 2 ocorrências temos os casos de propaganda enganosa, de cobrança indevida ou em duplicidade, de diferenças entre o produto entregue e o solicitado e de serviços que causaram dano ao consumidor.

c) Transporte Aéreo

Em 1993, apenas 2 queixas sobre a má prestação de serviços foram registradas em relação ao transporte aéreo e ambas foram solucionadas.

1993	Solucionado	Não Soluc.	Total
Má Prestação de Serviço	2	-	2
Total	2	-	2

Já em 1994 as reclamações contra as companhias aéreas tiveram 37% dos casos resolvidos contra 63% não resolvidos.

A tabela a seguir mostra como foram classificados os problemas:

1994	Solucionado	Não Soluc.	Total
A - Desaparecimento de mala/mercadoria	2	4	6
B - Má Prestação de Serviço	3	2	5
C - Serviço Causou Dano Pessoal/Material	-	4	4
D - Contrato(cumpri/rescisão,etc.)	1	1	2
E - Devolução de Valores	1	-	1
F - Propaganda Enganosa/Oferta/Venda	-	1	1
Total	7	12	19

As reclamações de perda de bagagem são as mais frequentes, com 32% dos casos, seguidas da má prestação de serviços com 26% dos casos. As reclamações em que o serviço causou algum dano ao consumidor representaram 21% dos casos, os problemas com contrato representaram 11 % e os casos de devolução de valores e propaganda enganosa 5 % cada.

d) Transporte Rodoviário

Em 1993 das 11 reclamações feitas contra empresas de transporte rodoviário, 54,5% (6 casos) tiveram solução, enquanto 45,5% (5 casos) não foram resolvidas. A má prestação de serviços representa 46 % das queixas, seguidos do desaparecimento de bagagem (36 %) e de danos ao consumidor (18%), conforme a tabela abaixo:

1993	Solucionado	Não Soluc.	Total
Má Prestação de Serviços	1	4	5
Desaparecimento Mala/Mercadoria	3	1	4
Serviço Causou Dano Pessoal/Material	2	-	2
Total	6	5	11

Em 1994 as reclamações baixaram para o total de 6, sendo 33% (2) resolvidas e 67% (4) sem solução junto ao Procon. No transporte aéreo o problema de extravio de bagagem lidera com 83% dos casos, seguido da má prestação de serviços (17%).

1994	Solucionado	Não Soluc.	Total
Desaparecimento Mala/Mercadoria	2	3	5
Má Prestação de Serviços	-	1	1
Total	2	4	6

Casos Típicos Solucionados

Neste item citam-se quatro exemplos fictícios de casos onde o consumidor possuía ampla documentação comprovando sua reclamação, o que colaborou de forma decisiva em sua solução.

Caso 1 – Má Prestação de Serviços

O sr. José Cerqueira dirige-se à Agência de Turismo Souza para planejar sua viagem à Europa e, ao retornar de seu passeio, alegou ter tido muitas decepções quanto aos serviços contratados: o ônibus era desconfortável, os guias despreparados e as refeições servidas eram ruins. Reclamou na Agência de Turismo Souza, a qual acusou a Operadora Santa Clara.

O sr. Cerqueira reclamou no Procon que por sua vez enviou uma carta à reclamada. A resposta da Agência de Turismo Souza não foi satisfatória e a consulta se transformou em um processo administrativo dentro do órgão. Essa solicitação foi analisada e considerada procedente. Após contatos telefônicos sem êxito, o técnico convocou uma audiência, para a qual foram convocados: o consumidor, a Agência de Turismo Souza e a Operadora Santa Clara. O técnico intermediou a audiência e avaliou com o reclamante (consumidor) as propostas das reclamadas (a agência e a operadora): um ressarcimento em dinheiro (proporcional ao que foi perdido devido à má prestação). Sendo aceita a proposta, foi feito um termo entre as partes, firmando o acordo.

Caso 2 – Propaganda Enganosa

A sra. Berta Gonçalves viajou para o afastado Hotel Vale Encantado. Ao fazer a reserva no escritório localizado na Capital, a sra. Berta recebeu um folheto com fotos do Hotel Vale Encantado e através delas decidiu onde passaria seu fim de semana. Ocorreu porém que o Hotel Vale Encantado não correspondeu ao que foi visto no folheto: a piscina estava em construção, a sauna estava quebrada e o chuveiro não aquecia a água de modo satisfatório. Ao retornar, a sra. Berta tentou

conversar com o pessoal do escritório onde pagou a estada, mas não obteve êxito. Após reclamar no Procon, aguardou a resposta do escritório do Hotel Vale Encantado que não veio. Foi aberta a solicitação (processo administrativo) e houve a audiência conciliatória, em que a consumidora desejava um abatimento proporcional e foi acordado entre o reclamado e a reclamante que ela poderia utilizar mais um fim de semana, sem ônus algum.

Caso 3 – Dano em Bagagem

O sr. Carlos Farias viajou à Austrália pela Cia. Aérea Air América. Ao retornar para o Brasil pela mesma Cia, o sr. Carlos descobriu, ao desembarcar, que sua prancha de surfe (comprada na Austrália) quebrou-se por descuido no transporte. O sr. Carlos tentou um acordo direto com a Cia. Aérea Air América, que lhe ofereceu o valor de US\$ 20,00 por kilo (valor aviltante no caso). Recorreu ao Procon que solicitou por carta esclarecimentos da empresa. A Air América ampara-se na Convenção de Varsóvia, que realmente determina a devolução por peso na proporção citada. Abriu-se a solicitação e no Setor de Serviços foi realizada audiência conciliatória, em que a empresa manteve a proposta da devolução por peso. A reclamação foi encerrada no órgão e encaminhada ao Juizado Especial Cível (Juizado de Pequenas Causas), onde a interpretação do Código de Defesa do Consumidor – CDC pela justa reparação prevaleceu e onde a empresa foi condenada ao ressarcimento integral em valores vigentes no Brasil para o bem.

Caso 4 – Extravio de Bagagem

O sr. Geraldo Pires viajou para o interior do Paraná através da Viação Zácara. Ao desembarcar, procurou pela TV que levava para sua mãe - a TV não estava no bagageiro tampouco foi localizada posteriormente. Consultada a empresa, soube que havia uma legislação do DNER que estipula um valor para bagagens extraviadas. Como o valor correspondia à metade do valor pago pela TV, o sr. Geraldo não aceitou a proposta e reclamou junto ao Procon. Inquirida através de carta, a reclamada persistiu na proposta e o processo seguiu para o Setor de Serviços. Na audiência conciliatória, a Viação Zácara acabou concordando em devolver o valor integral da TV extraviada.

Análise dos Processos

Ao se observar que a maioria das reclamações é contra as agências e/ou operadoras de Turismo foi feita a leitura integral e análise de uma amostragem dos processos envolvendo esse tipo de empresa. A leitura serviu para tornar claro o significado dos problemas apontados nas tabelas.

Foram lidos 39 processos, o que corresponde a 37% do total de reclamações

contra as agências e/ou operadoras de Turismo nos dois anos pesquisados, e observou-se serem comuns algumas queixas em relação aos pacotes oferecidos pelas agências e/ou operadoras.

Na hospedagem é comum o agente de viagens falar sobre o hotel em que o passageiro irá hospedar-se da forma mais positiva possível. Porém nem sempre o “quarto grande” tem o mesmo significado para ambos. Trata-se de conceitos subjetivos e de percepções diferentes. Ao deparar-se com um hotel três estrelas com aparência de uma pousada o consumidor se sente enganado. O mesmo ocorre com as mudanças de hotel informadas na última hora, por melhor que seja o hotel substituto, o consumidor fica preocupado com essas trocas, uma vez que desconhece os problemas que surgem na montagem de um pacote. Pior ainda quando o consumidor é transferido para um hotel com má prestação de serviços.

Em resumo, as reclamações sobre hospedagem referem-se a hotéis diferentes dos contratados, longe das atrações do local visitado e serviços que deixam a desejar. Há casos de consumidores que, ao viajarem em alta temporada, acabaram sendo alojados em hotéis que não possuíam camas de casal tampouco número de camas suficiente, um dos hóspedes teve que dormir em uma cama de armar.

No transporte rodoviário as reclamações são a respeito dos ônibus com categoria diferente da citada no ato de venda, além de veículos em condições precárias (sujos, prestes a quebrar). O despreparo dos motoristas também foi citado, por exemplo o caso do motorista que deu muitas voltas até retornar ao roteiro programado. O consumidor perde parte do passeio quando ocorrem esses atrasos.

Algumas das reclamações contra as agências de viagens dizem respeito a trocas de companhias aéreas ocorridas na última hora. O consumidor conhece e exige companhias reconhecidamente seguras e pontuais, com qualidade de serviço e boas acomodações. Outro problema constantemente citado nos processos é a falta de informação quanto às passagens aéreas – se são ou não endossáveis e as suas validades. Há ainda os casos de passagens que não foram entregues a tempo do embarque. O problema do extravio de bagagens também envolve algumas agências, quando o fretamento é feito pela própria agência ou devido à responsabilidade solidária.

Por fim, o despreparo e a falta de experiência dos guias também geram reclamações por parte dos consumidores.

A maioria dos casos culminou em audiência conciliatória, em que foram feitos diversos tipos de acordos, evitando-se a discussão judicial. Encontram-se entre os acordos firmados a concessão de novas viagens para que o consumidor possa usufruir melhor o passeio; a devolução em dinheiro de trechos não voados ou de estadas não utilizadas; o fornecimento de bônus para próximas viagens etc.

Considerações Finais

O Código de Defesa do Consumidor completou cinco anos de existência e, nesse período, o respeito do fornecedor pelo consumidor tem crescido e o consumi-

dor, por sua vez, tem usado cada vez mais o seu direito de reclamar. A Coordenadoria de Defesa e Proteção ao Consumidor atende cada vez mais consumidores, exigindo o que lhe é justo e tirando suas dúvidas em relação aos seus problemas de consumo do dia-a-dia. As empresas turísticas não devem se fechar ao processo de renovação que ocorre no mercado.

A pesquisa realizada junto aos “Cadastros de Fornecedores Reclamados”, do Procon, reforça a proposta de que a indústria do turismo deve treinar melhor seus integrantes e melhorar a oferta de serviços e equipamentos.

O Código de Defesa do Consumidor, diferente do que muitas empresas pensam, veio com o objetivo de reequilibrar as relações de consumo, desgastadas com a produção em massa e a multiplicidade de produtos e serviços que se apresentam no dia-a-dia. Tudo isso deixa o consumidor carente de informações e em desvantagem frente ao fornecedor, mais organizado e conhecedor dos produtos e serviços que vende.

Segundo dados da Equipe de Serviços do Procon/SP, algumas agências e/ou operadoras de Turismo têm criado seus departamentos de atendimento ao consumidor e assim tem evitado que determinados casos sejam enviados ao Juizado Especial Cível ou à Justiça Comum.

Tendo em vista a diminuição dos atritos entre consumidores e fornecedores turísticos, sugerem-se as seguintes propostas:

- é necessário que o Agente de Viagens esteja atualizado quanto ao produto que está vendendo. A realização de um maior número de viagens de reconhecimento por ele aos locais vendidos ou a exibição de vídeos atualizados, além de treinamento não só na parte técnica, mas também na área de atendimento ao público com noções do novo Código de Defesa do Consumidor, poderiam ser considerados para a diminuição de problemas relacionados ao não-cumprimento da oferta e/ou propaganda enganosa. Essa falta de conhecimento do produto é que leva muitas vezes ao fornecimento de informações equivocadas;
- a cobrança de melhoria e/ou manutenção da qualidade dos serviços prestados entre os parceiros – agências e/ou operadoras, hotéis e transportadoras – deve ser considerada para a melhoria da prestação de serviços ao consumidor. Deve haver a realização de visitas periódicas para a renovação de contratos de fornecimento;
- o material utilizado para promover o local a ser visitado deve ser atualizado, ou seja, a elaboração de prospectos e até de vídeos devem ser coerentes com o que realmente é ofertado. Mesmo nos jornais e demais meios de comunicação, a promoção deve ser feita de modo claro e preciso, a fim de não deixar dúvidas sobre o serviço oferecido. O Código de Defesa do Consumidor garante ao consumidor a proteção contra a propaganda enganosa ou abusiva, além de determinar que as informações devem ser claras e precisas, e na língua portuguesa;

- deve-se considerar a implantação de uma linha direta para o atendimento ao consumidor, com o objetivo de sanar dúvidas antes, durante e depois da viagem; além de fornecer informações sobre a documentação necessária, dicas do local e outros detalhes de última hora. Uma linha direta não serve apenas para empresas de produtos, as empresas de serviços também podem utilizar esse sistema que não só atende ao consumidor, mas também serve como "ouvido" da empresa, colhendo informações para melhorar os serviços oferecidos;
- deve ser feita uma análise do contrato entre empresa e consumidor por uma equipe jurídica. Há empresas que possuem contratos feitos antes do Código de Defesa do Consumidor e que necessitam de uma adaptação para evitar cláusulas que, ao final, depõem contra a própria empresa. Cláusulas abusivas, que deixam o consumidor em desvantagem perante a empresa, devem estar claras e ostensivas e, ainda assim, podem ser passíveis de apreciação jurídica.

Bibliografia

- GRINOVER, Ada Pellegrini et alii. 1992. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores*. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 713 p
- NUNES, Luís Antônio. 1991. *A Empresa e o Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Artpress. 124p
- SÃO PAULO. Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania. Coordenadoria de Defesa e Proteção ao Consumidor. 1993. *Cadastro de Fornecedores Reclamados do PROCON - Período de 1993, março de 1994*. 154p
- SÃO PAULO. Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania. Coordenadoria de Defesa e Proteção ao Consumidor. 1995. *Cadastro de Fornecedores Reclamados do PROCON - Período de 1994, março de 1995*. 144p.
- TAKIO, Cláudia Ogata. 1995. *A Prestação de Serviços Turísticos e o Código de Defesa do Consumidor: um estudo das reclamações de turistas ao PROCON* - Coordenadoria de Proteção e Defesa do Consumidor. São Paulo: ECA-USP.