

PLATAFORMAS DE

EEC

E - C O M
M E R C E

N O B R A S I L

N O V E M B R O | 2 0 2 3

F A S E 1 : A N Á L I S E
D A S P L A T A F O R M A S

C O O R
D E N A
Ç Ã O

L U I S F E L I P E S A L O M Ã O
E L T O N L E M E

 **FGV CONHECIMENTO**

CENTRO DE INOVAÇÃO,
ADMINISTRAÇÃO E PESQUISA
DO JUDICIÁRIO



Presidente

Carlos Ivan Simonsen Leal

Vice-Presidentes

Clovis José Daudt Darrigue de Faro
Marcos Cintra Cavalcanti de Albuquerque

CONSELHO DIRETOR

Vogais

Armando Klabin
Carlos Alberto Pires de Carvalho e Albuquerque
Cristiano Buarque Franco Neto
Ernane Galvêas
José Luiz Miranda
Lindolpho de Carvalho Dias
Marcílio Marques Moreira
Roberto Paulo Cezar de Andrade

Suplentes

Aldo Floris
Antonio Monteiro de Castro Filho
Ary Oswaldo Mattos Filho
Eduardo Baptista Vianna
Gilberto Duarte Prado
José Ermírio de Moraes Neto
Marcelo José Basílio de Souza Marinho

CONSELHO CURADOR

Vogais

Alexandre Koch Torres de Assis
Antonio Alberto Gouvêa Vieira
Carlos Eduardo de Freitas
Cid Heraclito de Queiroz
Eduardo M. Krieger
Estado da Bahia
Estado do Rio de Janeiro
Estado do Rio Grande do Sul
Isaac Sidney Menezes Ferreira (Federação Brasileira de Bancos)
Jorge Iribarra (Souza Cruz S/A)
José Carlos Cardoso (IRB-Brasil Resseguros S.A.)
Luiz Chor
Luiz Ildefonso Simões Lopes
Marcelo Serfaty
Marcio João de Andrade Fortes
Miguel Pachá
Pedro Henrique Mariani Bittencourt
Ronaldo Vilela (Sindicato das Empresas de Seguros Privados, de Previdência Complementar e de Capitalização nos Estados do Rio de Janeiro e do Espírito Santo)
Willy Otto Jordan Neto

Suplentes

Almirante Luiz Guilherme Sá de Gusmão
Carlos Hamilton Vasconcelos Araújo
General Joaquim Maia Brandão Júnior
José Carlos Schmidt Murta Ribeiro
Leila Maria Carrilo Cavalcante Ribeiro Mariano
Luiz Roberto Nascimento Silva
Manoel Fernando Thompson Motta Filho
Olavo Monteiro de Carvalho (Monteiro Aranha Participações S.A)
Patrick de Larragoiti Lucas (Sul América Companhia Nacional de Seguros)
Ricardo Gattass
Rui Barreto
Solange Srour (Banco de Investimentos Crédit Suisse S.A)



**CENTRO DE INOVAÇÃO,
ADMINISTRAÇÃO E PESQUISA
DO JUDICIÁRIO**

Coordenação Geral

Luis Felipe Salomão

Coordenação Adjunta

Elton Leme

Coordenação Científica

Dierle José Coelho Nunes

Pesquisadores

Bárbara Bueno Brandão
Camilla Paolinelli
Dierle José Coelho Nunes
Fernanda Bragança
Hugo Malone
José Leovigildo Coelho
Juliana Justo
Juliana Loss
Lívia da Silva Ferreira
Nathalia Vince Esgalha Fernandes
Renata Braga

O conteúdo desta publicação é de responsabilidade dos autores e não reflete, necessariamente, a opinião da FGV.

ISBN 978-65-86289-69-5

S

SUMÁRIO

— APRESENTAÇÃO _____ 08

— MISSÃO _____ 09

REDE DE PESQUISA
— INTERINSTITUCIONAL _____ 10

01	CONTEXTUALIZAÇÃO	14
1.1.	Objetivo Geral	17
1.2.	Objetivos Específicos	17
1.3.	Metodologia	18
02	RESULTADOS DA PESQUISA	20
03	CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
04	ANEXO I - QUESTIONÁRIO	48

A

APRESENTAÇÃO

A P R E S E N T A Ç Ã O

O Centro de Inovação, Administração e Pesquisa do Judiciário da FGV (CIAPJ /FGV) tem como missão identificar, entender, sistematizar, desenvolver e aprimorar soluções voltadas ao aperfeiçoamento da justiça.

Com novo ímpeto a partir da Resolução Nº. 125 do CNJ, a Política Judiciária Nacional de Tratamento Adequado dos Conflitos de Interesses avançou significativamente nos últimos anos e alcançou as mais diversas áreas do Direito.

Esse movimento foi impulsionado pelo Judiciário brasileiro e fomentou que as empresas criassem estratégias para prevenir e diminuir a litigância de massa, com investimento em canais efetivos para recebimento das reclamações dos seus clientes.

Alinhada aos princípios de responsabilidade social, a iniciativa permite que, além da redução de ações judicializadas, as empresas tenham maiores chances de continuar a relação com seus clientes.

Em verdade, o fomento de soluções adequadas e usáveis pelos fornecedores torna-se um verdadeiro ativo para as plataformas, na medida em que a possibilidade de dimensionamento de conflitos no seu próprio ambiente gera uma fidelização da clientela e uma maior segurança nas negociações.

Trata-se, portanto, de uma estratégia relevante do ponto de vista social, econômico e financeiro, com impactos significativos na seara jurídica no que diz respeito à desjudicialização. Esta pesquisa é mais uma iniciativa no sentido de buscar aprofundar o tema da desjudicialização, a partir da contribuição do segmento das plataformas e-commerces.

Boa leitura!

Luis Felipe Salomão

Coordenador do Centro de Inovação, Administração e Pesquisa do Judiciário da FGV

MISSÃO DO CENTRO DE INOVAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO E PESQUISA DO JUDICIÁRIO DA FGV CONHECIMENTO

A missão do Centro de Inovação, Administração e Pesquisa do Judiciário é contribuir para o aperfeiçoamento do sistema de justiça, promovendo o desenvolvimento de pesquisas, estudos, fóruns de discussão, eventos e atividades acadêmicas.

REDE DE PESQUISA INTERINSTITUCIONAL

Bárbara Bueno Brandão

Mestranda em Direito Processual pela UERJ. Advogada especialista em métodos adequados de solução de conflitos, com aperfeiçoamento de estudos em ADR (Alternative Dispute Resolution) pela New York University School of Law (NYU), Mediadora Judicial cadastrada no TJRJ e Extrajudicial com certificação internacional pelo ICFML. Pesquisadora do Centro de Inovação, Administração e Pesquisa do Judiciário da FGV. Coordenadora dos cursos na área de Métodos Adequados de Solução de Conflitos da ESA OABRJ. Coordenadora Executiva da Comissão de Mediação e Métodos Consensuais da OABRJ.

Camilla Paolinelli

Advogada. Doutoranda e mestre em direito processual pela PUC Minas. Professora dos cursos de graduação e Pós-Graduação em Direito da PUC Minas. Integrante da Comissão de Inteligência Artificial da OAB/MG e membra do grupo de pesquisa e-Proc "Processualismo Constitucional Democrático" junto à PUC Minas e à UFMG.

Dierle José Coelho Nunes

Advogado. Doutor em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais/ Università degli Studi di Roma "La Sapienza". Mestre em Direito Processual pela PUC Minas. Professor permanente do PPGD da PUC Minas. Professor Adjunto na PUC Minas e na UFMG. Secretário Adjunto do Instituto Brasileiro de Direito Processual. Membro da International Association Procedural Law, do Instituto Iberoamericano de derecho procesal e do Instituto Panamericano de Derecho Procesal. Diretor Executivo do Instituto de Direito Processual – IDPro. Membro da Comissão de juristas que assessorou no Código de Processo Civil de 2015 na Câmara dos Deputados. Membro honorário da Associação Iberoamericana de Direito e Inteligência Artificial Diretor do Instituto Direito e Inteligência Artificial (IDEA). Presidente da Comissão de IA no Direito da OAB/MG.

Fernanda Bragança

Advogada. Pesquisadora do Centro de Inovação, Administração e Pesquisa do Judiciário da FGV. Doutora em Direito pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Pesquisadora visitante na Université Paris 1 Panthéon Sorbonne. Mestre e Bacharel em Direito pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professora convidada de programas de Pós-Graduação Lato Sensu. Autora do livro “Justiça digital: implicações sobre a proteção de dados pessoais, solução online de conflitos e desjudicialização”. Membro da Associação Brasileira Elas no Processo (ABEP). Mediadora judicial cadastrada no TJRJ.

Hugo Malone

Doutorando e Mestre em Direito Processual pela PUC Minas. Especialista em Direito Público. Pesquisador do grupo de pesquisa “Processualismo Constitucional democrático e reformas processuais”. Pesquisador Colaborador Externo do Centro de Inovação, Administração e Pesquisa do Judiciário da FGV. Professor universitário na Faculdade Anhaguera. Assessor Judiciário no Tribunal de Justiça de Minas Gerais.

José Leovigildo Coelho

Pesquisador do Centro de Inovação, Administração e Pesquisa do Judiciário da FGV. Coordenador de Projetos em Tecnologia da FGV Conhecimento. Pesquisador do Centro de Inovação, Administração e Pesquisa do Judiciário. Sócio da NESS Tecnologia, empresa de Outsourcing de TI. Sócio e Fundador da Ionic Health, empresa de tecnologia aplicada à medicina diagnóstica. Sócio da IARA Health, empresa de IA em reconhecimento de voz para área da saúde. Doutorando em Tecnologia Aplicada à Medicina Diagnóstica na Universidade Federal de São Paulo. Certificação Executiva em Leadership & Management pelo MIT. Especialização em Tecnologias Exponenciais pela Singularity University. Graduação em Ciência da Computação pela Universidade Federal de Pernambuco.

Juliana Justo

Doutora em Direito Processual Civil pela USP. Mestre em Direitos e Garantias Fundamentais. Professora. UX designer, com formação em system design thinking pela Cornell Tech e pelo Nielsen Norman Group – NN/g. Analista e pesquisadora do Centro de Inovação e Inteligência Artificial do Poder Judiciário do Estado do Espírito Santo – TJES.

Juliana Loss

Diretora Executiva da Câmara de Mediação e Arbitragem da Fundação Getúlio Vargas. Doutora em Direito pela Université Paris 1 Panthéon Sorbonne e pela Universidad Carlos III de Madrid. Pesquisadora do Centro de Inovação, Administração e Pesquisa do Judiciário da FGV.

Lívia da Silva Ferreira

Doutoranda em Direito Público na Université Paris Nanterre. Mestra em Direito Constitucional e Teoria do Estado pela PUC-Rio. Graduada em Direito pela FGV Direito Rio. Pesquisadora interna do Centro de Inovação, Administração e Pesquisa do Judiciário da FGV.

Nathália Vince Esgalha Fernandes

Doutora e Mestra em Ciências Sociais pela Universidade de Brasília. Bacharel em Relações Internacionais pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP). Foi pesquisadora visitante na École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS) em Paris. Pesquisadora do Centro de Inovação, Administração e Pesquisa do Judiciário da FGV.

Renata Braga

Professora adjunta do Curso de Direito da UFF – Volta Redonda. Coordenadora do Grupo de Estudos e Pesquisa em Métodos Consensuais de Solução de Conflitos e do Observatório de Direito e Tecnologia da UFF. Pós-Doutora pela UFRJ/Universidade de Coimbra. Doutora em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina. Mestre em Direito Civil pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Pesquisadora Colaboradora Externa do Centro de Inovação, Administração e Pesquisa do Judiciário da FGV.

C

CONTEXTUALIZAÇÃO

01

CONTEXTUALIZAÇÃO

As plataformas de comércio eletrônico movimentam um grande volume de vendas, que crescem em ritmo contínuo. Em 2022, o e-commerce brasileiro atingiu R\$118,6 bilhões de reais, o que representa um aumento de 6% em relação a 2021. A categoria que mais movimentou o consumo em quantidade de pedidos foi a de cosméticos e perfumaria¹.

O último relatório da Conversion (2022)², que traz os principais dados do e-commerce no Brasil, faz um ranking das 10 plataformas mais acessadas em 2022. A lista é composta pelas seguintes empresas: (1º) Mercado Livre; (2º) Amazon Brasil; (3º) Shopee; (4º) Magazine Luiza; (5º) AliExpress; (6º) Shein; (7º) Americanas; (8º) Casas Bahia; (9º) iFood; (10º) Samsung.

O referido relatório também aferiu que os sites e aplicativos de e-commerce registraram mais de 28,1 bilhões de acessos do Brasil nos últimos 12 meses. Os smartphones e tablets (mobiles) são responsáveis por 54% das compras online³.

As plataformas asiáticas têm ocupado um espaço cada vez mais relevante em âmbito nacional. Durante o primeiro trimestre de 2023, três dos cinco e-commerces mais acessados são desse continente: Shopee, AliExpress e Shein⁴.

1 NielsenIQ Ebit. 47ª ed. Webshoppers, Versão Free, fev. 2023. Disponível em: <https://companyebit.com.br/webshoppers/webshoppersfree>. Acesso em: 08 de mai. 2023.

2 CONVERSION. Relatório setores e-commerce no Brasil, abr. 2023. Disponível em: <https://www.conversion.com.br/blog/relatorio-e-commerce-mensal/>. Acesso em: 08 mai. 2023.

3 Cf. Cada vez mais brasileiros usam smartphones para fazer compras online. E-commerce Brasil, 14 ago. 2022. Disponível em: <https://www.e-commercebrasil.com.br/noticias/brasileiros-smartphone-compras-online>. Acesso em: 08 mai. 2023.

4 Cf. SOCIEDADE BRASILEIRA DE VAREJO E CONSUMO. Shopee, Shein e AliExpress estão entre os 10 e-commerces mais usados no Brasil, 18 abr. 2023. Disponível em: <https://sbvc.com.br/shopee-shein-e-aliexpress-estao-entre-os-10-e-commerces-mais-usados-no-brasil/>. Acesso em: 08 mai. 2023.

Em razão do elevado número de transações e exitosas experiências internacionais, com destaque ao caso do e-Bay⁵, por exemplo, essas plataformas passaram a prever centros de resolução de disputas para resolver as reclamações dos seus usuários, com o objetivo de evitar a judicialização e ter uma postura mais voltada à satisfação do cliente, com o consequente aumento da fidelização da clientela que dimensiona seus conflitos em seu próprio ambiente digital⁶.

Do ponto de vista da Política Judiciária Nacional de prevenção e tratamento adequado de conflitos⁷, a litigância nas relações de consumo tem um destaque evidente. O Relatório Justiça em Números 2022 mostra que o direito do consumidor foi o 2º assunto que mais gerou demandas na justiça estadual, com mais de 3 milhões de ações ajuizadas em 2021. No âmbito dos juizados especiais, foi o assunto mais demandado, com mais de 1,6 milhões de novas demandas em 2021.

Tendo em vista esse contexto, o presente estudo busca analisar os canais de resolução de reclamações nas 10 maiores plataformas de e-commerce brasileiro. Na 1ª fase da pesquisa, o objetivo foi realizar uma verificação da estrutura dessas plataformas e dos seus meios para solução dos conflitos a partir de um formulário estruturado.

A análise da estrutura das plataformas é relevante para conhecer melhor esses canais, visando identificar possíveis fatores que possam violar direitos ou impactar na efetividade da resolução de conflitos pelos próprios e-commerces.

De início, cabe pontuar, que a resolução online de disputas (conhecidas como ODR – Online Dispute Resolution) tem sido referenciada como importante meio para ampliar o acesso à justiça⁸. De fato, essa descentralização da solução de controvérsias fora do âmbito estatal parece ser uma tendência que se reforça pela criação de políticas que incentivam a desjudicialização e o tratamento adequado das demandas e pela experiência positiva dos usuários no equacionamento dos seus problemas em plataformas privadas.

5 O projeto teve início em 1999, quando os professores Ethan Katsh, Janet Rifkin e Alan Gaintenby, que realizavam pesquisa na Universidade de Massachusetts, atenderam ao pedido do sítio eletrônico E-Bay para criar um sistema de resolução das disputas decorrentes das compras online entre vendedores e compradores. Cf. ZANFERDINI, Flávia de Almeida Montingelli; OLIVEIRA, Rafael Tomaz de. "Pluralismo Jurídico, Tecnologia e Resolução de Conflitos". Revista da Faculdade de Direito da UFG, vol. 43, pp. 1-12, 2019.

6 Nesse sentido, "Grandes plataformas de e-commerce no Brasil e no exterior, como o Mercado livre e o E-Bay, perceberam que criando ferramentas internas de ODR e mediante sistemas de compra garantidas ampliaram o engajamento de seus clientes e ampliação da carteira pela qualidade e segurança propagandeada. Entre comprar num lugar cuja resolução de disputas induziriam grande embaraços e fazê-lo num local onde as contingências são dimensionadas com rapidez, não há dúvidas que os consumidores preferirão esta última." MALONE, Hugo; NUNES, Dierle. Manual da justiça digital. São Paulo: Juspodivm, 2ª edição. 2023, p. 448.

7 Cf. CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. Resolução Nº 125, 29 nov. 2010. Dispõe sobre a Política Judiciária Nacional de tratamento adequado dos conflitos de interesses no âmbito do Poder Judiciário e dá outras providências. Disponível em: https://www.cnj.jus.br/wp-content/uploads/2014/04/resolucao_125_29112010_23042014190818.pdf. Acesso em: 09 mai. 2023.

8 Cf. RULE, Colin. "Online dispute resolution and the future of justice". Annual Review of Law and Social Science, Vol. 16, N. 1, pp. 277-292, 2020. Disponível em: https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev-lawsocsci-101518-043049?casa_token=xTgu9jj08QkAAAAA%3A9vekdFCbWg_7b2-AQJ_pQVfw662BxplcFxFHf9oIA4eCTn_XKNbVMqy1HHg2URM3_xWwIEREKD51sSIM. Acesso em: 20 jun. 2023.

Contudo, é preciso apontar que também existem externalidades negativas do uso da ODR privada. Juliana Justo⁹ destaca alguns desafios da resolução online de conflitos e afirma que, nos casos em que as empresas detentoras das plataformas forem estrangeiras, “há o esvaziamento do controle de dados sobre a solução de disputas das mãos do Estado-Juiz”, assim como o uso e tratamento desses dados por terceiros. Além disso, a autora alerta que dessa fluidez no controle dos dados decorre o reemprego deles com a finalidade de aumentar o engajamento do usuário na resolução online de disputas¹⁰.

Outros potenciais problemas decorrentes da utilização de plataformas digitais de resolução de conflitos estão ligados à desigualdade informacional entre fornecedores (litigantes habituais) e consumidores (litigantes eventuais muitas vezes sem representação por advogados), à exclusão digital e, até mesmo, à possibilidade de utilização do design das plataformas para influenciar o comportamento das partes¹¹.

Na mesma linha, Dierle Nunes¹² ressalta que é preciso que o uso da tecnologia seja orientado por uma governança adequada e pela proteção dos dados pessoais. Assim, reforça que a tecnologia não pode ser circunscrita a atender interesses privados, “mas que se preocupe com uma governança lastreada na análise do impacto social e público com um design centrado no cidadão e no ordenamento jurídico”. É com essa perspectiva crítico-analítica que este estudo se desenvolve.

1.1 Objetivo Geral

O objetivo geral desta pesquisa aspira a aprofundar a compreensão acerca dos mecanismos de resolução de conflitos presentes nas 10 maiores plataformas de e-commerce no Brasil em volume de acessos.

1.2 Objetivos Específicos

1. Avaliar as ferramentas de acessibilidade disponíveis.
2. Identificar os canais específicos destinados ao encaminhamento de reclamações.
3. Examinar os Termos de Uso, com foco especial em cláusulas que estipulam tentativas iniciais de resolução entre vendedor e usuário.

9 JUSTO, Juliana. Tiktok ban, constitucionalismo digital e jurisdição: opacidade do legal design e esvaziamento dos dados. Migalhas, migalhas de peso, 11 mai. 2023. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/386354/tiktok-ban-constitucionalismo-digital-e-jurisdiacao>. Acesso em: 23 jun. 2023.

10 JUSTO, Juliana. Tiktok ban, constitucionalismo digital e jurisdição: opacidade do legal design e esvaziamento dos dados. Ob. Cit.

11 MALONE, Hugo; NUNES, Dierle. Manual da justiça digital. Ob. Cit.

12 NUNES, Dierle. “Virada tecnológica no direito processual e etapas do emprego da tecnologia no direito processual: seria possível adaptar o procedimento pela tecnologia?”. Revista EJEF, ano 1, N. 1, p. 118, 2022. Disponível em: <https://ejef.tjmg.jus.br/wp-content/uploads/2023/01/artigo-5.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2023.

4. Investigar a existência de métodos adequados previstos para o tratamento de reclamações.
5. Analisar a Política de Proteção de Dados Pessoais.
6. Verificar a presença e aplicação de tecnologias de inteligência artificial.
7. Avaliar o grau de transparência no que tange à divulgação dos resultados das resoluções das reclamações.

1.3 Metodologia

As plataformas objeto da pesquisa foram selecionadas a partir do ranking da Conversion, que mapeou os trinta maiores e-commerces do Brasil em quantidade de acessos dos usuários.

A pesquisa priorizou os 10 maiores e-commerces destacados pelo ranking de 2022 da Conversion: Mercado Livre, Amazon Brasil, Shopee, Magazine Luiza, AliExpress, Shein, Americanas, Casas Bahia, iFood e Samsung.

A partir disso, foi elaborado um formulário de pesquisa com a proposta de realizar uma análise estrutural das plataformas de e-commerce sobre seus canais de reclamação, formas de resolução de reclamações ou conflitos, ferramentas de acessibilidade, política de proteção de dados pessoais e automatização do atendimento ao consumidor. O formulário completo encontra-se anexo a este relatório.

O formulário foi preenchido pelos próprios pesquisadores, que se dividiram na análise das plataformas e compilação dos dados.

R

RESULTADOS

02

RESULTADOS DA PESQUISA

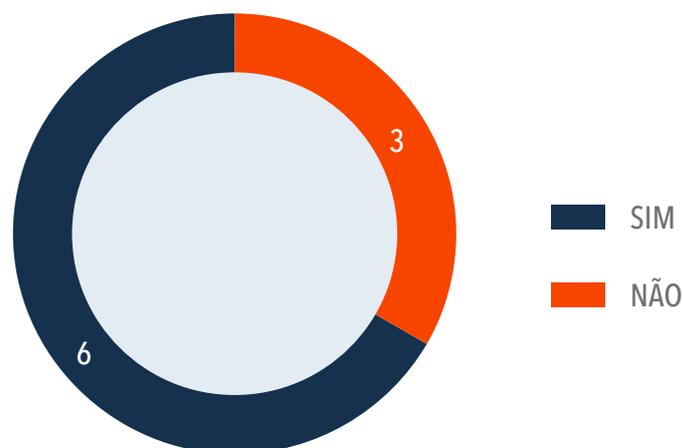
Esta seção apresenta os resultados obtidos a partir de um questionário estruturado, que explorou diversos aspectos das plataformas, desde mecanismos de acessibilidade até a divulgação de dados relacionados a conflitos solucionados.

O questionário abordou temas como ferramentas de acessibilidade, canais de reclamação, termos de uso, políticas de proteção de dados pessoais e métodos de solução de conflitos. A sistematização abaixo foi fundamentada na experiência dos próprios pesquisadores nas plataformas analisadas.

Passa-se, então, à análise dos resultados.

A plataforma possui ferramentas de acessibilidade para pessoas com deficiência?

Gráfico 1 – Ferramentas de acessibilidade para pessoas com deficiência



Foi possível identificar ferramentas de acessibilidade em seis plataformas de e-commerce analisadas. Estão neste grupo Magazine Luiza, Mercado Livre, Casas Bahia, Samsung e Americanas e Shopee.

Caso a resposta anterior tenha sido SIM, quais ferramentas de acessibilidade a plataforma possui?

As plataformas possuem ferramentas de acessibilidade que interpretam textos digitais em português para a linguagem brasileira de sinais (VLibras) e tecnologias assistivas que visam permitir o melhor acesso de pessoas com dificuldades motoras, relacionadas à digitação, movimento do mouse e leitura. Por exemplo, o Mercado Livre conta com as seguintes ferramentas de acessibilidade:

TECLADOS E DISPOSITIVOS

PESSOAS QUE NÃO USAM MOUSE OU TOUCHSCREEN RECORREM A ESSAS TECNOLOGIAS.

LEITORES DE TELA

SÃO SOFTWARES QUE "LEEM E EXPLICAM" O QUE ESTÁ NA TELA E PERMITEM O USO DE SISTEMAS OPERACIONAIS E APLICATIVOS POR MEIO DE COMBINAÇÕES DE TECLAS ALFANUMÉRICAS E COMANDOS DIGITADOS.



NVDA E NARRATOR PARA WINDOWS



VOICEOVER PARA MAC E VOICEOVER PARA IPHONE



TALKBACK PARA ANDROID

INTÉRPRETES DIGITAIS

SÃO FERRAMENTAS QUE LEEM E INTERPRETAM TEXTOS DIGITAIS PARA PESSOAS SURDAS.



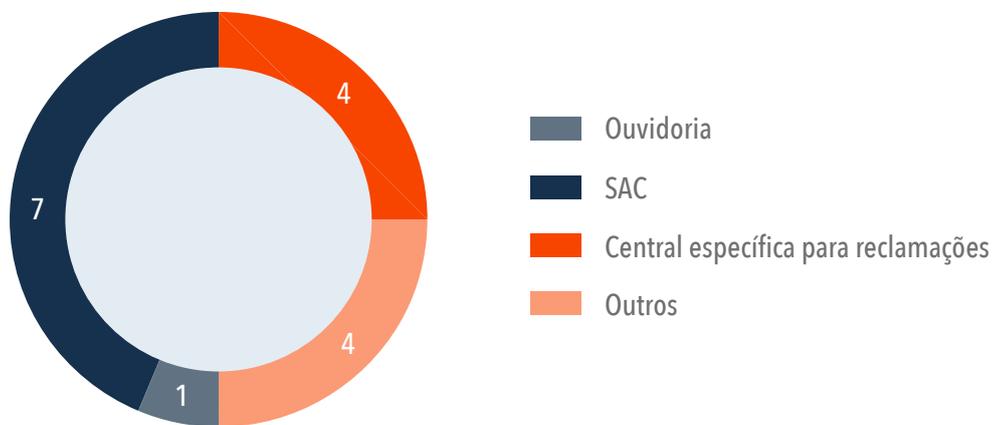
A VLIBRAS OFERECE OPÇÕES DE INSTALAÇÃO GRÁTIS PARA NAVEGADORES, COMPUTADORES, CELULARES E TABLETS.

Existe a possibilidade de submeter reclamação referente a uma compra na plataforma?

Em todas as plataformas analisadas é possível enviar ou submeter uma reclamação sobre uma compra realizada.

Caso a resposta anterior tenha sido SIM, quais os canais disponibilizados pela plataforma para essa finalidade?¹

Gráfico 2 – Canais disponibilizados pela plataforma para reclamações



O canal mais comum para submeter reclamações decorrentes de compras nas plataformas de e-commerce é o próprio SAC da empresa. Os e-commerces que possuem uma central específica são: Amazon, Mercado Livre, Samsung e Ifood.

Caso a resposta anterior tenha sido OUTROS, especifique o canal:

Tabela 1– Outros canais disponibilizados

AMAZON BRASIL	CHAT E TELEFONE
MAGAZINE LUIZA	FALE CONOSCO, CHATBOT E E-MAIL
ALI EXPRESS	CHATBOT
SHOPEE	CHAT E CENTRO DE RESOLUÇÃO DE MEDIAÇÕES
SAMSUNG	E-MAIL

1 Contagem por canal, sendo que cada respondente pode ter escolhido mais de uma opção.

O gráfico e a tabela acima apontam que, dentre os canais mais comumente disponibilizados pelas plataformas para submissão de reclamações estão o SAC, centrais específicas de reclamações, além de contatos de e-mail, telefone e chats.

Os pesquisadores avaliaram que a identificação dos canais para submissão de reclamações pode ser vista como fácil, pois estão disponíveis em grande parte logo na página inicial das plataformas. Todavia, cabe destacar que, dada a natureza do conflito ou problema enfrentado pelo usuário, o esclarecimento sobre o canal mais adequado para reclamação pode ser comumente encontrado na aba “perguntas frequentes” ou FAQ, de modo que o usuário não é conduzido na resolução do problema pela própria plataforma. É preciso que ele compreenda a natureza do seu problema (problema na compra, cancelamento, direito de arrependimento, cobrança não reconhecida no cartão de crédito etc.) para que receba a informação e o encaminhamento devido pela plataforma.

A plataforma possui Termo de Uso?

Todas as plataformas possuem Termos de Uso que explicam as condições de compra e venda pelo site. É preciso destacar, contudo, que os termos de uso são por vezes resumidos, de modo que o usuário deve clicar em links específicos para ter acesso à integralidade das condições de uso (ex. links para política de privacidade, links para cada serviço do ecossistema do marketplace.) Os links centrais de cada uma estão reunidos na tabela abaixo:

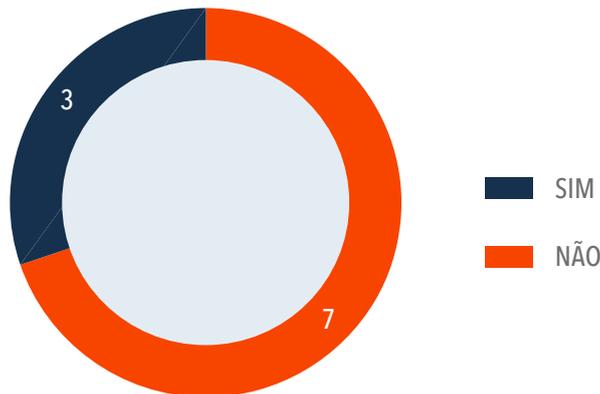
Os links dos respectivos termos de uso estão consolidados na tabela abaixo:

Tabela 2 – Links para os termos de uso

NOME DA PLATAFORMA	LINK DO TERMO DE USO
AMAZON BRASIL	https://www.amazon.com.br/gp/help/customer/display.html?nodeId=202140280
MAGAZINE LUIZA	https://empresas.magazineluiza.com.br/terms/
ALIEXPRESS	https://terms.alicdn.com/legal-agreement/terms/platform_service/20220531152646764/20220531152646764.html https://terms.alicdn.com/legal-agreement/terms/suit_bu1_aliepress/suit_bu1_aliepress202109291856_35940.html?spm=a2g0o.home.0.0.7e711c91SeOTLu
MERCADO LIVRE	https://www.mercadolivre.com.br/ajuda/Termos-e-condicoes-gerais-de-uso_1409
SHEIN	https://br.shein.com/Terms-and-Conditions-a-399.html
SHOPEE	https://help.shopee.com.br/portal/article/77113?previousPage=other%20articles
CASAS BAHIA	https://www.casasbahia.com.br//termos-condicoes.aspx?nid=202170
SAMSUNG	https://www.samsung.com/br/shop/terms_and_conditions_of_sale/
AMERICANAS	https://www.americanas.com.br/hotsite/termos-e-condicoes
IFOOD	https://webmiddleware.iFood.com.br/termos?

Nos Termos de Uso, há cláusula que vincule uma tentativa prévia de composição com o consumidor para resolver o problema decorrente da compra na plataforma?

Gráfico 3 – Existência de cláusula que vincule uma tentativa prévia de composição com o consumidor



Foi possível identificar cláusula que prevê tentativa prévia de composição do consumidor com o vendedor nos termos de uso da Shein, da Shopee e do IFood. Cabe ressaltar que nos Termos e Condições da AliExpress para transações no âmbito da União Europeia e Reino Unido foi prevista uma cláusula de resolução de disputas. Essa disposição não foi replicada para os Termos de Uso vigentes no Brasil.

Abaixo, seguem as transcrições das cláusulas que preveem uma tentativa prévia de composição do consumidor com o vendedor.



A cláusula da Shein prevê que a tentativa de composição com o consumidor ocorre por meio de e-mail.

12. DISPUTAS LEGAIS. Este Contrato e qualquer disputa ou reivindicação (inclusive disputas ou reivindicações não contratuais) decorrente ou relacionada a ele ou seu objeto ou formação ou uso dos Serviços serão regidos e interpretados de acordo com as leis do Brasil, sem considerar suas disposições de conflito de leis. Nada nestes Termos afetará os direitos que você tem como consumidor, conforme reconhecido em qualquer legislação aplicável nesta área. Leia atentamente as seguintes cláusulas 12.1 Resolução inicial de disputas. Estamos disponíveis por e-mail em legal@shein.com para tratar de quaisquer preocupações que você possa ter em relação ao seu uso dos Serviços. A maioria das preocupações pode ser resolvida rapidamente dessa maneira. Você e nós concordamos em envidar os melhores esforços para resolver qualquer disputa, reivindicação, questão ou discordância diretamente por meio de consultas e negociações de boa-fé.



A cláusula da Shopee prevê algumas fases ou etapas na resolução da disputa que englobam a interação direta com o gerente sênior e submissão da reclamação no consumidor.gov.br. Se não for possível um acordo, o direcionamento é o dito a seguinte:

- (i) disputas entre a Shopee e os Vendedores: arbitragem administrada pela CAMARB;
- (ii) entre a Shopee e os Compradores ou entre os Vendedores e os Compradores: foro da cidade de São Paulo.

30.1 Estes Termos de Serviço devem ser regidos por e interpretados sob as leis do Brasil. No caso de qualquer disputa, controvérsia, reivindicação ou divergência de qualquer tipo que surja entre as Partes em conexão com estes Termos de Serviço, incluindo violação, expiração da validade de tais Termos, ou em conexão com a determinação de quaisquer questões que estejam sujeitas a determinação objetiva de acordo com elas ("Controvérsia"), cuja Controvérsia tenha sido sujeita a um aviso escrito por uma das Partes para a outra ("Aviso de Controvérsia"), as Partes tentarão, por um período de trinta (30) dias após o recebimento de uma (1) Parte do aviso da outra Parte sobre a Controvérsia existente, resolver tal Controvérsia por meio de discussões mútuas entre o gerente sênior de cada uma das Partes. Se a Controvérsia não puder ser resolvida por discussões mútuas dentro do período de trinta (30) dias, As Partes tentarão resolver a Disputa por meio da plataforma de resolução de disputa disponível em www.consumidor.gov.br ("Plataforma de Resolução de Controvérsia"). Se a Controvérsia não puder ser resolvida por meio da Plataforma de Resolução de Disputa dentro do período de trinta (30) dias, ela deverá ser resolvida: (i) entre a Shopee e os Vendedores por meio de arbitragem administrada na cidade de São Paulo, Brasil, por um (1) árbitro perante a CAMARB – Câmara de Mediação e Arbitragem Empresarial – Brasil, de acordo com as Regras de Arbitragem da CAMARB – Câmara de Mediação e Arbitragem Empresarial – Brasil ("Regras da CAMARB") pelo tempo que vigorarem, sendo consideradas incorporadas para referência neste item, renunciando qualquer outra jurisdição geral ou especial; ou (ii) entre a Shopee e os Compradores ou entre os Vendedores e os Compradores: As Partes concordam em enviar para a jurisdição não-exclusiva das cortes do distrito da cidade de São Paulo, o que significa que você pode trazer uma reivindicação para fazer valer os seus direitos de proteção ao consumidor em conexão com estes Termos de Serviço na corte do distrito da cidade de São Paulo ou na corte do distrito da cidade onde você mora.



A cláusula do IFood estabelece que as reclamações podem ser resolvidas amigavelmente por meio do canal de suporte da plataforma ou pelo ReclameAqui e consumidor.gov.br.

11.1. Nossos canais oficiais de atendimento

Em caso de problemas durante a utilização da Plataforma iFood Você pode entrar em contato com nossos canais oficiais de atendimento para pedir ajuda. Esses canais de atendimento estão indicados no site www.iFood.com.br ou na Plataforma iFood, disponível para IOS e Android, em "Ajuda".

Demandas direcionadas para outros canais não serão avaliadas.

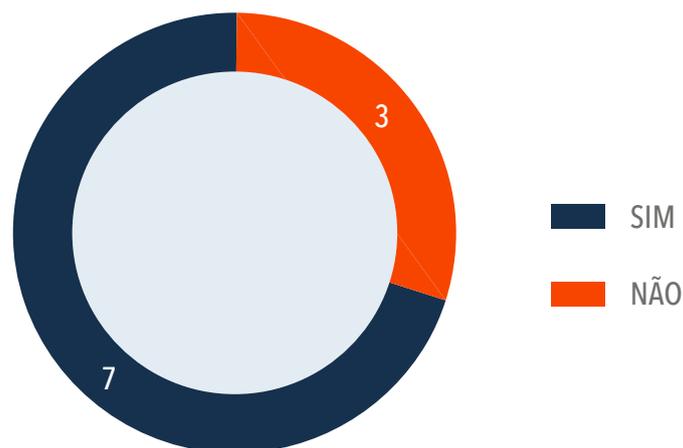
O iFood possui um time de suporte, disponível 24 (vinte e quatro) horas por dia durante os 7 (sete) dias da semana, prontamente disposto a atender todos os usuários da Plataforma iFood em qualquer contratempo que possa surgir em decorrência do uso da Plataforma iFood. O nosso suporte tem como objetivo não só solucionar eventuais problemas de forma ágil e eficaz, como também proporcionar uma resolução amigável, evitando o acionamento do judiciário.

Diante disso, você se compromete a utilizar as ferramentas de suporte disponibilizadas pelo iFood como primeiro meio para a solução de eventuais conflitos em decorrência do uso da Plataforma iFood.

Você também poderá buscar atendimento por meio das plataformas Reclame Aqui e Consumidor. Gov, as quais são disponibilizadas gratuitamente aos consumidores de todo o país com o objetivo de prevenir e reduzir a quantidade de contratempos judicializados.

Nos termos de uso, há previsão de negócios jurídicos processuais?

Gráfico 4 - Previsão de negócios jurídicos processuais nos termos de uso



A pesquisa identificou a existência de negócios jurídicos processuais nos Termos de uso de sete plataformas de e-commerce: Amazon Brasil, Ali Express, Mercado Livre, Shein, Casas Bahia, Americanas e iFood, os quais estão transcritos nas cláusulas abaixo. As cláusulas se referem, basicamente, à legislação aplicável e ao foro de eleição.



A cláusula da Amazon Brasil estabelece como foro de eleição o da capital da comarca da cidade de São Paulo.

FORO

Em todos os casos em que uma cláusula de eleição de foro for admitida, você concorda que quaisquer controvérsias oriundas ou relativos ao uso de quaisquer Serviços Amazon ou a produtos adquiridos no site Amazon.com.br serão resolvidas pelo foro da comarca de São Paulo (capital do Estado de São Paulo), com renúncia a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

LEI APLICÁVEL

Ao utilizar qualquer Serviço Amazon e desde que tais serviços sejam prestados diretamente pela entidade brasileira Amazon Serviços de Varejo do Brasil Ltda., você concorda que as leis do Brasil regerão estas Condições de Uso e qualquer controvérsia que possa surgir entre você e a Amazon. Afasta-se expressamente a aplicação da Convenção de Viena sobre a Venda de Mercadorias.

A relação jurídica entre você e qualquer outra entidade legal da Amazon (incluindo, mas sem limitar, compras realizadas no site Amazon.com) estará sujeita a lei estrangeira e a jurisdição determinada pela respectiva lei ou pelas condições de uso aplicáveis.”



O contrato da Ali Express prevê algumas especificidades:

Se o contrato for negociado com a hangzhou alibaba advertising co., LTDA, a Ali Express prevê como legislação aplicável a chinesa e como foro competente os de yuhang e hangzhou, prc.

Se o contrato for negociado a alibaba.com singapore e-commerce private limited ou a aliexpress e-commerce one pte. LTDA, a legislação aplicável será a de Hong Kong, sendo este, também, o foro competente.

Se o contrato for negociado com a aliexpress russia holding pte LTDA, a legislação aplicável ao contrato será a da Rússia, sendo este, também, o foro competente.

12.7. O presente contrato será regido pelas leis da República Popular da China (“prc”) caso você tenha negociado com a hangzhou alibaba advertising co., ltd de acordo com o parágrafo 2.1, de forma que as partes do presente contrato submetem o presente contrato à jurisdição exclusiva dos tribunais de primeira instância de yuhang, hangzhou, prc. caso você tenha negociado com a alibaba. com singapore e-commerce private limited ou a aliexpress e-commerce one pte. ltd., o presente contrato será regido pelas leis da região administrativa especial de Hong Kong (“hong kong”) sem considerar qualquer conflito das disposições legais. as partes submetem o presente contrato à jurisdição exclusiva dos tribunais de hong kong, exceto se de outra forma definido pela lei aplicável. caso você tenha negociado com a aliexpress russia holding pte ltd., o presente contrato será regido pelas leis da federação russa (“rússia”) sem considerar quaisquer disposições de conflitos de leis. as partes submetem o presente contrato à jurisdição exclusiva dos tribunais da Rússia, exceto se de outra forma definido pela lei aplicável.



O Mercado Livre prevê como foro de eleição a comarca de São Paulo, excetuando a hipótese de o usuário qualificar-se como consumidor, ocasião em que poderá ser o foro de domicílio do consumidor.

13- Jurisdição e lei aplicável

Estes Termos e Condições são regidos pela legislação vigente. Qualquer controvérsia decorrente de sua aplicação, interpretação, execução ou validade será submetida ao Foro da Comarca de São Paulo - SP, salvo as reclamações apresentadas por Pessoas Usuárias que se enquadrem no conceito legal de consumidores, que poderão submeter tais reclamações ao foro de seu domicílio, conforme previsão do Código de Defesa do Consumidor.



A Shein prevê como foro de eleição o da comarca da capital de São Paulo.

12.1. Resolução inicial de disputa. Estamos disponíveis por e-mail em legal@shein.com para tratar de quaisquer preocupações que você possa ter em relação ao seu uso dos serviços. A maioria das preocupações pode ser resolvida rapidamente dessa maneira. Você e nós concordamos em enviar os melhores esforços para resolver qualquer disputa, reivindicação, questão ou discordância diretamente por meio de consultas e negociações de boa-fé. Em todos os casos em que uma cláusula de jurisdição exclusiva for admitida, você concorda que quaisquer disputas decorrentes ou relacionadas ao uso dos Serviços serão resolvidas pelo tribunal distrital de São Paulo (capital do Estado de São Paulo), renunciando a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.



A Casas Bahia prevê a legislação brasileira como aplicável ao contrato e elege o foro do domicílio do usuário como competente para dirimir os eventuais litígios.

11. LEGISLAÇÃO E FORO COMPETENTES

A presente relação jurídica é regida exclusivamente pela legislação da República Federativa do Brasil, inclusive eventuais ações decorrentes de violação de seus termos e condições.

Fica eleito o foro do domicílio do Usuário para dirimir quaisquer dúvidas, questões ou litígios decorrentes dos presentes Termos, renunciando as partes a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

americanas

A Americanas estabelece como foro de eleição o do domicílio do cliente para dirimir os eventuais litígios.

“13. Foro

13.1. Fica eleito o foro de domicílio do Cliente para dirimir eventuais controvérsias a respeito deste contrato”.



O iFood prevê a legislação brasileira como aplicável ao contrato e elege como foro competente a Comarca do Estado de São Paulo.

11.3. Legislação aplicável e Resolução de Conflitos

Estes Termos são regidos e interpretados de acordo com a legislação da República Federativa do Brasil.

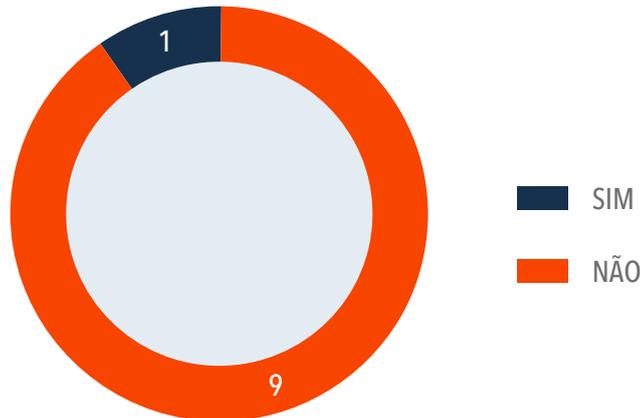
O iFood trabalha constantemente oferecer o melhor serviço possível a Você, fazendo milhares de pessoas felizes. Por isso, em caso de divergências ou conflitos entre você e o iFood, sugerimos que entre em contato com nossos canais de atendimento existentes em nossa Plataforma iFood para solucionarmos a demanda de forma consensual e amigável. Fica eleito o foro da Comarca do Estado de São Paulo como competente para dirimir eventuais dúvidas, controvérsias e conflitos decorrentes da interpretação e cumprimento destes Termos.

Os Termos de Uso preveem a extensão da confidencialidade das tratativas?

Nos Termos de Uso, não foi identificada extensão da confidencialidade das tratativas.

Além da composição direta com o consumidor, os Termos de uso preveem outros métodos adequados de solução de conflitos?

Gráfico 5 – Outros métodos adequados de solução de conflitos nos termos de uso



Apenas nos Termos de Uso da Shopee há previsão expressa quanto ao encaminhamento da reclamação para outros meios adequados de solução de conflitos, conforme transcrito abaixo.



A Shopee prevê o direcionamento da disputa entre a Shopee e os vendedores à arbitragem, a qual será administrada pela Câmara de Mediação e Arbitragem Empresarial – Brasil, a CAMARB.

Art. 30. LEI VIGENTE

30.1 Estes Termos de Serviço devem ser regidos por e interpretados sob as leis do Brasil. No caso de qualquer disputa, controvérsia, reivindicação ou divergência de qualquer tipo que surja entre as Partes em conexão com estes Termos de Serviço, incluindo violação, expiração da validade de tais Termos, ou em conexão com a determinação de quaisquer questões que estejam sujeitas a determinação objetiva de acordo com elas (“Controvérsia”), cuja Controvérsia tenha sido sujeita a um aviso escrito por uma das Partes para a outra (“Aviso de Controvérsia”), as Partes tentarão, por um período de trinta (30) dias após o recebimento de uma (1) Parte do aviso da outra Parte sobre a Controvérsia existente, resolver tal Controvérsia por meio de discussões mútuas entre o gerente sênior de cada uma das Partes. Se a Controvérsia não puder ser resolvida por discussões mútuas dentro do período de trinta (30) dias, As Partes tentarão resolver a Disputa por meio da plataforma de resolução de disputa disponível em www.consumidor.gov.br (“Plataforma de Resolução de Controvérsia”). Se a Controvérsia não puder ser resolvida por meio da Plataforma de Resolução de Disputa dentro do período de trinta (30) dias, ela deverá ser resolvida:

- (i) entre a Shopee e os Vendedores por meio de arbitragem administrada na cidade de São Paulo, Brasil, por um (1) árbitro perante a CAMARB – Câmara de Mediação e Arbitragem Empresarial – Brasil, de acordo com as Regras de Arbitragem da CAMARB – Câmara de Mediação e Arbitragem Empresarial – Brasil (“Regras da CAMARB”) pelo tempo que vigorarem, sendo consideradas incorporadas para referência neste item, renunciando qualquer outra jurisdição geral ou especial; ou
- (ii) entre a Shopee e os Compradores ou entre os Vendedores e os Compradores: As Partes concordam em enviar para a jurisdição não-exclusiva das cortes do distrito da cidade de São Paulo, o que significa que você pode trazer uma reivindicação para fazer valer os seus direitos de proteção ao consumidor em conexão com estes Termos de Serviço na corte do distrito da cidade de São Paulo ou na corte do distrito da cidade onde você mora.

Caso a resposta anterior tenha sido SIM, quais outros métodos adequados de solução de conflitos são previstos nos Termos de Uso?

Os termos de uso da Shopee preveem o direcionamento à arbitragem.

Caso haja a opção por outros métodos de solução de conflitos, a administração desses procedimentos será feita por:

Os termos de uso da Shopee preveem que a arbitragem será administrada pela Câmara de Mediação e Arbitragem Empresarial – Brasil (CAMARB).

No caso de a resposta anterior ter sido "plataforma online de resolução de conflitos", informe o nome e o link:

Nenhuma das 10 plataformas de e-commerce analisadas direciona a reclamação a uma outra plataforma online de resolução de conflitos diferente do consumidor.gov.br e do ReclameAqui.

Abaixo, seguem transcritas as cláusulas dos termos de uso da Shopee e do IFood que preveem o direcionamento da reclamação ao consumidor.gov.br e ao ReclameAqui:



30. LEI VIGENTE

30.1 Estes Termos de Serviço devem ser regidos por e interpretados sob as leis do Brasil. No caso de qualquer disputa, controvérsia, reivindicação ou divergência de qualquer tipo que surja entre as Partes em conexão com estes Termos de Serviço, incluindo violação, expiração da validade de tais Termos, ou em conexão com a determinação de quaisquer questões que estejam sujeitas a determinação objetiva de acordo com elas ("Controvérsia"), cuja Controvérsia tenha sido sujeita a um aviso escrito por uma das Partes para a outra ("Aviso de Controvérsia"), as Partes tentarão, por um período de trinta (30) dias após o recebimento de uma (1) Parte do aviso da outra Parte sobre a Controvérsia existente, resolver tal Controvérsia por meio de discussões mútuas entre o gerente sênior de cada uma das Partes. Se a Controvérsia não puder ser resolvida por discussões mútuas dentro do período de trinta (30) dias, As Partes tentarão resolver a Disputa por meio da plataforma de resolução de disputa disponível em www.consumidor.gov.br ("Plataforma de Resolução de Controvérsia"). Se a Controvérsia não puder ser resolvida por meio da Plataforma de Resolução de Disputa dentro do período de trinta (30) dias, ela deverá ser resolvida:

i) entre a Shopee e os Vendedores por meio de arbitragem administrada na cidade de São Paulo, Brasil, por um (1) árbitro perante a CAMARB – Câmara de Mediação e Arbitragem Empresarial – Brasil, de acordo com as Regras de Arbitragem da CAMARB – Câmara de Mediação e Arbitragem Empresarial – Brasil ("Regras da CAMARB") pelo tempo que vigorarem, sendo consideradas incorporadas para referência neste item, renunciando qualquer outra jurisdição geral ou especial; ou

(ii) entre a Shopee e os Compradores ou entre os Vendedores e os Compradores: As Partes concordam em enviar para a jurisdição não-exclusiva das cortes do distrito da cidade de São Paulo, o que significa que você pode trazer uma reivindicação para fazer valer os seus direitos de proteção ao consumidor em conexão com estes Termos de Serviço na corte do distrito da cidade de São Paulo ou na corte do distrito da cidade onde você mora.



11.1. Nossos canais oficiais de atendimento

Em caso de problemas durante a utilização da Plataforma iFood Você pode entrar em contato com nossos canais oficiais de atendimento para pedir ajuda. Esses canais de atendimento estão indicados no site www.iFood.com.br ou na Plataforma iFood, disponível para IOS e Android, em "Ajuda". Demandas direcionadas para outros canais não serão avaliadas.

O iFood possui um time de suporte, disponível 24 (vinte e quatro) horas por dia durante os 7 (sete) dias da semana, prontamente disposto a atender todos os usuários da Plataforma iFood em qualquer contratempo que possa surgir em decorrência do uso da Plataforma iFood. O nosso suporte tem como objetivo não só solucionar eventuais problemas de forma ágil e eficaz, como também proporcionar uma resolução amigável, evitando o acionamento do judiciário.

Diante disso, você se compromete a utilizar as ferramentas de suporte disponibilizadas pelo iFood como primeiro meio para a solução de eventuais conflitos em decorrência do uso da Plataforma iFood. Você também poderá buscar atendimento por meio das plataformas Reclame Aqui e Consumidor. Gov, as quais são disponibilizadas gratuitamente aos consumidores de todo o país com o objetivo de prevenir e reduzir a quantidade de CONTRATOS judicializados.

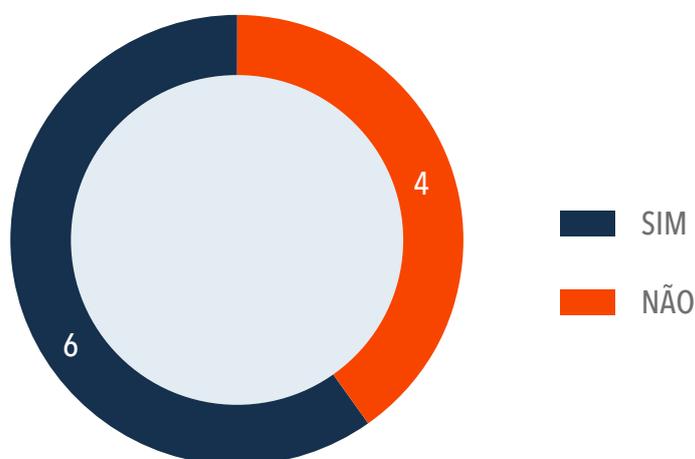
A Plataforma possui Política de Proteção de Dados Pessoais?

Todas as plataformas de e-commerce analisadas possuem Política de Privacidade e Proteção de Dados Pessoais. Os respectivos links estão consolidados na tabela abaixo:

Tabela 3 – Links para a Política de Privacidade e Proteção de Dados Pessoais

NOME DA PLATAFORMA	LINK DA POLÍTICA DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS
AMAZON	https://www.amazon.com.br/gp/help/customer/display.html?nodeId=GX7NJQ4ZB8MHFRNJ#GUID-5EE39294-A02A-4A77-A911-F1C6521D4919__SECTION_FCD8A40F699B4AAA83724625D526E8D1
MAGAZINE LUIZA	https://especiais.magazineluiza.com.br/politica-de-privacidade/
ALIEXPRESS	https://terms.ali.cn.com/legal-agreement/terms/suit_bu1_alieexpress/suit_bu1_alieexpress201912031136_53144.html
MERCADO LIVRE	https://www.mercadolivre.com.br/privacidade/declaracao-privacidade
SHEIN	https://br.shein.com/Privacy-Security-Policy-a-282.html
SHOPEE	https://help.shopee.com.br/portal/article/77068?previousPage=other%20articles
CASAS BAHIA	https://www.casasbahia.com.br//politica-privacidade.aspx
SAMSUNG	https://www.samsung.com/br/privacy/
AMERICANAS	https://www.americanas.com.br/hotsite/politica-de-privacidade
IFOOD	https://privacidade.iFood.com.br/privacidade-clientes/#:~:text=Caso%20voc%C3%AA%20solicite%20a%20exclus%C3%A3o,legisla%C3%A7%C3%A3o%20de%20prote%C3%A7%C3%A3o%20de%20dados.

Gráfico 6 – Política de Proteção de Dados Pessoais



As políticas de proteção de dados pessoais da AliExpress, Mercado Livre, Shopee, Casas Bahia, Americanas e IFood estabelecem a anonimização dos dados dos consumidores, porém circunscritas a situações específicas.

Seguem as transcrições das cláusulas que preveem essa anonimização dos dados pessoais dos consumidores.



Não há uma anonimização *prima facie*. A política de privacidade prevê a anonimização quando não houver mais uma “necessidade comercial legítima”, conforme é possível verificar na cláusula abaixo:

D. CONSERVAÇÃO

Manteremos as suas informações pessoais enquanto tivermos uma necessidade comercial legítima para o fazer, para lhe fornecer serviços ou produtos, conforme exigido ou permitido pelas leis aplicáveis. Quando não tivermos uma necessidade comercial legítima para tratar as suas informações pessoais, estas serão eliminadas ou anonimizadas, ou se tal não for possível (por exemplo, porque as suas informações pessoais foram armazenadas em ficheiros de backup), armazenaremos as suas informações pessoais de forma segura e asseguraremos que esta não será sujeito a qualquer outro tratamento até que a sua eliminação seja possível. O tempo pelo qual os seus dados são mantidos também dependerá de como o utilizador usar o nosso site (por exemplo, se este se encontra inscrito como membro ou se está apenas a visitar o nosso site como convidado) e da forma como a informação disponibilizada pelo utilizador é utilizada. Por exemplo, se o utilizador é um membro registado, certos dados serão retidos por um período de tempo após a cessação ou eliminação da sua conta, a fim de cumprir as leis aplicáveis ou em caso de litígios. Noutros casos, o período de conservação pode ser determinado de acordo com a sua atividade na Plataforma ou para cumprir um período de tempo específico de arbitragem/resolver um litígio.



Embora não tenha expressa previsão de anonimização *prima facie*, há a possibilidade de o usuário controlar quais informações pessoais são usadas para criação do seu perfil e para a tomada de decisões automatizadas, bem como retificar ou excluir informações a pedido do usuário. Nesse controle, o usuário pode solicitar a anonimização de seus dados ou mesmo exclusão do armazenamento. De igual modo, o usuário pode revisar uma decisão automatizada (proferida com base em técnicas de machine learning, inteligência artificial e big data). Segue transcrição na íntegra:

Decisões automatizadas e criação de perfis

No Mercado Livre, temos o compromisso de fornecer cada vez mais e melhores serviços que simplificam a sua vida.

Para isso, recorreremos a ferramentas que nos ajudam a ser mais eficientes por meio de técnicas conhecidas como “inteligência artificial”, “machine learning” ou “Big Data” que utilizamos para diversos

fins, como prevenção de fraudes, análise e previsão da capacidade econômica, personalização de serviços e publicidade, mecanismos automatizados de segurança cibernética ou validação de identidade por meio do reconhecimento de imagens.

Decisões automatizadas são aquelas tomadas com base no uso de algoritmos e programas de computador, sem que nenhum ser humano esteja envolvido no processo de tomada de decisão.

Por outro lado, a criação de perfis é a avaliação de alguns aspectos pessoais, como seus interesses, preferências, comportamentos ou localização, realizada através do processamento automatizado das informações pessoais com procedimentos estatísticos. Como resultado desse processamento, podemos enviar comunicações personalizadas ou mostrá-las em nossas plataformas, que acreditamos ser do seu interesse.

Você tem o direito de solicitar a revisão de uma decisão baseada no processamento automatizado de dados clicando aqui.

Conforme salientado, não há expressa previsão de anonimização *prima facie*, mas há alternativas disponíveis para tratamento dos dados e proteção da privacidade. Segue na íntegra a cláusula:

13. Como poderá exercer seus direitos de controle das suas informações pessoais?

Os regulamentos aplicáveis lhe concedem certos direitos sobre suas informações pessoais, como por exemplo: (i) acesso; (ii) atualização; (iii) retificação; (iv) cessação do envio de anúncios, ofertas e promoções; (v) exclusão; (vi) revogação do consentimento; (vii) confidencialidade e (viii) revisão de decisões automatizadas.

Você pode fazer perguntas e/ou solicitações com relação aos seus dados pessoais em "Meus direitos de Privacidade" ou por meio dos dados de contato fornecidos nos anexos de cada país.

Em caso de dúvidas sobre o uso dos seus dados conforme estabelecido nesta Declaração de Privacidade, ou se você quiser exercer seus direitos de Privacidade, por favor, entre em contato com a pessoa Encarregado pela Proteção de dados (ou Data Protection Officer) no e-mail dpo@mercado-livre.com.

Em certos casos, e sempre que permitido ou imposto pela lei aplicável, manteremos em nossos arquivos a informação pessoal que você pediu para eliminarmos por um prazo limitado. Uma vez cumprido esse prazo, procederemos com a eliminação da sua informação pessoal.

Há que se destacar, ainda, que há um anexo específico para os usuários brasileiros, com um maior detalhamento sobre o controle e revisão dos dados pessoais coletados.

ANEXO PARA O BRASIL

As disposições previstas neste anexo são aplicáveis exclusivamente aos usuários e visitantes residentes na República Federativa do Brasil ou qualquer outra situação em que as leis brasileiras sejam aplicáveis. Em caso de contradição entre as disposições previstas no texto principal das Políticas de Privacidade e este anexo, as disposições deste anexo serão aplicáveis aos usuários e visitantes domiciliados na República Federativa do Brasil.

8. Decisões automatizadas e criação de perfis

Sem prejuízo do disposto na cláusula 13 da Declaração de Privacidade, você também poderá exercer seu direito de acesso a qualquer momento, para saber quais Informações Pessoais foram utilizadas como parte da tomada de decisão correspondente e, se aplicável, o direito de retificação, quando considerar que qualquer dado pessoal utilizado é impreciso ou incompleto.

13. Como poderá exercer seus direitos de controle das suas Informações Pessoais?

Os regulamentos aplicáveis lhe concedem certos direitos sobre suas Informações Pessoais: (i) confirmação da existência do processamento de suas Informações Pessoais; (ii) acesso; (iii) correção de Informações Pessoais incompletas, imprecisas ou desatualizadas; (iv) anonimização, bloqueio ou

exclusão de Informações Pessoais desnecessárias, excessivas ou processadas em violação da legislação aplicável; (v) portabilidade das Informações Pessoais; (vi) exclusão das Informações Pessoais quando não forem mais necessárias para os fins para os quais foram coletadas, exceto no caso de conservação necessária para: (a) o cumprimento de uma obrigação legal ou regulamentar; (b) a transferência para terceiros por qualquer outro motivo autorizado por lei ou qualquer regulamento que não seja a lei ou regulamento que regula a proteção de dados pessoais no Brasil, incluindo a Lei Brasileira de Proteção de Dados Pessoais – LGPD (Lei n° 13.709/18); ou (c) o uso exclusivo do controlador de forma anônima; (vii) informações sobre as entidades públicas e privadas com as quais o Mercado Livre compartilhou suas Informações Pessoais; (viii) informações sobre a possibilidade de não dar consentimento e sobre as consequências de sua recusa; (ix) revogação do consentimento; (x) fazer uma reclamação perante a Autoridade Nacional de Proteção de Dados Pessoais relacionada ao processamento de suas Informações Pessoais; e (xi) opor-se ao processamento de suas Informações Pessoais devido ao não cumprimento da legislação aplicável.

Sem prejuízo do disposto na Declaração de Privacidade, você também poderá realizar consultas e/ou exercer os direitos de acesso, retificação e exclusão de suas Informações Pessoais por correio postal para Av. Das Nações Unidas, nº 3.003, Bonfim, Osasco/SP, Brasil At.: EBAZAR.COM.BR LTDA.



A política de privacidade da Shopee tampouco prevê uma anonimização prima facie. A anonimização ocorre quando: (i) a finalidade para a qual esses dados pessoais foram coletados não está mais sendo atendida pela retenção desses dados pessoais; (ii) a retenção não é mais necessária para fins legais ou comerciais; e (iii) nenhum outro interesse legítimo que justifique a retenção de tais dados pessoais.

4. COLETA DE OUTROS DADOS

4.1 Como na maioria dos sites e aplicativos móveis, seu dispositivo envia informações que podem incluir dados sobre você que são registrados por um servidor da web quando você navega em nossa Plataforma. Isso geralmente inclui, sem limitação, o endereço IP do dispositivo, o sistema operacional do computador / dispositivo móvel e o tipo de navegador, tipo de dispositivo móvel, as características do dispositivo móvel, o identificador exclusivo de dispositivo (UDID) ou o identificador de equipamento móvel (MEID) do seu dispositivo móvel, o endereço de um site de referência (se houver), as páginas que você visita em nosso site e aplicativos para dispositivos móveis e os horários da visita e, às vezes, um "cookie" (que pode ser desativado usando as preferências do navegador) para ajudar o site a lembrar sua última visita. Se iniciou sessão, essas informações serão associadas à sua conta pessoal. A informação também está incluída nas estatísticas anônimas para nos permitir entender como os visitantes usam nosso site.

7.2 Reteremos suas informações pessoais de acordo com as Leis de Privacidade e/ou outras leis aplicáveis. Ou seja, destruiremos ou tornaremos seus dados pessoais anônimos quando tivermos determinado razoavelmente que (i) a finalidade para a qual esses dados pessoais foram coletados não está mais sendo atendida pela retenção desses dados pessoais; (ii) a retenção não é mais necessária para fins legais ou comerciais; e (iii) nenhum outro interesse legítimo que justifique a retenção de tais dados pessoais. Se você parar de usar a Plataforma, ou se sua permissão para usá-la e/ou os Serviços forem encerrados ou retirados, podemos continuar armazenando, usando e/ou divulgando seus dados pessoais de acordo com esta Política de Privacidade e nossas obrigações sob as Leis de Privacidade. Sujeitos a legislação aplicável, podemos descartar com segurança seus dados pessoais sem aviso prévio.

CASASBAHIA

8. Manter os dados pessoais do Usuário em segurança

Estamos empenhados em proteger os dados pessoais dos nossos Usuários. Implementamos medidas técnicas e organizacionais para ajudar a proteger a segurança dos seus dados pessoais; contudo, tenha em mente que nenhum sistema é completamente seguro. Assim, informamos que utilizamos as seguintes ferramentas e mecanismos:

Utilizamos métodos e padrões de mercado para criptografar e anonimizar os dados coletados, além de demais formas padrão de encriptação, para garantir sua inviolabilidade;

Empregamos mecanismos tecnológicos para proteção contra o acesso não autorizado aos sistemas, sendo estes considerados ambiente controlado e de segurança;

Disponibilizamos acesso a locais de armazenamento de dados pessoais apenas a pessoas previamente autorizadas, comprometidas ao sigilo de tais dados, inclusive mediante a assinatura de termo de confidencialidade;

Aplicamos mecanismos de autenticação de acesso aos registros capazes de individualizar o responsável pelo tratamento e acesso dos dados coletados em decorrência da utilização da Plataforma. Manutenção do inventário indicando momento, duração, identidade do funcionário ou do responsável pelo acesso e o arquivo objeto, com base nos registros de conexão e de acesso a aplicações, conforme determinado no artigo 13 do Decreto nº 8.771/2016.

A senha protege a conta de Usuário, pelo que incentivamos o Usuário utilize em suas contas senha forte (utilizando, quando possível, letras maiúsculas e minúsculas, números e caracteres especiais e evitando utilizar palavras ou datas), a limitar o acesso ao computador e navegador, não acessar nossa Plataforma em computadores públicos ou compartilhados e a encerrar a sessão clicando em "Sair" depois de utilizar a Plataforma.

americanas

A política de privacidade da Americanas prevê a anonimização dos dados pessoais para fins de estudo, conforme a cláusula transcrita a seguir:

8. Por quanto tempo armazenamos informações pessoais?

Os dados pessoais tratados pela Americanas serão armazenados durante o tempo em que estiver vigente o contrato (art. 7º, inciso V da LGPD). Após o seu término, as informações do Cliente, incluindo dados pessoais de terceiros, serão armazenadas de acordo com as normas de prescrição do Direito brasileiro, salvo se o tratamento tiver como base o consentimento do titular, que poderá ser revogado a qualquer tempo.

Depois do prazo prescricional, os dados pessoais ainda poderão ser tratados pela Americanas nos seguintes casos, conforme o art. 16º da LGPD:

- I - cumprimento de obrigação legal ou regulatória pelo controlador;
- II - estudo por órgão de pesquisa, garantida, sempre que possível, a anonimização dos dados pessoais;
- III - transferência a terceiro, desde que respeitados os requisitos de tratamento de dados dispostos na Lei; ou
- IV - uso exclusivo do controlador, vedado seu acesso por terceiro, e desde que anonimizados os dados.



A política de privacidade do IFood dispõe sobre a anonimização dos dados quando os compartilha com empresas especializadas em marketing e análise de dados digitais:

4.2 Dados gerados durante a utilização dos serviços

c) Dados de comunicação

Intermediamos a comunicação entre usuários, entregadores e estabelecimentos parceiros através da nossa Plataforma. Permitimos, por exemplo, que usuários, entregadores e estabelecimentos parceiros, enviem mensagens através do chat ou de telefone anonimizados.

5.5. Para gerenciar pagamentos feitos online

O iFood se preocupa com a segurança da informação e a conformidade com a legislação financeira. Armazenamos suas informações financeiras apenas de forma anonimizada, o que nos impede de ter acesso a seus dados financeiros completos.

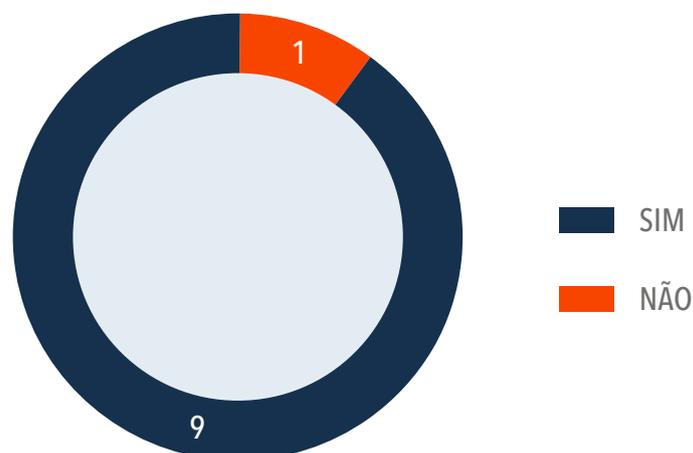
Além disso, somente processamos seus dados para a finalidade especificada, qual seja, a de permitir que uma transação seja efetuada por meio online e com cobrança direcionada a você em contraprestação aos serviços prestados.

8.7. Empresas de serviços de análise

Para entregarmos publicidade e promoções adequadas para você, bem como aperfeiçoar nossos serviços, nós também podemos compartilhar os seus dados anonimizados com empresas especializadas em marketing e análise de dados digitais que ofereçam nível de proteção de dados compatível com esta Declaração de Privacidade.

Caso o consumidor queira esclarecer alguma dúvida por telefone para submeter a reclamação na plataforma, essa opção está disponível?

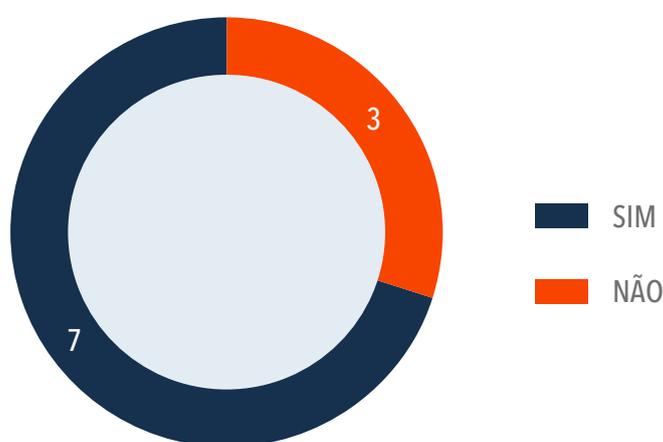
Gráfico 7 – Opção de atendimento telefônico



A pesquisa identificou a disponibilização de contatos telefônicos em nove das plataformas de e-commerce analisadas: Amazon Brasil, Magazine Luiza, Mercado Livre, Shein, Shopee, Casas Bahia, Samsung, Americanas e IFood estão disponibilizados contatos telefônicos, sendo o mais comum o próprio número do SAC.

Caso o consumidor queira esclarecer alguma dúvida ou obter informação por e-mail para submeter a reclamação na plataforma, essa opção está disponível?

Gráfico 8 - Atendimento por e-mail



A pesquisa identificou a disponibilização do contato de e-mail para envio de reclamações no e-commerce da Amazon Brasil, Magazine Luiza, Mercado Livre, Shein, Shopee, Casas Bahia e Samsung.

Existe relação de perguntas frequentes (FAQ) no aplicativo ou site onde o consumidor possa obter esclarecimentos ou informações para resolver sua questão ou submeter a reclamação na plataforma?

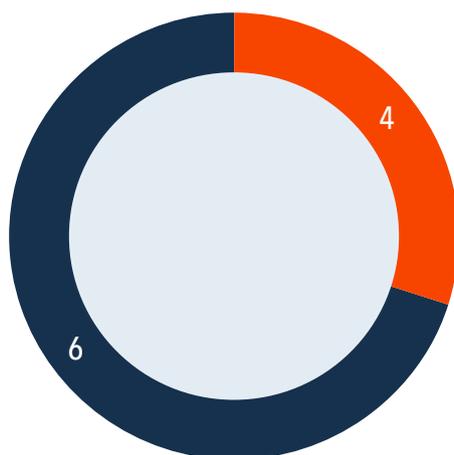
Todas as plataformas contam com sessão de perguntas frequentes disponibilizadas aos seus usuários. Os respectivos links estão consolidados na tabela 4:

Tabela 4 – Link para os FACs

NOME DA PLATAFORMA	LINK DA SESSÃO DE PERGUNTAS FREQUENTES (FAC)
AMAZON BRASIL	https://venda.amazon.com.br/cresca/venda-global/central-de-treinamento/perguntas-frequentes
MAGAZINE LUIZA	https://atendimento.magazineluiza.com.br/hc/pt-br
ALIEXPRESS	https://pt.aliexpress.com/item/32705981940.html
MERCADO LIVRE	https://www.mercadolivre.com.br/ajuda/643
SHEIN	https://br.shein.com/faq/index
SHOPEE	https://help.shopee.com.br/portal
CASAS BAHIA	https://www.casasbahia.com.br/centraldeatendimento/atendimento.aspx?nid=201404
SAMSUNG	https://www.samsung.com/br/shop-faq/products-and-orders/
AMERICANAS	https://www.americanas.com.br/hotsite/faq
IFOOD	https://developer.iFood.com.br/pt-BR/support/faq/

A plataforma conta com chatbot?

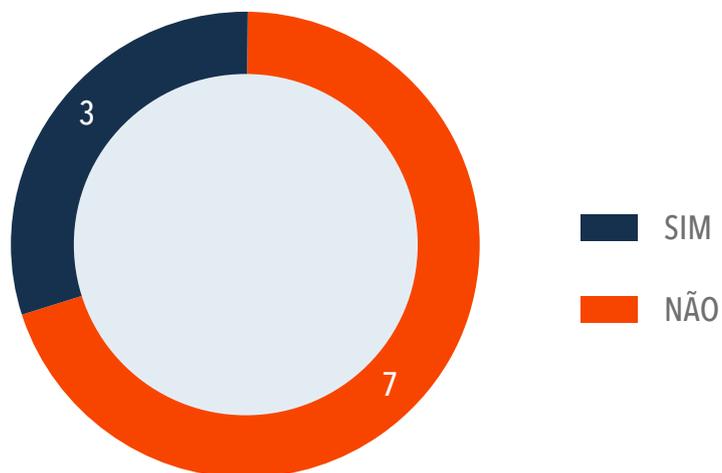
Gráfico 9 – Atendimento por chatbot



A pesquisa identificou seis plataformas de e-commerce que contam com chatbot para atendimento: Magazine Luiza, Ali Express, Shein, Shopee, Samsung e IFood.

Nesse chat, há possibilidade de interação com humanos?

Gráfico 10 – Tipo de interação no atendimento por chatbot



O estudo encontrou a possibilidade de interação com atendente humano nos chatbots da Shopee, Samsung e IFood.

Os dados dos conflitos solucionados são divulgados aos consumidores na plataforma?

A pesquisa não identificou a divulgação das informações relacionadas à resolução dos conflitos, como o total das reclamações submetidas, tempo de resposta, percentual de desfecho por meio de acordo, dentre outras.

C

CONSIDERAÇÕES
FINAIS

03

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No cenário atual, as plataformas de e-commerce desempenham um papel central nas transações comerciais e na relação entre consumidores e empresas. Compreender a operação e funcionalidades dessas plataformas é fundamental para uma interação mais fluida e justa. Neste relatório, detalhou-se o funcionamento de algumas das principais plataformas de e-commerce no Brasil, abordando desde a experiência inicial do usuário até os mecanismos de resolução de conflitos. A seguir, apresentam-se alguns pontos de diagnóstico relevantes que emergiram da análise.

Nesta etapa do estudo, focada no primeiro acesso dos usuários nas plataformas de e-commerce a partir da experiência dos pesquisadores, identificou-se que se a acessibilidade puder ser incrementada com a adoção de nudges e designs comportamentais (éticos), a navegação seria mais simplificada e intuitiva.

Embora todas as plataformas tenham outros canais para reclamações, a maioria utiliza o SAC como principal ponto de contato. A identificação dos canais para submissão de reclamações foi avaliada como fácil pelos pesquisadores. Contudo, os usuários, por vezes, precisam de uma compreensão mais profunda do seu problema ou da natureza do conflito para direcionar corretamente sua demanda na plataforma.

Todas as plataformas possuem termos de uso, mas com particularidades. Por exemplo, o Mercado Livre possui um ecossistema extenso de serviços, cada um com sua especificidade, cujos anexos constam nos termos e serviços gerais (ex. anexo do marketplace, anexo do Mercado Pago, anexo do Mercado Shop). O Mercado Pago tem, por exemplo, uma cláusula específica de resolução de disputas via portal de contato que leva ao site do Mercado Pago e não ao site do Mercado Livre.

Dentro do universo das plataformas analisadas, a maioria não apresenta cláusulas que promovem uma tentativa inicial de resolução entre o consumidor e o vendedor. Não obstante os pesquisadores identificaram que plataformas como Shein, Shopee e IFood possuem tais disposições em seus termos de uso.

Quanto aos negócios jurídicos processuais, os termos de uso de empresas como Amazon Brasil, AliExpress, Mercado Livre, Shein, Casas Bahia e Americanas dispõem, basicamente, quanto à legislação aplicável e à previsão de foro de eleição para disputas.

Os termos de uso da Shopee, de maneira singular, oferecem outros métodos alternativos de resolução de conflitos. Se uma negociação direta não for suficiente, o conflito pode ser direcionado para arbitragem sob a supervisão da CAMARB. Além disso, tanto a Shopee quanto o IFood possibilitam o encaminhamento de disputas para plataformas externas, como o consumidor.gov.br e o ReclameAqui, respectivamente. Esse quadro mostra que as plataformas podem investir mais em métodos de resolução consensual de conflitos e deixá-los mais transparentes e explicitados nos termos de uso.

No que tange ao tratamento dos dados pessoais, embora a maioria das políticas das plataformas preveja a anonimização dos dados dos consumidores, frequentemente a clareza desse processo é questionável. Além disso, percebeu-se uma lacuna em relação à transparência algorítmica.

A transparência algorítmica pode ser objeto de aprofundamento pelas plataformas, com (i) a indicação clara e objetiva dos dados do usuário utilizados para a tomada de decisões automatizadas (comunicações, informações, navegações personalizáveis, conforme o perfil comportamental do usuário); e (ii) a explicitação quanto ao direito de o usuário solicitar a revisão de uma decisão baseada no processamento automatizado de dados, mediante simples clique ou acesso.

Apesar da maioria das Políticas de Proteção de Dados Pessoais das plataformas de e-commerce analisadas afirmar que realiza a anonimização dos dados dos consumidores, a clareza deste processo, em muitos casos, é ambígua e específica, levando a questionamentos sobre sua eficácia.

Foi identificado que o SAC é o canal telefônico predominante usado pelas plataformas para submissão e monitoramento de reclamações. Ademais, observou-se que chatbots estão presentes em diversas plataformas, incluindo Magazine Luiza, AliExpress, Shein, Shopee, Samsung e IFood. No entanto, a prevalência é de atendimentos virtuais, com a interação humana sendo mais limitada.

O mercado do e-commerce tem vivenciado uma evolução significativa no Brasil e se consolidou como um pilar central nas transações comerciais, bem como nas interações entre consumidores e empresas. Este relatório buscou decifrar e entender as nuances operacionais destas plataformas, com destaque à acessibilidade, mecanismos de resolução de conflitos e tratamento de dados pessoais.

Em que pesem esses avanços, é possível perceber espaços para melhorias, especialmente no que tange à clareza dos processos de anonimização de dados e na efetividade da comunicação com os consumidores. A transparência algorítmica e a capacidade de interação humana nas ferramentas de atendimento, por exemplo, ainda são desafios a serem superados. Este diagnóstico visa contribuir para que o mercado aprimore suas práticas e garanta uma experiência mais equilibrada e justa para todos os usuários.

A

ANEXO I

04

ANEXO I

QUESTIONÁRIO

O formulário contou com as seguintes questões:

1) Nome da Plataforma

2) Data de acesso

3) Meio de acesso

- Site
- Aplicativo
- Site e aplicativo

4) A plataforma possui ferramentas de acessibilidade para pessoas com deficiência?

- Sim
- Não

5) Caso a resposta anterior tenha sido SIM, quais ferramentas de acessibilidade a plataforma possui?

6) Existe a possibilidade de submeter reclamação referente a uma compra na plataforma?

- Sim
- Não

7) Caso a resposta anterior tenha sido SIM, quais os canais disponibilizados pela plataforma para essa finalidade?

- SAC
- Ouvidoria
- Central específica de reclamações
- Outros

8) Caso a resposta anterior tenha sido OUTROS, especifique o canal

9) A identificação do(s) canal(is) de reclamação foi:

- Muito fácil
- Fácil
- Difícil
- Muito difícil
- Não se aplica

10) A plataforma possui Termos de Uso?

- Sim
- Não

11) Qual o link onde estão disponíveis os Termos de Uso da plataforma?

12) Nos Termos de Uso, há cláusula que vincule uma tentativa prévia de composição com o consumidor para resolver o problema decorrente da compra na plataforma?

- Sim
- Não

13) Caso a resposta anterior tenha sido SIM, transcreva a(s) cláusula(s).

14) Nos termos de uso, há previsão de negócios jurídicos processuais?

15) Caso a resposta anterior tenha sido SIM, transcreva a(s) cláusula(s).

16) Os Termos de Uso preveem a extensão da confidencialidade das tratativas?

Sim

Não

17) Caso a resposta anterior tenha sido SIM, transcreva a(s) cláusula(s).

18) Além da composição direta com o consumidor, os Termos de uso preveem outros métodos adequados de solução de conflitos?

Sim

Não

19) Caso a resposta anterior tenha sido SIM, quais os métodos adequados de solução de conflitos são previstos nos Termos de Uso?

20) Caso haja a opção por outros métodos de solução de conflitos, a administração desses procedimentos será feita por:

Câmara de Mediação e/ou Arbitragem

Consumidor.gov.br

Plataforma online de resolução de conflitos

Outro

21) No caso de a resposta anterior ter sido "plataforma online de resolução de conflitos", informe o nome e o link:

22) A Plataforma possui Política de Proteção de Dados Pessoais?

23) Qual o link em que está disponível essa Política de Proteção de Dados Pessoais?

24) A Política de Proteção de Dados Pessoais prevê a anonimização dos dados dos consumidores?

Sim

Não

25) Caso a resposta anterior tenha sido SIM, transcreva a cláusula que prevê essa anonimização dos dados pessoais dos consumidores.

26) Sobre o procedimento de reclamação na Plataforma, verifique as seguintes questões:

27) Caso o consumidor queira esclarecer alguma dúvida por telefone para submeter a reclamação na plataforma, essa opção está disponível?

Sim

Não

28) Caso a resposta anterior tenha sido SIM, esse contato telefônico é:

específico para tirar dúvidas de submissão de reclamações na plataforma

Ouvidoria

SAC

Outra natureza

29) Caso o consumidor queira esclarecer alguma dúvida ou obter informação por e-mail para submeter a reclamação na plataforma, essa opção está disponível?

Sim

Não

30) Existe relação de perguntas frequentes (FAC) no aplicativo ou site onde o consumidor possa obter esclarecimentos ou informações para resolver sua questão ou submeter a reclamação na plataforma?

Sim

Não

31) A plataforma conta com chatbot?

Sim

Não

32) Há possibilidade de interação com humanos nesse chat?

Sim

Não

33) Os dados dos conflitos solucionados são divulgados aos consumidores na plataforma?

