



GUIA COMÉRCIO ELETRÔNICO

GOVERNADOR DO ESTADO DE SÃO PAULO

GERALDO ALCKMIN

SECRETÁRIA DE ESTADO DA JUSTIÇA E DA DEFESA DA CIDADANIA

ELOISA DE SOUSA ARRUDA

FUNDAÇÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – PROCON/SP

DIRETOR EXECUTIVO

PAULO ARTHUR LENCIONI GÓES

CHEFE DE GABINETE

CARLOS AUGUSTO MACHADO COSCARELLI

DIRETORA ADJUNTA DE ESTUDOS E PESQUISAS

VALÉRIA RODRIGUES GARCIA

ASSESSORA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

BIANCA CALDEIRA

São Paulo

2013

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| FORMAS DE OFERTAR PRODUTOS E SERVIÇOS PELA INTERNET | 3 |
| SITES DE COMPRAS COLETIVAS..... | 3 |
| F-COMMERCE | 6 |
| CLUBES DE COMPRA | 7 |
| LEILÃO VIRTUAL | 7 |
| CROWDFUNDING | 9 |
| IMPORTAÇÃO DIRETA | 10 |
| SEUS DIREITOS | 11 |
| INFORMAÇÃO ADEQUADA..... | 11 |
| PREÇO..... | 11 |
| PRAZO DE ENTREGA..... | 11 |
| ATENDIMENTO FACILITADO | 13 |
| CUMPRIMENTO À OFERTA | 14 |
| CANCELAMENTO DA COMPRA E DEVOLUÇÃO DOS VALORES..... | 15 |
| PRAZO DE ARREPENDIMENTO..... | 15 |
| GARANTIA LEGAL | 16 |
| GARANTIAS CONTRATUAL E ESTENDIDA | 17 |
| GARANTIA CONTRATUAL | 17 |
| GARANTIA ESTENDIDA..... | 18 |
| REPARAÇÃO DE DANOS..... | 19 |
| RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA..... | 19 |
| INTERMEDIADORAS (FACILITADORAS) DE PAGAMENTO | 20 |
| CUIDADOS AO CONTRATAR PELA INTERNET | 21 |
| PROTEÇÃO DE DADOS E PREVENÇÃO À FRAUDE..... | 24 |

COMÉRCIO ELETRÔNICO

O comércio eletrônico ou e-commerce é uma nova forma de comercialização de produtos e serviços que surgiu com o advento da internet e, a cada dia, cresce o número de consumidores que passam a utilizá-lo.

A comodidade de não ter de se deslocar para um estabelecimento comercial e receber as mercadorias em casa é um grande atrativo, mas o consumidor deve procurar conhecer melhor as diversas modalidades de oferta de produtos e serviços, os cuidados que deve ter ao comprar ou contratar, bem como o que fazer se houver algum problema com a transação comercial.

Para colaborar com os consumidores, a Fundação Procon-SP, elaborou este material com dicas e orientações que visam auxiliar o consumidor a fazer uma compra mais consciente, ou seja, sabendo como analisar e decidir pela melhor e mais segura opção dentre as diversas ofertas que encontrar.

FORMAS DE OFERTAR PRODUTOS E SERVIÇOS PELA INTERNET

Além das chamadas “lojas virtuais”, nas quais as empresas, por meio de seus sites, oferecem produtos e serviços (em seus próprios endereços eletrônicos diretamente) e outros meios eletrônicos utilizados pelo próprio consumidor para a contratação (aplicativos em tablets e smartphones, terminais de compras, mensagem por SMS etc.), há outras modalidades de oferta e comercialização pela Internet. Veja a seguir, algumas das principais modalidades.

SITES DE COMPRAS COLETIVAS

Os sites de compras coletivas reúnem ofertas de estabelecimentos comerciais, tais como restaurantes, lojas de varejo, clínicas de estética, agências de turismo, teatro e outros, anunciando descontos vantajosos.

O consumidor interessado na promoção divulgada pelo site ou por e-mail só poderá efetuar a compra do produto ou serviço pela internet.

A ativação da compra pode ou não estar condicionada a um número mínimo de participantes que aderem à oferta num prazo determinado. Todas as informações devem constar da oferta. Deve haver destaque para as restrições colocadas ao consumidor, como número mínimo necessário. Caso a oferta

não seja concluída, o valor não poderá ser cobrado. A quantidade mínima de pessoas para a efetivação da compra, bem como o prazo para sua utilização devem ser informados no site, em local de destaque e de fácil visualização.

Nessa modalidade de comércio eletrônico, devem estar devidamente identificados tanto o fornecedor responsável pelo sítio eletrônico como o fornecedor do produto ou serviço ofertado. A identificação deve conter CPF ou CNPJ, endereço físico e eletrônico e demais informações necessárias para a localização e contato de ambos os fornecedores.

Efetivada a compra, o consumidor recebe um cupom (ou voucher) que deverá ser impresso e, posteriormente, trocado pelo produto ou pelo serviço ofertado no estabelecimento comercial ou no site indicado na oferta. Em alguns casos, pode ser necessário o agendamento do serviço.

Se o consumidor tiver problemas com o produto ou o serviço adquirido, tanto o estabelecimento comercial que fez a oferta, como o site de compra coletiva podem ser procurados, pois ambos são responsáveis por solucionar a questão.

No caso de tratamento estético, informe-se sobre a eficácia e as contra-indicações do procedimento.

SAIBA QUE...

- A utilização do cupom de desconto não autoriza o estabelecimento comercial a tratar o consumidor de maneira diferenciada em relação aos outros clientes.
- O pagamento da taxa de serviço dos restaurantes (ou “gorjeta”) é opcional, ou seja, o consumidor decide se quer pagar ou não. Isso também é válido para as promoções realizadas por restaurantes em sites de compra coletiva.
- Existem, ainda, os sites que reúnem as promoções de diversos sites de compras coletivas. Eles não são os responsáveis diretos pelas ofertas existentes. Porém há sites que facilitam a aproximação, disponibilizam suas plataformas para interação entre consumidor e vendedor, fazendo indicações e recomendando compras. Estes podem vir a ser responsabilizados por problemas na comercialização, dependendo da situação e da veiculação que for feita.

F-COMMERCE

O F-Commerce é uma nova modalidade de comercialização surgida na Internet, que utiliza a rede social Facebook.

Existem duas formas de F-Commerce:

- na primeira, um usuário do Facebook cria sua loja virtual em parceria com alguma empresa de e-commerce. O usuário que criou a loja virtual torna-se, assim, um representante da empresa e oferece produtos ou serviços comercializados pela empresa de e-commerce. O consumidor interessado na oferta é redirecionado ao site daquela empresa, aonde a compra será finalizada. A conclusão da compra é feita diretamente pela empresa de e-commerce.
- na segunda forma, a própria empresa de e-commerce monta sua loja virtual dentro do Facebook, são as chamadas F-Stores (F-Lojas). Aqui, todo o processo de compra, desde a escolha dos produtos até a finalização da venda com o respectivo pagamento, é feito dentro do ambiente da rede social, sem que o usuário seja redirecionado a outro site.

SAIBA QUE...

- O M-Commerce (Mobile Commerce) é o comércio eletrônico por meio do telefone celular
- O T-Commerce (Television Commerce) é da venda de produtos e serviços por meio do controle remoto da televisão.

CLUBES DE COMPRA

São sites que apresentam descontos e vantagens na aquisição de produtos e serviços apenas para consumidores previamente cadastrados (associados). O cadastro pode ser feito diretamente pelo consumidor ou mediante convite de quem já é associado.

Embora os clubes de compras sejam parecidos com os sites de compra coletiva, não há a necessidade de um número mínimo de participantes para a aquisição de produtos ou serviços.³

LEILÃO VIRTUAL

É a aquisição de um produto ou serviço de terceiro, via internet, por quem der o maior lance.

Pode ser realizado por um leiloeiro oficial ou por um site de venda de produtos ou serviços que se utiliza do nome e formato de leilão.

Nos dois casos, o consumidor tem seus direitos garantidos pelo Código de Defesa do Consumidor, mas é importante compreender como, na prática, o consumidor está protegido:

- Quando a compra for realizada por meio de um leiloeiro oficial, esse leiloeiro poderá ser responsabilizado pelo serviço prestado, ou seja, pelas informações corretas e claras quanto à exposição, controle e recebimento do lance.
- Na outra espécie, a responsabilidade pelo produto é a mesma tanto do site de “leilão” quanto do fornecedor.

- Há, ainda, o leilão por centavos. Nesta modalidade, o usuário adquire créditos que o habilita a dar lances. Existe um cronômetro que pode ser reiniciado de acordo com as regras de cada site. O último lance dado antes de o cronômetro zerar, será o vencedor.

SAIBA QUE...

Existem alguns sites que utilizam o nome leilão virtual, mas não têm as características acima mencionadas. É o caso do site em que o usuário compra cotas e, com elas, indica um valor para concorrer ao produto ofertado. Será vencedor o valor único que for menor. É o chamado “menor lance único”.

Embora esses sites se utilizem do nome e formato parecido ao de leilão, o Procon-SP entende que se trata de jogo. Por ser jogo, não há a possibilidade de se exigir resultado como a aquisição do produto ou serviço, todavia, há a responsabilidade do site em manter o registro da aquisição dos créditos e o funcionamento do entretenimento.

ATENÇÃO

A Fundação PROCON alerta o consumidor para cuidados especiais com essa modalidade de interação eletrônica, por reproduzir o jogo virtual e a competição, por trazer prejuízos financeiros e riscos à saúde do consumidor que, estimulado a competir, passa longos períodos no ambiente virtual em detrimento de outras atividades.

CROWDFUNDING

É a reunião, por meio de um site, de um grupo de pessoas que, interessados em por em prática uma ideia, um negócio ou projeto, fazem, para isso, uma doação em dinheiro.

O mecanismo é simples, o autor da ideia apresenta sua proposta em um site e diz quanto dinheiro precisa para realizar seu projeto. Quem tiver interesse em apoiar o projeto, poderá fazer doações. Em troca, o responsável pelo projeto oferece uma recompensa a quem o apoiou.

O crowdfunding pode abranger projetos sociais, ambientais, pessoais, artísticos e de investimentos.

Se o projeto indicar um valor de doação predeterminada para um benefício específico para o grupo, como a realização de um show de música, com a retenção de uma comissão, o Procon-SP entende que há relação de consumo.

Fique atento às regras do projeto e todas as condições e especificamente sobre devolução do dinheiro, caso o projeto não se concretize.

IMPORTAÇÃO DIRETA

Alguns sites oferecem, por preços atrativos, produtos importados diretamente de outros países. A importação de produtos tem legislação própria e implica no pagamento de tributos no momento da retirada do produto. Por isso é necessário cuidado, pois o valor dos tributos pode ser, inclusive, superior ao valor do próprio produto. Isso não significa, no entendimento do Procon-SP, que não se trata de relação de consumo, posto que há verdadeira oferta e comercialização do produto.

Mesmo quando adquirido em site internacional, se houver representante no Brasil, poderá esse representante ser acionado pelo consumidor, caso este tenha problemas com a compra. Se o produto apresentar vício, o consumidor poderá reclamar ao fabricante (marca) para conserto ou troca.

SEUS DIREITOS

INFORMAÇÃO ADEQUADA

Os produtos e serviços devem ser oferecidos com informações corretas, claras, precisas e ostensivas sobre as suas características, preço, garantia, prazo de validade, dados do fabricante e sobre eventuais riscos que possam apresentar à saúde e à segurança do consumidor.

PREÇO

Com relação ao preço, a informação deve conter:

- Preço à vista;
- Preço total a prazo com o nº, periodicidade e valor das prestações;
- Todos os custos adicionais da transação (despesas de entrega, seguro etc.);
- Juros, eventuais acréscimos e encargos.

PRAZO DE ENTREGA

Além das informações acerca do preço e características do produto, o site deve fixar data e turno para a realização dos serviços ou entrega dos produtos, sem qualquer ônus adicional aos consumidores, não podendo cobrar frete diferenciado entre as entregas comuns e as entregas agendadas.

Os sites de comércio eletrônico, portanto, devem estipular, antes da contratação e no momento de sua finalização, o cumprimento das suas obrigações nos turnos da manhã, tarde ou noite, em conformidade com os seguintes horários, sendo assegurado ao consumidor o direito de escolher entre as opções oferecidas:

- a.** turno da manhã: compreende o período entre 7h00 e 11h00 (sete e onze horas);
- b.** turno da tarde: compreende o período entre 12h00 e 18h00 (doze e dezoito horas);
- c.** turno da noite: compreende o período entre 19h00 e 23h00 (dezenove e vinte e três horas).

ATENÇÃO

Toda publicidade que contenha informações falsas sobre o produto ou serviço ou que seja capaz de confundir o consumidor sobre suas características, pode ser considerada como publicidade enganosa. Também é enganosa a publicidade que não informa dados essenciais.

ATENDIMENTO FACILITADO

O fornecedor, ao oferecer um produto ou serviço pela Internet deverá:

- antes da contratação, apresentar resumo claro das principais cláusulas do contrato com as informações necessárias, dando destaque para as disposições que limitem direitos;
- fornecer meios eficazes ao consumidor para identificação e correção imediata de erros ocorridos nas etapas anteriores à finalização da contratação;
- confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta;
- disponibilizar o contrato na íntegra ao consumidor em meio que permita sua conservação e reprodução, imediatamente após a contratação;
- manter atendimento eletrônico eficaz para informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento do contrato;
- confirmar imediatamente o recebimento das demandas, pelo mesmo meio utilizado pelo consumidor;
- responder em até cinco dias às demandas do consumidor feitas pelo canal eletrônico;
- utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e proteção de dados do consumidor.

CUMPRIMENTO À OFERTA

Todos os meios utilizados pelo fornecedor para aproximar o consumidor dos produtos ou serviços colocados à sua disposição no mercado de consumo é uma oferta.

Tudo que for ofertado deverá ser cumprido, caso contrário, é direito do consumidor escolher uma das seguintes alternativas:

- exigir o cumprimento da oferta;
- escolher outro produto ou prestação de serviço equivalente;
- cancelar o contrato e pedir a devolução do que pagou, devidamente corrigido.

Qualquer uma das alternativas acima não exclui o direito de pedir na Justiça, indenização por eventuais perdas e danos que tenha sofrido.

FIQUE ATENTO!

Desconfie de promessas muito atraentes ou de preço com valor muito abaixo do informado em outros sites.

CANCELAMENTO DA COMPRA E DEVOUÇÃO DOS VALORES

- Se o fornecedor descumprir a oferta (não entregar o produto; ou entregar algo diferente do que foi pedido ou, ainda, se o produto estiver danificado);
- E se o pagamento foi feito por meio do cartão de crédito ou por meio de sites que fazem a intermediação de pagamento;
- E se, ainda, o consumidor decidir cancelar a compra e não conseguir acesso aos fornecedores envolvidos na venda e intermediação.

Poderá solicitar diretamente à administradora do cartão o cancelamento da compra e o estorno do valor pago.

PRAZO DE ARREPENDIMENTO

O consumidor que compra um produto ou contrata um serviço pela Internet tem direito a se arrepender da compra ou da contratação no prazo de 07 (sete) dias, contados a partir do recebimento do produto ou da assinatura do contrato. Para tanto, pode formalizar o pedido de cancelamento pela mesma ferramenta que utilizou para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados e solicitar a devolução de qualquer quantia eventualmente paga.

A empresa, por sua vez, tem o dever de enviar ao consumidor a confirmação imediata do recebimento do arrependimento, bem como o de comunicar o fato imediatamente à instituição financeira ou à administradora do cartão, para que, dependendo da situação, a transação não seja lançada na fatura do consumidor ou para que todo e qualquer valor pago seja estornado.

ATENÇÃO

O fornecedor não pode:

- exigir que a embalagem do produto não tenha sido violada, como condição para acatar o pedido;
- cobrar qualquer quantia a título de frete de devolução

GARANTIA LEGAL

É a garantia que todo produto ou serviço tem. O Código de Defesa do Consumidor determina que não precisa haver qualquer documento como um “termo de garantia”, para que o consumidor possa exigí-la. Além de obrigatória, a garantia legal cobre qualquer vício* que deve ser reparado sem qualquer custo (ônus) para o consumidor.

De acordo com a lei, o período de validade da garantia legal é de 30 dias para os produtos e serviços não duráveis (ex.: alimentos) e 90 dias para os produtos e serviços duráveis (ex.: eletrodomésticos).

Para o caso de vícios*¹ que são visíveis de imediato, a garantia começa a valer a partir da entrega do produto ou da conclusão do serviço. Nos casos em que o vício* não é fácil de ser verificado e só aparece com a utilização do produto ou do serviço, o prazo começa a valer a partir do momento em que o consumidor constata o problema.

GARANTIAS CONTRATUAL E ESTENDIDA

Existem outros tipos de garantia que não são de oferta obrigatória. São estabelecidas entre o fornecedor e o consumidor por um prazo adicional à garantia legal e podem conter condições específicas para seu cumprimento:

GARANTIA CONTRATUAL

Suas condições devem constar de um documento chamado usualmente de Termo de Garantia. Esse termo deve ser entregue ao consumidor, devidamente preenchido, no momento da compra. Nele deverá ser informado, de forma clara, em que consiste a garantia, a forma, o prazo, o lugar em que ela poderá ser exercitada e as despesas a cargo do consumidor.

*vício= problema, dano, imperfeição

GARANTIA ESTENDIDA

é um seguro pago pelo consumidor para prorrogar a garantia do produto após o vencimento da garantia legal (90 dias) ou da garantia contratual (geralmente de um ano).

Sua apólice pode ser de “Extensão de Garantia Original” ou “Extensão de Garantia Original Ampliada” (que poderá assegurar, para fins de indenização, o pagamento em dinheiro ou a substituição do produto, caso não seja possível o seu conserto em até trinta dias corridos).

Pode ser também de “Extensão de Garantia Diferenciada” (na qual só caberá a troca do produto ou a devolução do dinheiro se houver previsão contratual).

FIQUE ATENTO!

A Lei determina que as lojas virtuais disponibilizem na internet todas as informações gerais da apólice, como cobertura, data da contratação e validade da garantia estendida.

ATENÇÃO:

a garantia estendida não poderá ser incluída no preço do produto, nem sob a forma de desconto. É uma opção do consumidor e pode ser cancelada no prazo de 07 dias.

REPARAÇÃO DE DANOS

Se o produto apresentar algum problema dentro do prazo de garantia legal, o fornecedor deverá solucioná-lo no prazo máximo de 30 dias, mas em uma única oportunidade. Após esse prazo, se o problema não for solucionado, o consumidor tem direito de escolher entre:

- exigir a troca por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso; ou
- pode optar por exigir o cancelamento da compra e devolução do que pagou; ou
- se quiser, pode aceitar ficar com o produto com um desconto no preço.

Caso o produto seja essencial, ou um conserto comprometa demais suas características ou, ainda, quando o produto não for igual ao que foi informado sobre ele, o consumidor pode escolher e exigir entre a troca imediata do produto ou o cancelamento da compra, com a devolução imediata do que pagou.

RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA

Quando o consumidor tiver algum problema, pode reclamar seus direitos a qualquer um dos fornecedores que integram a cadeia de fornecimento do produto ou serviço, pois são solidariamente responsáveis. Se não conseguir solucionar diretamente com o site ou com o estabelecimento comercial, pode recorrer a um órgão de defesa do consumidor.

INTERMEDIADORAS (FACILITADORAS) DE PAGAMENTO

Os sites de comércio eletrônico, em geral, disponibilizam aos consumidores a possibilidade de efetuar o pagamento da compra por meio de débito em conta-corrente, de boleto bancário ou de cartão de crédito. Por vezes tais operações são realizadas por intermédio de uma empresa especializada, que faz a ligação entre o site de vendas e a instituição financeira ou administradora de cartão de crédito.

Para utilizar esse serviço, o consumidor se cadastra, inserindo seus dados pessoais e escolhe a forma de pagamento.

Assim como o site de venda, a intermediadora também integra a cadeia de fornecimento e, portanto, pode ser acionada pelo consumidor que tiver problemas com a aquisição de produtos, especialmente quanto à entrega.

É importante que o consumidor leia atentamente as regras estabelecidas pela intermediadora, sobretudo quanto ao prazo para apresentação de uma reclamação de não entrega do produto. O prazo da intermediadora pode ser menor que o prometido pelo site de venda.

CUIDADOS AO CONTRATAR PELA INTERNET

Informamos a seguir, alguns cuidados fundamentais para evitar problemas ao comprar ou contratar pela internet e dicas de como fazer uma boa escolha e garantir seus direitos.

- Reflita sobre seus interesses: não compre por impulso. Analise friamente a oferta. Embora os descontos possam lhe parecer muito atrativos, o valor final de suas compras pode comprometer seu orçamento. Responda, sinceramente, a quatro perguntas:
 - ✓ preciso realmente desse produto ou serviço?
 - ✓ tenho informações suficientes sobre ele?
 - ✓ tenho que comprar agora?
 - ✓ essa decisão vai comprometer meu orçamento?
- Identifique o fornecedor: procure a identificação do site e de todos os demais fornecedores envolvidos em sua compra virtual (razão social, CNPJ ou CPF, endereço físico e eletrônico, telefone e outras formas de contato além do e-mail). Redobre seus cuidados quando o site exibir como forma de contato apenas um telefone celular. Por lei, os dados do fornecedor devem ser informados no site de maneira clara e com destaque, preferencialmente em sua página principal, a fim de facilitar a sua localização e contato.

- Busque referências de fornecedores recomendados por amigos ou familiares. A consulta no cadastro de reclamações do SINDEC (cadastro nacional de reclamações dos Procons) e em redes sociais pode ser um bom instrumento para auxiliá-lo na escolha. O site do Procon-SP divulga uma lista de lojas virtuais que devem ser evitadas.
- Verifique o registro de produtos e serviços, como, por exemplo, os ligados à saúde, estética e alimentação, que precisam de registro na ANVISA. É o caso também das agências de viagens, que devem ter registro na EMBRATUR, entre outros.
- Verifique as características do produto: antes de realizar a compra, analise a descrição do produto, faça comparações com outras marcas, visite a página do fabricante para confirmar as funções e certifique-se que ele atende à sua necessidade.
- Utilize a internet para acessar informações e opiniões dos consumidores sobre o produto ou serviço que pretende adquirir.
- Compare preços: não se esqueça de comparar também o preço e a forma de pagamento em outros estabelecimentos (lojas virtuais e físicas), especialmente para verificar se os descontos ofertados pelos sites valem a pena e são reais.

- Fique atento às condições da entrega: o prazo de entrega e eventual valor de frete devem ser especificados. Por lei, o fornecedor é obrigado a discriminar no preço toda despesa adicional que houver, como por exemplo, frete. Porém, muitas vezes, o preço exibido no anúncio do produto não contém o custo de envio. Assim, antes de fechar o pedido, verifique o valor do frete.
- Conheça a política de troca e devolução dos produtos: essa informação deve constar no site e pode variar de fornecedor para fornecedor.
- Guarde os comprovantes: guarde todos os documentos que demonstrem a compra e confirmação do pedido (comprovante de pagamento, contrato, anúncios, etc).
- Exija a nota fiscal: no ato da entrega do produto, recuse o recebimento se a nota fiscal não for apresentada.
- Fique atento às formas de pagamento: redobre os cuidados quando o site coloca como única forma possível de pagamento o depósito em conta corrente ou conta poupança, especialmente quando for para pessoas físicas.

PROTEÇÃO DE DADOS E PREVENÇÃO À FRAUDE

Para contratar, efetuar compras ou transações bancárias pela Internet, usualmente é necessário o envio de dados pessoais, número de telefone, endereço para entrega, número do cartão, senha etc. Para evitar que outras pessoas consigam acessar esses dados e os utilizem indevidamente, somente os forneça em sites:

- ✓ com endereço eletrônico iniciado pela sigla “https”;
- ✓ que exiba no seu navegador de acesso à internet um ícone em forma de cadeado colorido e fechado. Ao clicar em cima do cadeado, deve aparecer o certificado de segurança do site. É recomendável instalar o certificado de segurança e acessar o site da empresa que emite esse certificado.
- Leia a política de privacidade do site para saber como o fornecedor vai cuidar do armazenamento e manipulação de seus dados pessoais. Por lei, o fornecedor deve utilizar mecanismos de segurança para garantir que a vontade do consumidor quanto à utilização de seus dados pessoais seja respeitada. Além disso, durante todo o processo de compra, observe atentamente se há itens pré-selecionados, tais como “desejo receber ofertas em meu e-mail”, pois essa deve ser uma opção do consumidor e não uma imposição do fornecedor.

- Instale programas de antivírus e o firewall (sistema que impede a transmissão e/ou recepção de acessos nocivos ou não autorizados) e os mantenha sempre atualizados. Existem opções gratuitas na Internet.
- Cuidado com as mensagens recebidas em seu e-mail, não só aquelas de remetentes desconhecidos, mas, em alguns casos, até de remetentes conhecidos. Tenha especial cuidado ao abrir anexos e acessar links enviados, pois eles podem conter vírus ou programas que visam capturar suas informações.
- Desconfie de mensagens que prometem prêmios, solicitem seus dados cadastrais, enviem fotos, mensagens de amor ou amizade, cartões virtuais, etc. Se tiver dúvidas, procure contatar o remetente antes de qualquer ação.
- Evite realizar transações on-line em lanhouses, cybercafés ou computadores de terceiros, pois podem não estar adequadamente protegidos.
- Escolha uma senha segura: evite senhas que já são utilizadas em outros sites, bem como datas de aniversário (sua ou de familiares), números de telefone, palavras conhecidas e sequências numéricas ou alfabéticas (como 123456 ou abcdef). O mais seguro é escolher uma senha com 6 a 12 caracteres, alternando letras minúsculas, maiúsculas e números.
- Troque periodicamente a sua senha do Internet banking e de sites de comércio eletrônico.

FUNDAÇÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – PROCON-SP

ENDEREÇOS E CANAIS DE ATENDIMENTO

| | | | |
|--|---|--|--------------------------------------|
|  | ATENDIMENTO PESSOAL – POSTOS POUPETEMPO 2ª a 6ª, das 7h às 19h - Sábados, das 7h às 13h | | |
| | ITAQUERA Av. do Contorno, 60 Metrô Itaquera | SANTO AMARO Rua Amador Bueno, 176/258 | SÉ Praça do Carmo s/ nº |

| | | | |
|---|--|--|--|
|  | ATENDIMENTO ELETRÔNICO E SITE www.procon.sp.gov.br | | |
| | BLOG: educaproconsp.blogspot.com.br FACEBOOK: www.facebook.com/proconsp TWITTER: www.twitter.com/@proconspoficial | | |

| | | |
|---|--|---|
| OUTROS ATENDIMENTOS | | |
|  CARTAS Caixa Postal 1151 Cep: 01031-970 |  FAX (11) 3824-0717 2ª a 6ª, das 10h às 16h |  TELEFONE - Disque: 151 Para orientações e cadastro de reclamações fundamentadas 2ª a 6ª, das 7h às 19h |

| | | |
|--|--|--|
| OUVIDORIA - Críticas, elogios e sugestões ao PROCON-SP | | |
| Rua Barra Funda, 930, Sala 401 – Barra Funda, Cep 01152-000, São Paulo-SP Telefone: 0800 377 6266 Email: ouvidoria@procon.sp.gov.br | | |

| | | |
|--|--|--|
| NÚCLEOS REGIONAIS fiscalização, cursos, palestras e suporte aos Procons municipais | | |
| Bauru, Campinas, Presidente Prudente, Santos, São José dos Campos e Sorocaba | | |

| | |
|--------------------------|--|
| OUTROS MUNICÍPIOS | Consulte a prefeitura de sua cidade ou o site do Procon-SP |
|--------------------------|--|