LARA PORTUGAL DA ROCHA

**Desafios atuais do direito de arrependimento do
consumidor**

Tese de Doutorado

Orientador: Professor Dr. Eneas de Oliveira Matos

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE DIREITO
São Paulo-SP
2018**

LARA PORTUGAL DA ROCHA

**Desafios atuais do direito de arrependimento do
consumidor**

Tese apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Direito, da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Doutor em Direito, na área de concentração Direito Civil, sob orientação do Professor Dr. Eneas de Oliveira Matos.

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE DIREITO
São Paulo-SP
2018**

Autorizo a reprodução parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo da publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo

Portugal da Rocha, Lara

Desafios atuais do direito de arrependimento do consumidor/
Lara Portugal da Rocha: orientador Eneas de Oliveira Matos – São Paulo, 2018.

84 p.

Tese (Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Direito Civil) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018

Versão original

1. Direito do consumidor. 2. Direito de arrependimento. 3. Direito à informação e eficácia das leis. 4. Comércio eletrônico. I. Matos, Eneas de Oliveira, orient. II. Título.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, ao meu orientador, **Prof. Dr. Eneas de Oliveira Matos**, pela paciência, compreensão, conselhos e preciosas orientações, sem os quais não teria sido possível completar esse trabalho.

À **Ebit** pela parceria e patrocínio na realização da pesquisa de campo, a qual foi essencial para alcançar o objetivo proposto na presente tese. Faço menção especialmente ao CEO da Ebit, **Pedro Guasti**, que não só acreditou na relevância do tema desde nosso primeiro contato, como também contribuiu expressivamente para a elaboração do questionário. Menção especial também ao Gerente de Inteligência de Mercado da Ebit, **Keine Monteiro**, sem o qual a pesquisa não teria alcançado número tão expressivo de consumidores e sem o qual a análise dos dados coletados não teria sido possível.

Aos queridos amigos **Simone Maia Natal**, **Vivian Behning Manzi**, **Bruno Buscariolli Pereira** e **Fernanda Gouvea Leão** por todo o apoio e ajuda durante a preparação desta tese.

Por fim, à minha mãe, que sempre esteve ao meu lado e não me deixou desistir nas horas mais difíceis.

DEDICATÓRIA

Dedico esta tese de doutorado à minha família, que sempre me apoiou e acreditou em mim, mesmo nos momentos em que eu mesma deixei de acreditar:

A
Eponina Duarte Portugal
Ney Carlos da Rocha
Monica Evelyn Thiago
Bruna Thiago da Rocha
Breno Portugal da Rocha

Vocês são o meu pilar de sustentação e o meu porto seguro.

Porque eu sou do tamanho do que vejo
E não, do tamanho da minha altura...

(PESSOA, 1993, p. 32)

RESUMO

PORTUGAL DA ROCHA, Lara. **Desafios atuais do direito de arrependimento do consumidor**. 2018. 84 p. Doutorado - Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

A presente tese de doutorado busca contribuir para uma maior efetividade do direito de arrependimento do consumidor no Brasil, tendo em vista que um direito de arrependimento efetivo pode ser um fator de estímulo ao crescimento do comércio eletrônico e à melhoria das relações de consumo no país. Para se atingir essa finalidade, a atual situação do direito de arrependimento no Brasil é analisada de forma crítica e a partir de uma perspectiva prática, procurando-se identificar os fatores que prejudicam seu pleno desenvolvimento, e os que podem eventualmente favorece-lo. Adicionalmente, apresenta-se os resultados de pesquisa empírica sobre o conhecimento e a experiência do consumidor brasileiro em relação ao direito de arrependimento, a qual contou com a participação de quase sete mil consumidores. De posse de todos esses dados e informações, apresenta-se uma tentativa de sistematização do direito de arrependimento do consumidor, na certeza de que uma base teórica sólida é fundamental para que a subsunção do fato à norma apresente resultados satisfatórios.

Palavras-chave: Direito do consumidor. Direito de arrependimento. Comércio eletrônico. Efetividade.

ABSTRACT

PORTUGAL DA ROCHA, Lara. **Current challenges of the consumer right of withdrawal**. 2018. 84 pgs. Doctorate – Faculty of Law, University of São Paulo, São Paulo, 2018.

This thesis seeks to contribute to a greater effectiveness of the consumer right to withdraw in Brazil, given that an effective right to withdraw may encourage the growth of e-commerce and the improvement of consumer relations in the country. To achieve this goal, the current situation of the consumer right to withdraw in Brazil is analyzed critically and from a practical perspective, seeking to identify the factors that hinder its full development, and those that may eventually favor it. Additionally, the results of an empirical research on the knowledge and experience of the Brazilian consumer regarding the right to withdraw, which counted on the participation of almost seven thousand consumers, are presented. In the possession of all these data and information, an attempt is made to systematize the consumer's right to withdraw, in the certainty that a sound theoretical basis is fundamental for satisfactory results in subsuming the fact to the norm.

Keywords: Consumer rights. Right to withdraw. E-commerce. Effectiveness.

KURZFASSUNG

PORTUGAL DA ROCHA, Lara. **Aktuelle Herausforderungen des Verbrauchers Widerrufsrechts**. 2018. 84 S. Promotion – Juristische Fakultät, Universität von São Paulo, São Paulo, 2018.

Diese These soll zu einer größeren Effektivität des Verbrauchers Widerrufsrechts in Brasilien beitragen, da ein effektives Widerrufsrecht das Wachstum des elektronischen Handels und die Verbesserung der Verbraucherbeziehungen im Land fördern kann. Um dieses Ziel zu erreichen, wird die gegenwärtige Situation des Verbrauchers Widerrufsrechts in Brasilien aus einer praktischen Perspektive kritisch analysiert, wobei versucht wird, die Faktoren zu identifizieren, die seine vollständige Entwicklung behindern, und jene, die sie eventuell begünstigen. Zusätzlich werden die Ergebnisse einer empirischen Untersuchung der Kenntnis und der Erfahrung des brasilianischen Verbrauchers bezüglich des Widerrufsrechts vorgestellt, die auf der Teilnahme von fast siebentausend Verbraucher beruht. Im Besitz all dieser Daten und Informationen wird versucht, das Widerrufsrecht des Verbrauchers zu systematisieren, in der Gewissheit, dass eine fundierte theoretische Grundlage für zufriedenstellende Ergebnisse bei der Subsumtion der Tatsache an die Norm von grundlegender Bedeutung ist.

Schlagwörter: Verbraucherrecht. Widerrufsrecht. Elektronischer Handel. Effektivität.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AC	apelação cível
art./arts.	Artigo/artigos [de legislação]
CC	Código Civil (Lei nº 10.406/2002)
CDC	Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990)
CE	Comunidade Europeia
CEE	Comunidade Econômica Europeia
Des.	Desembargador(a)
f.	folha(s)
Min.	Ministro(a)
n./nº	número
p.	Página(s)
PLS	Projeto de Lei do Senado
rel.	Relator(a)
REsp	recurso especial
STJ	Superior Tribunal de Justiça
TJRJ	Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro
TJRS	Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul
TJSP	Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo
UE	União Europeia
USP	Universidade de São Paulo
v.	volume
CF	Constituição da República Federativa do Brasil

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
1.1	APRESENTAÇÃO DO TEMA	11
1.2	DELIMITAÇÃO DO TEMA E OBJETIVO	12
1.3	METODOLOGIA E ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO.....	17
2	DIREITO DE ARREPENDIMENTO DO CONSUMIDOR: FUNDAMENTOS E PROPÓSITO.....	19
2.1	FUNDAMENTOS E PROPÓSITO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO SEGUNDO OS LEGISLADORES E A DOUTRINA MAJORITÁRIA	19
2.1.1	Contratos celebrados fora do estabelecimento comercial 20	
2.1.2	Contratos celebrados a distância.....	24
2.1.3	Contratos de alta complexidade	29
3	APONTAMENTOS SOBRE O DIREITO DE ARREPENDIMENTO NA UNIÃO EUROPEIA	32
3.1	DIREITO DE ARREPENDIMENTO EM RELAÇÃO A CONTRATOS DE COMPRA E VENDA DE BENS E DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS CELEBRADOS A DISTÂNCIA OU FORA DO ESTABELECIMENTO COMERCIAL	32
3.1.1	Âmbito de aplicação	33
3.1.2	Obrigações do fornecedor de prestar informações ao consumidor sobre o direito de arrependimento.....	36
3.1.3	Contagem do prazo para exercício do direito de arrependimento.....	38
3.1.4	Obrigações do fornecedor em decorrência do exercício do direito de arrependimento	39
3.1.5	Obrigações do consumidor em decorrência do exercício do direito de arrependimento	40
3.2	OUTRAS HIPÓTESES DE CONCESSÃO DE DIREITO DE ARREPENDIMENTO AO CONSUMIDOR EUROPEU	42
4	DIREITO DE ARREPENDIMENTO DO CONSUMIDOR NO BRASIL	47
4.1	O ART. 49 DO CDC	49

4.1.1	Aplicação do art. 49 do CDC aos contratos a distância e o conceito de estabelecimento comercial	50
4.1.1.1	Hipótese de incidência do art. 49 do CDC.....	50
4.1.1.2	O conceito de estabelecimento comercial nos termos do art. 49 do CDC.....	53
4.1.1.3	Aplicação do art. 49 do CDC aos contratos a distância enquanto segunda hipótese de incidência da norma.....	58
4.1.2	A contagem do prazo para exercício do direito de arrependimento	59
4.1.3	O pagamento do frete de envio e de retorno do produto.....	62
4.1.4	Inexistência de dever de informação específico do fornecedor	64
5	DIREITO DE ARREPENDIMENTO NO COMÉRCIO ELETRÔNICO: RESULTADOS DA PESQUISA EMPÍRICA	66
5.1	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	66
5.2	RESULTADOS DA PESQUISA	67
5.2.1	Os respondentes.....	67
5.2.2	Conhecimento sobre o direito de arrependimento	68
5.2.3	Razões para exercício do direito de arrependimento	68
5.2.4	Impacto do direito de arrependimento na decisão do consumidor de realizar compras pela internet	69
6	CONCLUSÃO.....	70
	REFERÊNCIAS	71
	APÊNDICE.....	79

1 INTRODUÇÃO

1.1 APRESENTAÇÃO DO TEMA

O princípio *pacta sunt servanda* é uma das pedras fundamentais do direito civil e, sobretudo, da autonomia privada.

O *pacta sunt servanda* é essencial não só para a segurança jurídica e, conseqüentemente, para a eficácia do sistema jurídico de Direito Privado, como para a manutenção das relações econômicas.

Sem a força obrigatória dos contratos, as relações econômicas se resumiriam a negócios de execução imediata. Afinal, quem se comprometeria com transações financeiras ou outros negócios jurídicos complexos sem a garantia de que seu parceiro comercial estaria obrigado a cumprir a parte que lhe coubesse do negócio? (EIDNMÜLLER, 2010, 2011).

A revolução industrial, o desenvolvimento das relações sociais e econômicas e, principalmente, a massificação da produção de bens e das relações de consumo, transformou significativamente as relações privadas, exigindo, contudo, o surgimento de novos princípios, como o da função social do contrato, da boa-fé objetiva e da vulnerabilidade do consumidor (BENJAMIN, MARQUES e BESSA, 2007).

Tais princípios se tornaram, e se tornam cada vez mais importantes, sobrepondo-se, em muitos casos, aos princípios tradicionais – dentre os quais o *pacta sunt servanda*, o qual foi e vem sendo bastante flexibilizado (SODRÉ, MEIRA e CALDEIRA, 2009) (GOMIDE, 2009). Verifica-se, portanto, uma transformação do Direito Privado clássico.

Além desses novos princípios, novos direitos foram criados – principalmente em matéria de proteção ao consumidor. Esses novos direitos (ex. direito de revisão de cláusulas contratuais consideradas excessivamente onerosas e/ou abusivas; direito de interpretação do contrato de adesão em favor do aderente etc.) têm como objetivo flexibilizar a força obrigatória dos negócios jurídicos de modo a reequilibrar a relação entre consumidores e fornecedores, a qual

considera-se seria marcada pela vulnerabilidade do consumidor devido à existência de uma assimetria econômica, informativa e tecnológica (LUCCA, 2012).

Dentre os direitos que buscam compensar a vulnerabilidade do consumidor perante o fornecedor e diminuir as vantagens detidas pelo fornecedor no momento da negociação, da celebração e da execução do contrato, está o direito concedido ao consumidor de, respeitados determinados requisitos, arrepender-se imotivadamente do contrato de consumo celebrado, resilindo a avença e reavendo as quantias já pagas.

O direito de arrependimento¹ - como é chamado no Brasil - é considerado um dos pilares do sistema de proteção ao consumidor² e é previsto - de forma mais ou menos abrangente - por todos os principais sistemas jurídicos da atualidade.

Esse é o tema da presente tese.

1.2 DELIMITAÇÃO DO TEMA E OBJETIVO

Apesar da importância que, a princípio, nos parece ser atribuída ao direito de arrependimento dentro do microsistema criado

¹ Posição contrária à acima exposta, no sentido de flexibilização do princípio *pacta sunt servanda*, é defendida por Claudia Lima Marques e Laura Schertel ao afirmar que o direito de “não seria uma exceção ao princípio do *pacta sunt servanda*, ao contrário, o direito de arrependimento pode inclusive reforçar esse princípio, ao propiciar uma escolha mais refletida e responsável do consumidor ao se vincular a uma obrigação.” (Direito europeu muda nos contratos a distância e a domicílio: a nova diretiva 2011/83 relativa aos direitos dos consumidores atualiza regime do arrependimento, das cláusulas abusivas, do crédito acess. ao consumo, da informação em geral e do com. eletr. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 21, n. 81, 2012, p. 394).

² “*Widerrufsrechte haben als Instrument des Verbraucherschutzes in den letzten Jahrzehnten eine erhebliche rechtspolitische Bedeutung erlangt. Insbesondere der europäische Gesetzgeber nutzt dieses Instrument neben Informationspflichten und der inhaltlichen Kontrolle präsumtiv missbräuchlicher Vertragsklauseln als eine wesentliche Säule seiner Verbraucherschutzpolitik. Auch im akademischen Diskurs genießen Widerrufsrechte einen hohen Stellenwert.*” (EIDENMÜLLER, H. Die Rechtfertigung von Widerrufsrechten. **Archiv für die civilistische Praxis, Tübingen**, 210, H. 1, Februar 2010, S. 102). No mesmo sentido: GOMIDE, A. J. **Direito de arrependimento nos contratos**. 2009. 217 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Faculdade de Direito, Universidade de Lisboa. Lisboa, Portugal. 2009.

pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC)³, os fundamentos, bem como a aplicação e efeitos práticos do instituto no mercado consumidor brasileiro foram pouco discutidos e estudados ao longo dos anos⁴.

O art. 49 do CDC, promulgado no ano de 1990, permanece até os dias de hoje em sua redação original como o único artigo de lei referente à matéria⁵.

A doutrina e, principalmente, a jurisprudência, não parecem dominar os fundamentos e o propósito do direito de arrependimento do consumidor.

Sem o domínio dos conceitos e fundamentos teóricos, a subsunção do fato à norma acaba por apresentar falhas, resultando em decisões contraditórias e, em última instância, insegurança jurídica. Essa é a atual situação do direito de arrependimento do consumidor no Brasil.

As intensas transformações da sociedade de consumo e a ascensão do comércio eletrônico, aliadas a uma lei ultrapassada, que se mostrou insuficiente e deficitária desde sua criação, resultaram em um direito de arrependimento que é pouco conhecido pelos consumidores, executada muitas vezes de modo equivocado pelos fornecedores e aplicada de forma inconstante pelos tribunais.

Diante disso, pode-se afirmar que a efetividade do direito de arrependimento do consumidor brasileiro é bastante questionável.

³ BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor). Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 12 setembro 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em: 29 dezembro 2017.

⁴ Nesse mesmo sentido, Winston Neil Bezerra de Alencar (2009, p. 288) registra em artigo sobre o direito de arrependimento no CDC “a inexistência de doutrina específica que venha a se debruçar sobre o assunto, havendo, quando muito, parcas linhas, que, a nosso pensar, não dispensam ao tema a importância que ele realmente merece, *data máxima venia*” (itálico do autor).

⁵ O Decreto nº 7.962/2013 e a Resolução ANAC nº 400/2016 também contêm disposições sobre o tema, porém sem força de lei.

Pesquisas indicam que um direito de arrependimento efetivo pode influenciar positivamente o crescimento sadio do comércio à distância de bens e serviços⁶.

O comércio eletrônico – forma mais popular de comércio à distância – nunca se mostrou tão relevante para a economia brasileira como agora. Nos últimos anos, ele vem apresentando ritmo de crescimento impressionante, mesmo com a crise econômica e política recentemente vivida pelo país, a qual resultou em 2015 e 2016 até mesmo na retração do varejo tradicional. Confira-se:

Figura 1 - Evolução do volume de vendas de bens de consumo no comércio eletrônico

Fonte: Ebit Informação (2017a)

⁶ Em pesquisa realizada pela Ebit, 65% dos consumidores responderam que a garantia de troca e devolução dos bens adquiridos pela internet faria com que eles passassem a comprar mais produtos online e com mais frequência. Ademais, 40% dos consumidores ouvidos responderam que a burocracia para efetuar troca ou cancelar o produto os deixam desconfortáveis em uma compra online. (**Webshoppers**, 33ª edição, 2016. Disponível em: <<https://www.ebit.com.br/webshoppers>>. Acesso em: 10 janeiro 2018).

Figura 2 - Evolução do número de pedidos no comércio eletrônico

Fonte: Ebit Informação (2017a)

Segundo a Ebit (2017b), empresa responsável pela elaboração do estudo de maior credibilidade sobre o comércio virtual brasileiro – o Webshoppers⁷ – a tendência é de maior crescimento no curto e médio prazo⁸, principalmente porque, apesar do expressivo crescimento experimentado nos últimos anos, o comércio eletrônico representou apenas 3,8% das vendas do varejo no Brasil em 2016⁹. Ou seja: há ainda muito espaço para o crescimento do comércio eletrônico no Brasil.

Um direito de arrependimento efetivo pode ser um fator de estímulo ao crescimento desse mercado e à melhoria das relações de consumo no país.

O direito de arrependimento será relevante para as relações de consumo a medida em que (i) for efetivo em diminuir a vulnerabilidade do consumidor em relação ao fornecedor e (ii) os benefícios por ele gerados superarem os custos por ele proporcionados.

⁷ O Webshoppers é publicado uma vez por semestre, sendo no primeiro semestre relativo ao ano anterior e no segundo semestre, relativo ao semestre já encerrado do mesmo ano.

⁸ EBIT. **Webshoppers**, 36ª edição, 2017. Disponível em: <<https://www.ebit.com.br/webshoppers>>. Acesso em: 10 janeiro 2018.

⁹ EBIT. **Webshoppers**, 35ª edição, 2017. Disponível em: <<https://www.ebit.com.br/webshoppers>>. Acesso em: 10 janeiro 2018. Os números totais de 2017 ainda não foram disponibilizados e devem ser objeto do primeiro relatório de 2018 (37ª edição).

Assim, pretende-se por meio da presente tese analisar o direito de arrependimento do consumidor brasileiro a partir de uma perspectiva prática, identificando os fatores que prejudicam seu pleno desenvolvimento e aqueles que podem eventualmente favorece-lo.

Em seguida, far-se-á uma tentativa de sistematização do direito de arrependimento do consumidor. Entendemos que uma base teórica sólida é fundamental para que a subsunção do fato à norma apresente resultados satisfatórios.

O direito de arrependimento deve ser a expressão de um direito do consumidor mais seguro e coeso, que proteja o consumidor e no qual ele possa confiar, mas que ao mesmo tempo favoreça – ou, pelo menos, não atrapalhe – o desenvolvimento econômico.

Dúvidas e incertezas quanto à aplicação e forma de exercício do direito de arrependimento podem resultar na insegurança e desmotivação do consumidor em relação a seus prometidos benefícios, ocasionando diminuição considerável ou aniquilação de sua efetividade.

Um direito de arrependimento efetivo pode, por outro lado, ter como resultado um maior florescimento das relações de consumo, sobretudo num mercado cada vez mais tecnológico.

Importante ressaltar, por fim, que a presente tese trata de tema atinente ao direito do consumidor, mas não se propõe a analisar o direito do consumidor no Brasil de forma abrangente, genérica ou meramente teórica. O objeto de estudo limita-se ao direito de arrependimento do consumidor.

A presente tese, tampouco tem como objetivo fazer análise ampla ou esgotar todas as questões relativas ao direito de arrependimento. Conforme exposto acima, o objeto do presente estudo é a análise da aplicação prática e da efetividade especificamente do direito de arrependimento do consumidor brasileiro.

Assim, aspectos históricos e/ou meramente teóricos relacionados ao tema serão analisados somente na medida em que forem necessários para atingir o objetivo proposto.

Por fim, porque mais relevante e frequente no atual mercado consumidor brasileiro, o estudo será feito com foco principalmente nos contratos de venda e compra de bens de consumo.

1.3 METODOLOGIA E ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO

A elaboração da presente tese foi precedida de ampla pesquisa e análise de doutrina nacional e estrangeira – principalmente alemã – sobre o objeto de estudo, bem como pesquisa e análise da jurisprudência brasileira e europeia sobre direito de arrendimento.

Tendo em vista o caráter eminentemente prático do presente estudo, foi também realizada pesquisa empírica sobre o conhecimento e experiência do consumidor brasileiro em relação ao direito de arrendimento.

A pesquisa foi realizada por meio da submissão online a consumidores ativos no comércio eletrônico – os e-consumidores – de questionário previamente preparado sobre o tema. Para a realização da pesquisa empírica, a autora contou com a parceria e colaboração da empresa Ebit. Foram obtidas 6.945 respostas.

A tese foi organizada em 6 capítulos, incluindo esta introdução.

No segundo capítulo é feito um estudo sobre os fundamentos e o propósito do direito de arrendimento do consumidor. Na opinião dessa autora, para que a regra possa ser bem aplicada aos casos práticos, de forma a trazer segurança jurídica aos jurisdicionados, é essencial que os seus fundamentos e o seu propósito estejam claros tanto para os integrantes do Poder Judiciário, quanto para o público em geral.

O terceiro capítulo apresenta apontamentos sobre a legislação europeia no que se refere ao direito de arrendimento do consumidor. Não se pretendeu nesse capítulo, traçar panorama histórico do direito

de arrependimento no continente, tampouco fazer estudo profundo ou tratar de todas as nuances que envolvem as diversas formas de direito de arrependimento do consumidor previstas pela legislação comunitária europeia.

O objetivo é apresentar as regras e características gerais do direito de arrependimento do consumidor europeu. A análise da legislação europeia é feita com a estrita finalidade de comparação entre as soluções encontradas pelo legislador europeu e pelo brasileiro.

No quarto capítulo discute-se o direito de arrependimento do consumidor brasileiro por meio da análise da legislação atual e projetada, bem como da jurisprudência sobre o tema. Faz-se, ainda, a análise da política de troca e cancelamento de algumas das principais lojas virtuais atuantes no país.

A metodologia detalhada utilizada na pesquisa empírica e os seus resultados estão descritos no quinto capítulo.

Por fim, o capítulo 6 apresenta a conclusão do trabalho.

6 CONCLUSÃO

O art. 49 do CDC apresenta redação imprecisa, confusão de conceitos e desenvolvimento insuficiente de pontos importantes, o que resulta em dúvidas quanto à sua aplicação prática e, consequentemente, em insegurança jurídica.

Faltam à doutrina e à jurisprudência brasileiras conhecimento mais profundo sobre os fundamentos e propósito das diferentes formas de direito de arrependimento, que lhe permita análise mais profunda e acertada dos casos concretos.

Parte significativa dos consumidores brasileiros desconhece o direito de arrependimento. Entre aqueles que têm conhecimento da existência do instituto, muitos desconhecem as suas características essenciais como o prazo para exercício.

Direito desconhecido é o mesmo que direito inexistente. Se o consumidor não sabe que tem o direito de se arrepender, jamais fará uso desse direito.

A sistematização do direito de arrependimento é importante porque uma base teórica sólida é fundamental para que a subsunção do fato à norma apresente resultados satisfatórios.

Assim, a evolução do direito de arrependimento no Brasil tanto da perspectiva teórica, quanto prática é necessária para que o direito do consumidor possa ser fator de estímulo ao comércio eletrônico.

REFERÊNCIAS⁵⁹

ALENCAR, W. N. B. D. O direito de arrependimento no Código de Defesa do Consumidor. **Revista de Direito Privado - RDPriv**, São Paulo, v. 10, n. 38, p. 287-310, abril/junho 2009.

AMAZON SERVIÇOS DE VAREJO DO BRASIL LTDA. Sobre nossa política de devolução. **Amazon.com.br**, [2017?]. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/gp/help/customer/display.html/ref=orc_hp_s_retpol?ie=UTF8&nodeId=201365730#>. Acesso em: 6 janeiro 2018.

B2W - COMPANHIA DIGITAL. Trocas e Devoluções. **Submarino.com**, [2017?]. Disponível em: <<http://faq.submarino.com.br/?A=MTE1&T=VHJvY2FzIGUgRGV2b2x1w6fDtWVz#MTE2+NTEzMjA=>>>. Acesso em: 6 janeiro 2018.

BENJAMIN, A. H. D. V. O Código Brasileiro de Proteção do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 7, p. 269-292, julho/setembro 1993. Disponível em: <<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/32354-38891-1-PB.pdf>>. Acesso em: 28 dezembro 2017.

BENJAMIN, A. H. D. V.; MARQUES, C. L.; BESSA, L. R. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: RT, 2007. ISBN 978-85-203-3139-2.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. **Diário Oficial da União**, Brasília, 5 outubro 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 12 janeiro 2018.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor). Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 12 setembro 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em: 29 dezembro 2017.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. **Diário Oficial da União**, Brasília, 11 janeiro 2002. Disponível em:

⁵⁹ De acordo com a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT NBR 6023) e as Diretrizes para apresentação de Dissertações e Teses da USP.

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm>. Acesso em: 2 janeiro 2018.

BRASIL. Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013. Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. **Diário Oficial da União**, Brasília, 15 março 2013. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7962.htm>. Acesso em: 13 janeiro 2018.

BRASIL. SENADO. Projeto de Lei do Senado nº 281 de 2012. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico. **Senado Federal**, 2 agosto 2012. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106768>>. Acesso em: 5 janeiro 2018.

BRASIL. STJ. REsp nº 57.789. Rel. Min. Ruy Rosado de Aguiar. **Superior Tribunal de Justiça**, 25 abril 1995. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/ita/documento/mediado/?num_registro=199400376820&dt_publicacao=12-06-1995&cod_tipo_documento=&formato=PDF>. Acesso em: 30 dezembro 2017.

BRASIL. STJ. REsp nº 930.351. Rel. Min. Nancy Andrighi. **Superior Tribunal de Justiça**, 27 outubro 2009. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=924453&num_registro=200700452193&data=20091116&formato=PDF>. Acesso em: 30 dezembro 2017.

BRASIL. STJ. REsp nº 1.340.604. Rel. Min. Mauro Campbell Marques. **Superior Tribunal de Justiça**, 15 agosto 2013. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=1255126&num_registro=201201416908&data=20130822&formato=PDF>. Acesso em: 29 dezembro 2017.

BRASIL. STJ. REsp nº 1.548.189. Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino. **Superior Tribunal de Justiça**, 13 junho 2017. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=1589569&num_registro=201401732223&data=20170906&formato=PDF>. Acesso em: 29 dezembro 2017.

CALFEE, J. E.; FORD, G. T. Economics, Information and Consumer Behavior. **Advances in Consumer Research**, Provo, v. 15, p. 234-238, 1988. Disponível em: <<http://acrwebsite.org/volumes/6816/volumes/v15/NA-15>>. Acesso em: 9 janeiro 2018.

CIA. BRASILEIRA DE DISTRIBUIÇÃO. Política de Trocas e Devoluções. **Pão de Açúcar.com**, [2017?]. Disponível em: <<https://www.paodeacucar.com/politicaTrocasDevolucoes>>. Acesso em: 6 janeiro 2018.

CNOVA COMÉRCIO ELETRÔNICO S.A. Política de Troca e Devolução. **Extra.com.br**, [2017?]. Disponível em: <<https://www.extra.com.br/CentraldeAtendimento/home.aspx?topico=298&icid=253374>>. Acesso em: 6 janeiro 2018.

COELHO, F. U. Direitos do consumidor no comércio eletrônico. **Revista do Advogado**, São Paulo, v. 89, p. 32-37, 2006.

COELHO, F. U. **Curso de Direito Comercial**. 13ª. ed. São Paulo: Saraiva, v. 3, 2012.

CORDEIRO, A. M. O direito à não-informação. **Estudos de Direito do Consumidor**, Coimbra, n. 9, p. 45-50, dezembro 2015. ISSN 1646-0375. Disponível em: <https://www.fd.uc.pt/cdc/pdfs/rev_9_completo.pdf>. Acesso em: 12 janeiro 2018.

CORREIA, A. O direito de arrependimento nas contratações telemáticas. **Revista Trimestral de Direito Civil - RTDC**, v. 28, p. 3-36, outubro/dezembro 2006.

EBERLIN, F. B. V. T. Contratação refletida na sociedade de consumo: o direito de arrependimento como proteção do consentimento do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 19, n. 76, p. 46-73, 2010.

EBIT. **Webshoppers**, 33ª edição, 2016. Disponível em: <<https://www.ebit.com.br/webshoppers>>. Acesso em: 10 janeiro 2018.

EBIT. **Webshoppers**, 36ª edição, 2017a. Disponível em: <<https://www.ebit.com.br/webshoppers>>. Acesso em: 10 janeiro 2018.

EBIT. **Webshoppers**, 35ª edição, 2017b. Disponível em: <<https://www.ebit.com.br/webshoppers>>. Acesso em: 10 janeiro 2018.

EIDENMÜLLER, H. Die Rechtfertigung von Widerrufsrechten. **Archiv für die civilistische Praxis**, Tübingen, v. 210, n. 1, p. 67-104, Februar 2010.

EIDENMÜLLER, H. Why withdrawal rights? **European Review of Contract Law**, v. 7, n. 1, p. 1-24, 2011. ISSN 1614-9939.

FAST SHOP S. A. Direito de Arrependimento de Compra. **Fast Shop**, [2017?]. Disponível em: <<https://www.fastshop.com.br/loja/a/direitoArrependimento>>. Acesso em: 6 janeiro 2018.

FÖHLISCH, C. **Das Widerrufsrecht im Onlinehandel**. München: C.H. Beck, 2009. ISBN 978 3 406 59641 4.

GFG COMÉRCIO DIGITAL LTDA. Trocas e Devoluções. **Dafiti**, [2017?]. Disponível em: <<https://www.dafiti.com.br/perguntas-frequentes/#trocas-e-devolucoes>>. Acesso em: 7 janeiro 2018.

GOMIDE, A. J. **Direito de arrependimento nos contratos**. 2009. 217 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Faculdade de Direito, Universidade de Lisboa. Lisboa, Portugal. 2009.

GRINOVER, A. P. et al. **Código brasileiro de defesa do consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. 10ª. ed. São Paulo: Forense, v. I, 2011. ISBN 978-85-309-3558-0.

HÖHNE, M. **Das Widerrufsrecht bei Kaufverträgen im Spannungsverhältnis von Opportunismus und Effektivität**. Tübingen: Mohr Siebeck, 2016. ISBN 978-3-16-154512-2.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Educação. **Brasil em síntese**, [2016?]. Disponível em: <<https://brasilemsintese.ibge.gov.br/educacao.html>>. Acesso em: 14 janeiro 2018.

KLEE, A. E. L. **Comércio Eletrônico**. São Paulo: RT, 2014. ISBN 978-85-203-5441-4.

LUCCA, N. O direito de arrependimento no âmbito do comércio eletrônico. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, Curitiba, v. II, n. 4, p. 11-40, dezembro 2012.

LUZAK, J. A. To withdraw or not to withdraw? Evaluation of the mandatory right of withdrawal in consumer distance selling contracts taking into account its behavioural effects on consumers. **Journal of Consumer Policy**, v. 37, n. 1, p. 91-111, March 2014. ISSN 0168-7034. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2243645>>. Acesso em: 10 janeiro 2018.

MARQUES, C. L.; SCHERTEL, L. Direito europeu muda nos contratos a distância e a domicílio: a nova diretiva 2011/83 relativa aos direitos dos

consumidores atualiza regime do arrependimento, das cláusulas abusivas, do crédito acess. ao consumo, da informação em geral e do com. eletr. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 21, n. 81, p. 339-401, 2012.

PACHECO, P. Em 150 anos, telefone passou de capricho imperial a item popular. **Folha Digital**, 21 dezembro 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/12/1944871-em-150-anos-telefone-passou-de-capricho-imperial-a-item-popular.shtml>>. Acesso em: 13 janeiro 2018.

PARENTONI, L. N. Direito de arrependimento na internet e estabelecimento virtual. **Repertório de Jurisprudência IOB**, São Paulo, v. III, n. 16, p. 517-514, agosto 2006.

PASSINHAS, S. A Directiva 2011/83/UE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro de 2011, relativa aos direitos dos consumidores: algumas considerações. **Estudos de Direito do Consumidor**, Coimbra, n. 9, p. 93-141, dezembro 2015. ISSN 1646-0375. Disponível em: <https://www.fd.uc.pt/cdc/pdfs/rev_9_completo.pdf>. Acesso em: 11 janeiro 2018.

PESSOA, F. O Guardador de Rebanhos: VII. In: _____ **Poemas de Alberto Caieiro**. 10ª. ed. Lisboa: Ática, 1993. p. 32. (Nota explicativa e notas de João Gaspar Simões e Luiz de Montalvor).

RIO DE JANEIRO (ESTADO). TJRJ. Agravo Interno na AC nº 0040776-88.2010.8.19.0001. Rel. Des. Marco Aurélio Bezerra de Melo. **Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro**, 19 fevereiro 2013. Disponível em: <<http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=00042EF60842EFD6C7B970A18F2029216356C5020C36334B&USER=>>>. Acesso em: 6 janeiro 2018.

RIO GRANDE DO SUL. TJRS. AC nº 70016468480. Rel. Des. Osvaldo Stefanello. **Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul**, 24 abril 2008. Disponível em: <<http://www.tjrs.jus.br/busca/?tb=proc>>. Acesso em: 2 janeiro 2018.

RIO GRANDE DO SUL. TJRS. AC nº 71007347925 (CNJ: 0077149-86.2017.8.21.9000). Rel. Des. Mara Lúcia Coccaro Martins Facchini. **Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul**, 12 dezembro 2017. Disponível em: <<http://www.tjrs.jus.br/busca/?tb=proc>>. Acesso em: 6 janeiro 2018.

SÃO PAULO (ESTADO), TJSP. AC nº 0225123-32.2008.8.26.0100. Rel. Des. Carlos Nunes. **Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo**, 26 março 2012.

Disponível em:

<<https://esaj.tjsp.jus.br/cjsj/getArquivo.do?cdAcordao=5782654&cdForo=0>>.

Acesso em: 5 janeiro 2018.

SÃO PAULO (ESTADO). TJSP. AC nº 0001660-34.2014.8.26.0650. Rel. Des. Castro Figliolia. **Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo**, 30 novembro 2017a. Disponível em:

<<https://esaj.tjsp.jus.br/cjsj/getArquivo.do?cdAcordao=11024430&cdForo=0>>.

Acesso em: 2 janeiro 2018.

SÃO PAULO (ESTADO). TJSP. AC nº 1025499-68.2014.8.26.0554. Rel. Des. Flavio Abramovici. **Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo**, 22 novembro 2017b. Disponível em:

<https://esaj.tjsp.jus.br/cjsj/getArquivo.do?conversationId=&cdAcordao=10990635&cdForo=0&uuidCaptcha=sajcaptcha_552e925747f044278a4c893a576a27a1&v1Captcha=qbybh&novoVICaptcha=>>. Acesso em: 6 janeiro 2018.

SMITS, J. M. The right to change your mind? Rethinking the usefulness of mandatory rights of withdrawal in consumer contract law. **Penn State International Law Review**, v. 29, p. 671-684, 2011. Disponível em:

<https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1719104>. Acesso em: 10 janeiro 2018.

SODRÉ, M. G.; MEIRA, F.; CALDEIRA, P. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Verbatim, 2009. ISBN 978-85-61996-12-3.

TELEBRASIL – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELECOMUNICAÇÕES; TELECO. **O Desempenho do Setor de Telecomunicações no Brasil: Séries Temporais**, junho 2014. Disponível em:

<http://www.telebrasil.org.br/component/docman/doc_download/1289-o-desempenho-do-setor-de-telecom-series-temporais-1t14?Itemid=>>. Acesso em: 13 janeiro 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Diretiva 85/577/CEE do Conselho, de 20.12.1985, relativa à protecção dos consumidores no caso de contratos negociados fora dos estabelecimentos comerciais. **Jornal Oficial das Comunidades Europeias**, 31 dezembro 1985. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:31985L0577&qid=1446656174280&from=PT>>. Acesso em: 4 janeiro 2018. Revogada.

UNIÃO EUROPEIA. **Tratado da União Europeia**. Luxemburgo: Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias, 1992. 253 p. ISBN 92-824-0963-5. Disponível em: <<https://europa.eu/european->

union/sites/europaeu/files/docs/body/treaty_on_european_union_pt.pdf>.
Acesso em: 10 janeiro 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Diretiva 97/7/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20.5.1997, relativa à proteção dos consumidores em matéria de contratos a distância. **Jornal Oficial das Comunidades Europeias**, 1997. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:31997L0007&qid=1446656728610&from=PT>>. Acesso em: 4 janeiro 2018. Revogada.

UNIÃO EUROPEIA. Diretiva 2002/65/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 23.9.2002, relativa à comercialização a distância de serviços financeiros prestados a consumidores e que altera as Diretivas 90/619/CEE do Conselho, 97/7/CE e 98/27/CE. **Jornal Oficial das Comunidades Europeias**, 9 outubro 2002. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002L0065&qid=1446679370770&from=PT>>. Acesso em: 4 janeiro 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Diretiva 2008/48/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 23.4.2008, relativa a contratos de crédito aos consumidores e que revoga a Diretiva 87/102/CEE do Conselho. **Jornal Oficial da União Europeia**, 22 maio 2008. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008L0048&qid=1446679628841&from=PT>>. Acesso em: 4 janeiro 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Diretiva 2008/122/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14.1.2009, sobre a proteção do consumidor relativamente a determinados aspectos dos atos de utilização periódica de bens, de aquisição de prod. de férias de longa duração, de revenda e de troca. **Jornal Oficial da União Europeia**, 3 fevereiro 2009. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008L0122&qid=1446678774520&from=PT>>. Acesso em: 4 janeiro 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Diretiva 2011/83/UE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25.10.2011, relativa aos direitos dos consumidores, que altera a Diretiva 93/13/CEE e a Diretiva 1999/44/CE e que revoga a Diretiva 85/577/CEE e a Diretiva 97/7/CE. **Jornal da União Europeia**, 22 novembro 2011. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011L0083&qid=1446657198987&from=PT>>. Acesso em: 4 janeiro 2018.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. SISTEMA INTEGRADO DE BIBLIOTECAS DA USP. **Diretrizes para apresentação de dissertações e**

teses da USP: parte I (ABNT). 3ª. ed. São Paulo: SiBiUSP, v. I, 2016. 100 p. ISBN 978-85-7314-060-6. Disponível em:
<http://www.teses.usp.br/index.php?option=com_content&view=article&id=52&Itemid=67>. Acesso em: 26 dezembro 2017.

VÖLKER, C. Übersicht zu der Neuregelung des Widerrufs durch die Umsetzung der europäischen Verbraucherrechterichtlinie: Darstellung der Änderungen des BGB und der Folgen für die gutachterliche Prüfung des Widerrufs von Verbraucherverträgen. **ZJS - Zeitschrift für das Juristische Studium**, v. 6, p. 602-608, 2014. ISSN 1865-6331. Disponível em:
<http://www.zjs-online.com/dat/artikel/2014_6_850.pdf>. Acesso em: 12 janeiro 2018.

WMB COMÉRIO ELETRÔNICO LTDA. Política de entrega, troca e devolução de produtos. **Walmart**, 17 julho 2014. Disponível em:
<<https://www.walmart.com.br/institucional/politica-entrega-troca-devolucao>>. Acesso em: 6 janeiro 2018.

APÊNDICE

Questionário submetido eletronicamente aos consumidores para realização da pesquisa empírica

Q1. Na sua opinião, se um consumidor compra um produto pela Internet, ele pode devolvê-lo por qualquer motivo?

- (1) Sim
- (2) Não
- (3) Não sei

Se a resposta for sim:

Q1.1. Qual o prazo limite para que o consumidor devolva o produto?

- (1) 3 dias contados da compra
- (2) 3 dias contados do recebimento do produto
- (3) 5 dias contados da compra
- (4) 5 dias contados do recebimento do produto
- (5) 7 dias contados da compra
- (6) 7 dias contados do recebimento do produto
- (7) 10 dias contados da compra
- (8) 10 dias contados do recebimento do produto
- (9) Depende da loja
- (10) Não sei

Q1.2. Se devolver o produto no prazo correto, o consumidor terá direito a:

- (1) Receber um vale-compra da loja no mesmo valor do produto devolvido
- (2) Receber todo o valor pago pelo produto devolvido, incluindo o valor do frete
- (3) Receber o valor pago pelo produto, excluindo o valor do frete
- (4) Depende da loja
- (5) Não sei
- (1) Outro: _____

Q2. Considerando o último um ano (2016), quantas vezes, aproximadamente, você comprou pela Internet?

- (1) Nenhuma
- (2) 1 a 3 vezes
- (3) 4 a 5 vezes
- (4) 6 a 10 vezes
- (5) 11 a 15 vezes
- (6) Mais de 15 vezes

Q3. Nesse mesmo um ano, quantas vezes, aproximadamente, você devolveu algum produto?

- (1) Nenhuma
- (2) 1 vez
- (3) 2 a 3 vezes
- (4) 4 a 5 vezes
- (5) 6 a 10 vezes
- (6) Mais de 10 vezes

Q4. Você teve que pagar pelo frete de retorno do produto?

- (1) Sim, na maioria das vezes tive que pagar o frete
- (2) Não, na maioria das vezes a loja que pagou pelo frete
- (3) Sim, sempre pago pelo frete
- (4) Não, nunca pago pelo frete
- (5) Não sei/não lembro

Q5. Qual costuma ser a sua razão mais frequente para devolução de um produto?

- (1) Compra impulsiva (você comprou e se arrependeu logo em seguida ou algum tempo depois)
- (2) Você encontrou o mesmo produto por um preço melhor em outra loja
- (3) O produto não atendeu as suas expectativas
- (4) O produto chegou com defeito
- (5) O produto chegou em ordem, mas foi danificado depois (pelo uso ou manuseio, por exemplo)

- (6) Você usou o produto e não tem mais interesse em ficar com ele
- (7) Outras: _____

Q6. Ao tentar devolver o produto, você encontrou dificuldades?

- (Y) Sim
- (N) Não

Se a resposta for sim:

Q6.1. Quais dificuldades você enfrentou? (múltipla escolha)

- (1) Loja não retirou o produto
- (2) Loja não acusou o recebimento do produto devolvido
- (3) Loja não devolveu o dinheiro no prazo combinado
- (4) Loja não devolveu o valor do frete
- (5) Não foi possível encontrar o procedimento de devolução do produto adotado pela loja
- (6) Não conseguiu contato com a loja
- (7) Outras: _____

Q7. Depois de ter comprado e devolvido um produto, você recomenda essa loja para amigos e parentes comprar lá também? De uma nota de 0 a 10 sendo que 0 você não recomenda e 10 recomenda completamente.

- (1) 0 – Não recomendo
- (2) 1
- (3) 2
- (4) 3
- (5) 4
- (6) 5
- (7) 6
- (8) 7
- (9) 8
- (10) 9
- (11) 10 – Recomendo totalmente

Q8. Você já ficou com produtos que gostaria de ter devolvido por considerar que a devolução seria arriscada ou complicada/desgastante?

(Y) Sim

(N) Não

Q9. Você já deixou de efetuar compras na Internet por não poder devolver o produto ou por acreditar que caso quisesse devolver o produto, essa devolução seria trabalhosa/complicada?

(Y) Sim

(N) Não

Q10. Você se sentiria mais inclinado(a) a comprar pela Internet se soubesse que o seu direito de devolver o produto sem qualquer motivo seria respeitado pela loja e que poderia exercer esse direito de forma rápida e prática?

(1) Sim

(2) Não

(3) Não sei

Q11. Pensando na sua loja online favorita, por que você compra nela? Marque as 3 respostas principais para você. (Marque as 3 respostas principais para você).

(1) Seus preços são bons

(2) Eles geralmente têm os itens que eu quero em estoque

(3) Confio na marca

(4) Eles vendem coisas que eu não posso encontrar em qualquer outro lugar

(5) Eles têm uma boa política de troca

(6) Eles têm entrega rápida / confiável

(7) Seu site móvel é fácil de usar (através do celular ou tablet)

(8) Posso verificar a disponibilidade de um produto on-line na loja física

(9) Eles têm bom programa de fidelidade

(10) Os preços de suas lojas correspondem aos preços on-line

- (11) Comentários de clientes on-line que ajudam
- (12) Os vendedores conhecem os produtos que vendem
- (13) Eles me oferecem ofertas personalizadas
- (14) Eles oferecem conselhos ou ajudam-me a escolher os produtos
- (15) Eles têm um conteúdo on-line que me interessa
- (16) Eles são um varejista social / ambientalmente responsável

Q12. Qual é o seu sexo?

- (F) Feminino
- (M) Masculino

Q13. Qual é a sua idade?

- (1) Até 17 anos
- (2) Entre 18 a 24 anos
- (3) Entre 25 a 34 anos
- (4) Entre 35 a 49 anos
- (5) Entre 50 a 64 anos
- (6) Mais de 64 anos

Q14. Qual a sua escolaridade?

- (1) Educação Infantil (primário)
- (2) Ensino fundamental (ginásio)
- (3) Ensino médio (colegial)
- (4) Superior incompleto
- (5) Superior completo
- (6) Pós-graduação

Q15. Qual é sua renda familiar?

- (1) Menos de R\$ 1.000
- (2) Entre R\$ 1.000 e R\$ 3.000
- (3) Entre R\$ 3.001 e R\$ 5.000
- (4) Entre R\$ 5.001 e R\$ 8.000
- (5) Entre R\$ 8.001 e R\$ 12.000
- (6) Mais de R\$ 12.000

(7) Prefiro não dizer

Q16. Em qual estado você mora?

- (1) Acre
- (2) Alagoas
- (3) Amapá
- (4) Amazonas
- (5) Bahia
- (6) Ceará
- (7) Distrito Federal
- (8) Espírito Santo
- (9) Goiás
- (10) Maranhão
- (11) Mato Grosso
- (12) Mato Grosso do Sul
- (13) Minas Gerais
- (14) Pará
- (15) Paraíba
- (16) Paraná
- (17) Pernambuco
- (18) Piauí
- (19) Rio de Janeiro
- (20) Rio Grande do Norte
- (21) Rio Grande do Sul
- (22) Rondônia
- (23) Roraima
- (24) Santa Catarina
- (25) São Paulo
- (26) Sergipe
- (27) Tocantins

Q17. Capital ou interior?

- (1) Capital
- (2) Interior

Q18. Qual o seu estado civil?

- (1) Solteiro(a)
- (2) Casado(a)
- (3) Separado(a)/desquitado(a)/divorciado(a)
- (4) Viúvo(a)

Q19. Possui filhos? Se sim, quantos?

- (1) zero
- (2) 1
- (3) 2
- (4) 3
- (5) 4 ou mais