



GLAUCIO GUEDES PITA

OAB/RN Nº 7826

SÓCIO NO ESCRITÓRIO PMA ADVOGADOS

AS CONCESSIONÁRIAS DE VEÍCULOS E A RELAÇÃO COM O CONSUMIDOR

O presente informativo objetiva trazer esclarecimentos as relações e procedimentos peculiares a uma área específica de atuação do Direito do Consumidor, qual seja a relação entre as concessionárias de venda de veículos e o consumidor, com ênfase na metodologia preventiva e preparatória contra futuras demandas judiciais.

É sabido que empresas em qualquer ramo de atividade sempre geram um número de demandas judiciais, seja na área trabalhista, cível, empresarial, tributária, etc. Sendo que o Direito do Consumidor, por vezes, é relegado ao segundo escalão, tendo em vista que, por exemplo, um supermercado, uma loja de eletrônicos, trabalham em geral com produtos de valores que nem sempre compensam o prolongamento de discussão judicial em face do consumidor.

Todavia, faz-se premente destacar que esse índice de custo-benefício tem vários outros parâmetros, como o número de causas judiciais e o valor das causas, que normalmente estão atreladas ao valor dos bens em discussão. Ainda, não se podendo olvidar do hoje bastante comum pedido de danos morais concomitante, que dificilmente não faz parte de uma ação.

No caso das concessionárias, tem-se um desses parâmetros bastante destacado, qual seja o valor do produto vendido, que é consideravelmente alto, o que termina por tornar imprescindível uma profilaxia quanto aos procedimentos internos da concessionária, no sentido de evitar futuras ações ou, se forem inevitáveis, evitar sucumbências desnecessárias.

Acontece que no cotidiano o que se vê são tomadas de decisões confrontantes com o consumidor por parte das concessionárias com fundamento tão somente em convicção própria, ou seja, no que elas creem, ou até mesmo tem absoluta certeza de ter acontecido. Todavia, desafortunadamente, para o Judiciário isso não basta, o juiz só pode julgar com base nas provas carreadas aos autos, o que leva a conclusão inarredável que a convicção da concessionária deve ter modos de ser provada concretamente em juízo.

Tais meios de prova são intrinsecamente ligados ao momento de sua confecção, já que por vezes a tradicional perícia realizada posteriormente em juízo não é apta a provar contundentemente o que a empresa sabe que efetivamente aconteceu, mormente com a concessão da inversão do ônus da prova a favor do consumidor.

Assim sendo, a concessionária deve se precaver, através de fotos, ordens de serviço, autorizações, aprovações de orçamento, comprovações de datas, dentre outros, enfim, todo um arcabouço probatório que lhe permita salvaguardar-se contra eventuais demandas judiciais.

Acontece que não raramente as empresas somente tomam tais providências após serem imputadas indenizações severas, como por exemplo, arcar em último caso com a perda total de um veículo. Destarte, reveste-se de importância a adoção de um procedimento preventivo que deve ser observado diuturnamente.

Ato contínuo, uma vez ultrapassado esse momento prévio de preparação, ao momento da chegada das inevitáveis ações buscando responsabilização da empresa por possíveis vícios ou defeitos, sejam no produto ou no serviço, faz-se premente a participação do advogado, que apresenta o olhar clínico sobre o caso.

Ressalta-se que a atuação da assistência jurídica não se restringe a essa fase judicial, mas também a fase preventiva já aqui abordada, posto que se analisam as formas de provar o que aconteceu, inclusive com as peculiaridades e limitações da Justiça Especial ou Comum. Até mesmo, para por fim a solução do litígio antes mesmo do seu nascimento, em fase de acordo.

Nesse contexto, conclui-se que a adoção de políticas preventivas e profiláticas reveste-se de importância, como modo de consolidação do produto e da marca, em face de um crescimento em progressão geométrica do número de demandas judiciais, demonstrando ao consumidor a seriedade da conduta das novas concessionárias.