

Direito de Arrependimento nas Compras Online

Autor(res)

Marcos Paulo Andrade Bianchini
Elias Lourenço De Souza Junior
Thiago Ribeiro De Carvalho
Leticia Da Silva Almeida

Categoria do Trabalho

1

Instituição

FACULDADE ANHANGUERA

Introdução

O Presente estudo, intitulado “Direito de Arrependimento nas Compras Online ” traz um estudo aprofundado sobre o assunto, firmado pelo Decreto 7.962/13 que regulamenta essa obrigação das empresas em propiciar o direito ao consumidor que pode, dentro do prazo de 7 dias, devolver produto ou serviço sem ônus, devendo ser reembolsado integralmente dos custos que obteve para adquirir via Internet. devendo ser reembolsado integralmente dos custos que obteve para adquirir via Internet. O surgimento do Código de Defesa do Consumidor veio com o intuito de proteger o consumidor durante a aquisição de bens e serviços, pois o consumidor é considerado a parte mais suscetível a ser lesado nas relações de consumo, sendo necessária uma legislação para regular todas as compras e vendas entre fornecedor e consumidor, garantindo direitos e obrigações entre as partes.

Objetivo

O Objetivo do estudo foi aprofundar sobre o Direito de Arrependimento do consumidor que adquire bens ou produtos em lojas online, estabelecido no Código de Defesa do Consumidor lei nº 8.078/90 e fortalecido com o Decreto nº7.962/13.

Material e Métodos

A Metodologia adotada foi de pesquisa bibliográfica, procurando obter a fundamentação sobre o assunto em livros, artigos científicos, monografias, leis e jurisprudências que auxiliem para a formação de opinião sobre o assunto, retirados de sites governamentais, universitários confiáveis e google acadêmico. O método de pesquisa escolhido favoreceu uma liberdade na análise de se mover por diversos caminhos do conhecimento, além de apresentar uma forma mais clara do entendimento do tema, possibilitando assumir várias posições no decorrer do percurso.

Resultados e Discussão

Com o surgimento da globalização e da Internet, vieram também novas formas de comercializar bens e serviços, pois o e-commerce é uma realidade imutável que oferece bens e serviços de qualquer parte do mundo. Contudo, essa facilidade nem sempre oferece boas experiências aos consumidores que adquirem algo no ambiente virtual, pois a representação gráfica de produtos pode ser “melhorada” com o uso de edição de imagens, bem como

agregar características a um produto ou serviço que, posteriormente, o comprador descobrirá que não existe ou é superestimado. Devendo existir alguma ferramenta legal para proteger os consumidores, pois a nova realidade veio para ficar e a tendência é diminuir as lojas presenciais e aumentar, consideravelmente, as lojas virtuais.

Conclusão

Conclui-se que a referida lei tem eficácia, porém dependendo da empresa realmente oferecer o direito de arrependimento aos seus consumidores, não apenas como publicidade, mas aplicando no cotidiano dos clientes que desejam devolver bens ou produtos e serem reembolsados na integridade dos custos gastos.

Referências

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 20 Set. 2023.

BRASIL. Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 20 Set. 2023.

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. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm. Acesso em: 20 Set. 2023.

ALICERAL, Denise Ribeiro. O direito de arrependimento no CDC: a vulnerabilidade do consumidor e a necessidade de ampliação da abrangência do artigo 49. [Monografia]. Brasília/DF: UniCEUB, 2014. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/5519>. Acesso em: 20 Set. 2023.