

O CLIENTE NEM SEMPRE TEM RAZÃO

Como lidar com devoluções, conflitos, fraudes e avaliações negativas sem expor o seu e-commerce

GUIA PRÁTICO PARA NEGÓCIOS DIGITAIS

01 Atender bem não é aceitar tudo

No comércio eletrônico, uma reclamação pode começar com uma mensagem simples e terminar em *chargeback*, avaliação negativa, notificação administrativa ou processo judicial. Entre esses dois pontos existe algo decisivo: a forma como a empresa atende, registra e responde.

A IDEIA CENTRAL

O consumidor possui direitos que devem ser respeitados. Isso não significa que toda exigência seja automaticamente legítima, nem que a empresa precise decidir sem apurar os fatos.

Este guia foi preparado para vendedores de marketplaces, lojas virtuais, gestores de e-commerce e equipes de pós-venda. Você verá como diferenciar situações, organizar o atendimento e preservar elementos que permitam uma decisão segura.

Três movimentos protegem a operação:

- Atender sem hostilizar o cliente.
- Estabelecer limites sem reduzir direitos legais.
- Documentar antes que o conflito aumente.

Este material é informativo e não substitui a análise jurídica da política comercial ou de um caso concreto.

02 Nem toda reclamação procede

O ditado “o cliente sempre tem razão” funciona como princípio de hospitalidade, não como regra jurídica. A empresa deve ouvir, investigar e responder com respeito. Mas pode apurar inconsistências, solicitar informações pertinentes e recusar pedidos sem respaldo, desde que explique a decisão e preserve os direitos previstos em lei.

SITUAÇÃO	CONDUTA INICIAL
Insatisfação legítima	Reconhecer o problema, verificar a obrigação aplicável e oferecer solução compatível.
Cliente equivocado	Explicar características, oferta e procedimento com linguagem simples, sem confronto.
Informações insuficientes	Pedir documentos ou imagens estritamente necessários para compreender o fato.
Relato contraditório	Registrar versões, comparar dados da venda e evitar acusações precipitadas.
Indício de fraude ou abuso	Restringir acessos internos, preservar evidências e encaminhar para análise especializada.
CUIDADO Má-fé não deve ser presumida apenas porque a versão do cliente parece improvável. Acusar sem prova tende a ampliar o conflito e pode prejudicar a defesa da empresa.	

03 Arrependimento, troca e defeito

HIPÓTESE	REGRA PRÁTICA
Arrependimento	Na contratação fora do estabelecimento, inclusive pela internet, o consumidor pode desistir em até 7 dias, contados da assinatura ou do recebimento, conforme o caso. A restituição deve abranger os valores pagos.
Troca por gosto, cor ou tamanho	Fora do arrependimento legal, pode decorrer da política comercial anunciada pela própria loja. O que foi oferecido vincula o fornecedor.
Produto com vício	A reclamação segue as garantias legais e a natureza do problema. Não se confunde com simples desistência.
Descumprimento da oferta	Atraso, produto diferente ou informação incorreta podem permitir ao consumidor exigir o cumprimento, aceitar equivalente ou rescindir, sem prejuízo de perdas e danos cabíveis.

PONTO JURÍDICO

Uma política interna pode ampliar benefícios, mas não pode reduzir direitos assegurados pelo Código de Defesa do Consumidor.

Base legal essencial: CDC, arts. 18, 26, 30, 35 e 49; Decreto nº 7.962/2013.

04 O que sua política pode estabelecer

Uma política eficiente não é um texto escondido no rodapé. Ela precisa ser clara, acessível antes da compra e compatível com a jornada real de atendimento.

Ela pode organizar:

- canais para atendimento, troca e devolução;
- informações necessárias para localizar o pedido;
- procedimento de logística reversa;
- prazo comercial superior ao mínimo legal;
- condições de trocas concedidas por liberalidade;
- etapas internas de análise e responsáveis por decisão.

Ela não pode:

- eliminar o direito de arrependimento nas hipóteses legais;
- impor vale-compra quando houver direito à restituição;
- transferir ao consumidor riscos que pertencem ao fornecedor;
- criar obstáculo desproporcional para receber ou analisar a demanda;
- contrariar informação, anúncio ou benefício prometido na oferta.

REGRA DE OURO

O procedimento deve proteger a empresa sem funcionar como barreira artificial ao exercício de direitos.

05 Do relato à decisão

- 1. Receba** Confirme imediatamente que a mensagem foi recebida e forneça número ou referência do atendimento.
- 2. Classifique** Identifique se o caso envolve arrependimento, vício, entrega, oferta, cobrança, fraude ou mera liberalidade comercial.
- 3. Reúna** Localize pedido, anúncio, pagamento, rastreamento, conversa e registros da expedição.
- 4. Solicite** Peça ao cliente apenas o que for pertinente: descrição, fotos, vídeo, etiqueta, embalagem ou informação de uso.
- 5. Decida** Aplique a lei, a oferta e a política válida. Registre o motivo da solução adotada.
- 6. Comunique** Responda de forma objetiva, informe os próximos passos e preserve o histórico.

PRAZO DE ATENDIMENTO

No comércio eletrônico, a demanda deve ter recebimento confirmado imediatamente. O Decreto nº 7.962/2013 prevê manifestação do fornecedor em até cinco dias. Um padrão interno menor, como 48 horas, pode melhorar a experiência, desde que seja realmente cumprido.

06 Atendimento humano em tempos de IA

Chatbots e respostas automáticas podem dar velocidade ao atendimento, mas também produzem frustração quando repetem mensagens, ignoram documentos ou impedem o cliente de chegar a uma pessoa capaz de decidir.

Uma automação bem configurada deve:

- confirmar o recebimento e gerar protocolo;
- coletar dados básicos sem pedir informações excessivas;
- informar prazo realista e canal de acompanhamento;
- reconhecer palavras de risco, como fraude, vazamento, ameaça ou ação judicial;
- encaminhar exceções e impasses para atendimento humano;
- evitar respostas que admitam culpa antes da apuração.

EXEMPLO DE RESPOSTA INICIAL

“Recebemos sua solicitação e vamos analisar o pedido, o histórico da compra e os documentos enviados. O protocolo é [número]. Retornaremos pelo mesmo canal até [data].”

A transparência sobre o uso de automação e o tratamento adequado dos dados também devem integrar a governança da operação.

07 Limites sem confronto

O atendimento deve sair do campo emocional e voltar aos fatos. Mensagens curtas, específicas e respeitosas reduzem o risco de escalada.

EVITE	PREFIRA
“Nossa política não permite.”	“Analisamos seu pedido conforme a compra, a legislação aplicável e as condições informadas. Neste caso...”
“Você está mentindo.”	“Identificamos divergência entre o relato e os registros. Para concluir a análise, precisamos de...”
“Não há nada que possamos fazer.”	“A solução disponível para esta situação é... e será realizada da seguinte forma...”
“O sistema decidiu.”	“O resultado foi revisado com base nos seguintes registros...”

Se houver agressão ou ameaça, registre o conteúdo. A empresa pode orientar que a conversa continuará em ambiente respeitoso e por canal formal, sem responder na mesma tonalidade.

IMPORTANTE

Nunca condicione o cumprimento de uma obrigação legal à retirada de avaliação, comentário ou reclamação pública.

08 A prova nasce antes do conflito

Quando a reclamação chega, parte da prova já deveria existir. O objetivo não é vigiar o consumidor, mas demonstrar a jornada da compra com integridade.

ETAPA	REGISTROS ÚTEIS
Oferta	Página do produto, descrição, preço, prazo, fotos e condições vigentes na data da compra.
Pedido	Identificador, itens, valor, pagamento, endereço e confirmações enviadas.
Expedição	Conferência, embalagem, peso, etiqueta, lote ou serial quando pertinente.
Entrega	Rastreamento, comprovante, recebedor e ocorrência logística.
Atendimento	Mensagens integrais, anexos, protocolo, datas, decisões e solução oferecida.
Devolução	Código de postagem, rastreio reverso, condição recebida e conclusão do reembolso ou troca.

PROTEÇÃO DE DADOS

Colete e conserve apenas o necessário para finalidades legítimas, com acesso restrito e prazo de retenção definido. Prova útil não significa armazenamento indiscriminado.

09 Chargeback e não recebimento

Chargeback é a contestação de uma transação perante o emissor ou arranjo de pagamento. Ele não se confunde com o direito de arrependimento e pode decorrer de fraude, desacordo comercial, falha operacional ou uso indevido do procedimento.

Ao receber uma contestação:

- verifique o motivo e o prazo informado pelo meio de pagamento;
- preserve comprovantes da oferta, autorização, expedição, entrega e atendimento;
- compare endereço, identificação, dispositivo e padrões da transação, quando legitimamente disponíveis;
- não fabrique documentos nem altere registros após o fato;
- avalie se a solução ao consumidor já foi cumprida para evitar duplicidade;
- registre a defesa no canal e no formato exigidos pela plataforma ou adquirente.

SINAL DE RISCO

Compras sucessivas, múltiplos cartões, mudança atípica de endereço, divergência de titularidade ou repetição de contestações exigem análise não condenação automática.

As regras e prazos variam conforme marketplace, adquirente, bandeira e contrato. A defesa deve ser calibrada à operação concreta.

10 Avaliação negativa

Uma resposta pública não serve apenas ao cliente que reclamou. Ela será lida por futuros compradores, plataformas, órgãos de defesa e, eventualmente, pelo Judiciário.

A resposta deve:

- reconhecer a insatisfação sem confirmar fatos ainda não apurados;
- evitar divulgar pedido, endereço, telefone ou outros dados pessoais;
- convidar o cliente para um canal reservado e identificável;
- informar que o caso será revisado e fornecer referência do atendimento;
- não ameaçar, ironizar ou discutir publicamente;
- corrigir informação objetiva quando houver prova, com linguagem neutra.

MODELO DE TOM — NÃO DE SOLUÇÃO

“Lamentamos que sua experiência não tenha ocorrido como esperado. Localizamos o atendimento e entraremos em contato pelo canal cadastrado para revisar os registros e orientar os próximos passos.”

A compensação comercial pode ser estratégica, mas não deve ser automática nem condicionada à remoção da crítica.

11 Quatro erros que fragilizam a loja

01**Copiar uma política pronta**

Textos genéricos podem contrariar a oferta, o modelo logístico ou a própria legislação.

02**Decidir sem classificar o caso**

Arrependimento, vício, atraso, fraude e troca voluntária exigem respostas diferentes.

03**Apagar ou dispersar conversas**

Prints isolados e históricos incompletos dificultam reconstruir o atendimento e a decisão.

04**Responder no impulso**

Agressividade, ironia ou admissão precipitada de culpa podem transformar um problema operacional em risco reputacional e jurídico.

PERGUNTA PARA A GESTÃO

Se uma reclamação recebida hoje virar processo daqui a seis meses, sua equipe conseguirá reconstruir a decisão com documentos confiáveis?

12 Checklist de prevenção

- ☐ A identificação da empresa e os canais de atendimento estão claros no site?
- ☐ A descrição do produto corresponde ao que é efetivamente entregue?
- ☐ A política diferencia arrependimento, defeito e troca comercial?
- ☐ O cliente consegue exercer o arrependimento por meio adequado e eficaz?
- ☐ O recebimento das demandas é confirmado imediatamente?
- ☐ Existe prazo interno de resposta compatível com a operação e com a lei?
- ☐ A automação permite encaminhamento para uma pessoa com poder de decisão?
- ☐ Oferta, pedido, expedição, entrega e atendimento ficam associados ao mesmo registro?
- ☐ Fotos, vídeos e documentos são solicitados apenas quando pertinentes?
- ☐ A equipe sabe o que não pode responder publicamente?
- ☐ Há procedimento específico para chargeback e suspeita de fraude?
- ☐ Os dados e documentos têm acesso restrito e prazo de retenção definido?

COMO INTERPRETAR

Muitas respostas negativas indicam que o risco não está apenas no cliente: está na falta de governança do próprio atendimento.

13 Atendimento, prova e estratégia

Proteger o e-commerce não significa negar pedidos indiscriminadamente. Significa reconhecer direitos, separar situações juridicamente diferentes, decidir com critérios e manter provas confiáveis da operação.

Uma política clara reduz ruído. Um atendimento humano reduz escalada. Um protocolo de documentação permite que a empresa se defenda quando a reclamação não corresponde aos fatos.

O PRÓXIMO PASSO

Revise a jornada completa, oferta, checkout, expedição, entrega, atendimento, devolução e disputa. A fragilidade costuma estar na conexão entre essas etapas.

Fontes legais essenciais

- Lei nº 8.078/1990 - Código de Defesa do Consumidor: arts. 6º, 18, 26, 30, 35, 46, 49 e 51.
- Decreto nº 7.962/2013 - contratação no comércio eletrônico, atendimento facilitado e direito de arrependimento.

Consulta oficial: planalto.gov.br. A incidência e a interpretação das normas dependem do produto, do modelo comercial, da oferta e dos fatos de cada caso.

14 HSL Direito Digital

A HSL Direito Digital atua na proteção jurídica de empresas, profissionais e operações da economia digital. Integramos as dimensões contratual, regulatória, preventiva e contenciosa para construir soluções compatíveis com a realidade de quem vende, cria e opera na internet.

COMO PODEMOS ATUAR

Revisão de políticas e termos • estruturação de fluxos de atendimento • prevenção de conflitos • retenção de repasses • chargebacks • bloqueios em marketplaces • análise e condução de disputas.

Se sua empresa enfrenta uma situação semelhante, a HSL Direito Digital pode analisar o caso e indicar os caminhos juridicamente adequados.

SITE

hsldireitodigital.com

INSTAGRAM

@hsldireitodigital

ATENDIMENTO

100% digital • atuação nacional

HSL DIREITO DIGITAL

Proteção para quem vende na internet.