



## **A Importância das Parcerias na Implantação de Normas e Regulamentos**

**1º Simpósio sobre implantação assistida de programas de avaliação da conformidade**

**Teresa Liporace**

**Rio de Janeiro, 01 de junho 2011**

**[www.idec.org.br](http://www.idec.org.br)**

# Abordagem

- Breve visão sobre o **Idec** e suas estratégias de intervenção
- Grupos de interesse e características da ação do regulamentador
- As dimensões do consumidor na regulamentação
- Desafios à participação do consumidor na regulamentação e na normalização e a importância das parcerias

Organização **não-governamental**, **independente**, **apartidária** e **sem fins lucrativos**, fundada em 1987

Receita anual (66% própria, 34% projetos)

Auditoria independente. Divulga relatório de atividades e balanço social anualmente

70 funcionários

Filiado à *Consumers International*, OCLAC, FNECDC, ABONG e articulado a inúmeras redes

**MISSÃO** Promover a educação, conscientização, participação, a defesa do consumidor, e a ética nas relações de consumo, com total independência política e econômica.

**META MISSÃO** Contribuir para que todos os cidadãos tenham acesso a bens e serviços essenciais e para o desenvolvimento social, o consumo sustentável, a saúde do planeta e a consolidação da democracia na sociedade brasileira.

# Como o Idec trabalha?



# Temas Prioritários



Água e Saneamento



Alimentos



Bancos e serviços  
financeiros



Energia elétrica



Serviços e produtos  
de saúde



Qualidade de produtos e  
serviços



Telecomunicações e  
acesso ao conhecimento

# Avaliação do processo regulatório

Ranking dos reguladores: agências/órgãos reguladores  
(2003, 2004 e 2006)

## Objetivos

- *Benchmarking* - FOCO: expectativas do consumidor
- Detectar aspectos positivos e negativos e contribuir para o aperfeiçoamento da regulamentação
- Tornar as **funções e responsabilidades** dos reguladores/regulamentadores mais claras para o consumidor e para a sociedade

**Avaliados:** Anatel, Anvisa, Aneel, ANS, Banco Central, Inmetro e SDA/MAPA

# Por que a atuação das agências e órgãos reguladores/regulamentadores é importante para o consumidor?

- **Falhas de mercado**
  - Monopólios e poder de mercado
  - Competição imperfeita
  - Assimetria de informação
  - Externalidades
- **Necessidade de incentivar determinadas atividades econômicas**
- **Questões morais e éticas: há direitos e valores que os mercados não são capazes de suprir:**
  - Justiça
  - Igualdade
  - Interesse público

Busca pela maximização do  
lucro em sistemas  
monopolistas

**Bem-estar do  
consumidor**

**Proteção  
ambiental**

## REGULAMENTAÇÃO

**Universalização**

**Preços  
justos**

Qualidade de  
serviços/produtos

**Segurança**

**Concentração de  
empresas em setores  
mais rentáveis**

Melhoria da  
eficiência alocativa

## Como garantir que a regulamentação atenda aos interesses da sociedade?

- Acesso a informações de mercado
- Expertise técnico
- Recursos técnicos e financeiros suficientes para que o regulamentador desempenhe suas funções
- **Accountability**
- **Transparência**
- **Controle Social** (participação social / **consumidores**)

## Requisitos para um processo de regulamentação transparente e participativo

- Definição clara do problema a ser abordado pelo regulamentador, considerando todos os aspectos envolvidos
- Apresentação das soluções possíveis - natureza da intervenção governamental, objetivos, resultados esperados
- Identificação dos setores impactados: causas, efeitos, dimensão
- Interlocução com os impactados (consumidores) no processo de definição do problema e das possíveis soluções (**mitigando o desequilíbrio entre os stakeholders**)

## As dimensões do consumidor na interlocução com os regulamentadores

- Individual: usuário de um bem ou serviço regulado
- Coletivo: como grupo de interesse
- Sistema ou Institucional: interação institucional entre os órgãos reguladores e as instituições públicas de defesa do consumidor
- Político: protagonista do controle social e da Accountability democrática

## Consumidor Individual

- É importante ter canais de comunicação com o cidadão, de forma a:
  - Tornar o consumidor um aliado no monitoramento do mercado e na avaliação dos impactos da regulamentação
  - Avançar nas questões de cidadania e na educação para o consumo
  - Mostrar aos agentes regulados a eficácia do órgão regulamentador no cumprimento das regras
  - Contribuir para a legitimidade da agência

## Consumidor Coletivo

- É o consumidor como ator interessado no processo e no resultado da regulamentação. Ele contribui:
  - para que aspectos importantes não sejam deixados de lado no processo de regulamentação
  - para a ampliação da transparência do processo decisório
- Para envolvê-lo, é importante que existam instâncias de participação estruturadas e que possibilitem a **atuação efetiva**:
  - **na definição da agenda (definição de prioridades)**
  - **no processo de regulamentação**
  - **no monitoramento dos resultados (impactos/ajustes)**

# Consumidor institucional

- O Código de Defesa do Consumidor (CDC) prevê o estabelecimento de um Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) com o objetivo de conjugar e harmonizar os esforços das diversas entidades envolvidas com o tema nos três níveis federativos
- A coordenação do SNDC é feita pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça (DPDC)

# Consumidor institucional

## As parcerias entre órgãos do SNDC e regulamentadores:

- otimizam a ação das instituições, permitindo maior capilarização da ação regulatória e fiscalizatória
- reduzem a assimetria de informação
- contribuem para que as ações empreendidas na correção das falhas de mercado sejam integradas e sistêmicas
- aumentam a legitimidade das instituições

# Desafios

Luta pelos direitos do consumidor nos EUA: repercutem no Brasil  
CPI no Congresso  
Imprensa

Código de Defesa do Consumidor  
(Direitos, Administrativo, civil e penal)  
**SNDC**

Privatização serviços públicos essenciais  
**Criação das primeiras agências reguladoras**

**70's - meados 80**

**1970:** associações

**1976 -** Procon SP

**1984-** outros Procons

**1987-** Idec

[www.idec.org.br](http://www.idec.org.br)

**Set 1990**

**SNDC**  
DPDC/MJ  
Procons  
Ministérios Públicos  
Associações  
Defensorias, e outros

**1995 -**

Agências reguladoras criadas concomitantemente à privatização ou posteriormente  
**Foco: regulação econômica**

# Desafios

- Sensibilizar regulamentadores a cerca da importância da participação do consumidor na regulamentação e a necessidade de se discutir a promoção desta participação, de forma estruturada e com a profundidade que o tema requer
  - promover capacitação
  - mitigar tecnicismo na linguagem
  - formar interlocutores
  - disponibilizar informações sobre o setor regulado, sobre o processo regulatório, sobre os impactos (motivação dos atos)

# Desafios

- Sensibilizar as instituições integrantes do SNDC quanto à essencialidade do seu envolvimento no processo de regulamentação, a importância da participação qualificada e da atuação articulada
  - foco ainda concentrado nas reclamações
  - barreiras relacionadas à complexidade/especificidade dos temas
  - dificuldades para a organização (custos localizados, benefícios difusos);
  - assimetria de informação
  - recursos técnicos, financeiros e humanos insuficientes para o monitoramento e para a participação qualificada

Obrigado!!!!

Teresa D. Liporace

[idecrio@uol.com.br](mailto:idecrio@uol.com.br)

[www.idec.org.br](http://www.idec.org.br)