

São Paulo, 14 de Novembro de 2017.

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Superintendência para Orientação e defesa do Consumidor - PROCON/MS | |
| Protocolo nº | 4766/11/17 |
| Data | 22/11/2017 |
| Hora: | 14:15 |
| Recebido por: | Ano |

Ao

Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - DPDC

Secretaria Nacional do Consumidor - SENACON

Ministério da Justiça

Brasília - DF

Assunto: Relatório Bimestral (**novembro 2017**)

(Processo de Chamamento nº 08012.004641/2013-39)

Prezados Senhores,

Em observância às suas obrigações legais, a **AMACOM COMÉRCIO EXTERIOR LTDA**, vem, respeitosamente, apresentar seu relatório bimestral. Neste documento, a **AMACOM** fornece informações sobre a efetividade do processo de chamamento, cumprimento e efetividade do plano de mídia.

I. EFETIVIDADE DO PROCESSO DE CHAMAMENTO

Conforme descrito na petição inicial enviada pela **AMACOM** ao DPDC, em 11 de novembro de 2013, esse processo de chamamento tem como objetivo recolher 216.000 (duzentas e dezesseis mil) unidades do Caminhão de Brinquedo a Fricção "Power Rangers", e 2.790.000 (dois milhões setecentos e noventa mil) unidades do Celular de Brinquedo, Disney "Princesas".

Até **14 de Novembro de 2017**, a AMACOM, não recolheu nenhuma unidade do Celular de Brinquedo, Disney "Princesas", bem como, nenhuma unidade do Caminhão de Brinquedo a Fricção "Power Rangers".

De: GABINETE - PROCON/MS

Para: Keyla

- 1 - Informar
- 2 - P/ análise e parecer
- 3 - P/ providências
- 4 - P/ encaminhar
- 5 - P/ agenda
- 6 - P/ arquivar
- 7 - P/ fiscalizar
- 8 - autorizado
- 9 - não autorizado

Em _____ / _____

Dr. Marcelo Monteiro Sabin
Superintendente
Matr. 427419024

Quadro abaixo demonstra o número de produtos recolhidos em cada Estado do País:

| Estado | Caminhões de Brinquedo | Celular de Brinquedo |
|---------------------|------------------------|----------------------|
| Acre | | |
| Alagoas | | |
| Amapá | | |
| Amazonas | | |
| Bahia | | |
| Ceará | | |
| Distrito Federal | | |
| Espírito Santo | | |
| Goiás | | |
| Maranhão | | |
| Mato Grosso | | |
| Mato Grosso do Sul | | |
| Minas Gerais | | |
| Pará | | |
| Paraíba | | |
| Paraná | | |
| Pernambuco | | |
| Piauí | | |
| Rio de Janeiro | | |
| Rio Grande do Sul | | |
| Rio Grande do Norte | | |
| Rondônia | | |
| Roraima | | |
| Santa Catarina | | |
| São Paulo | | 0 |
| Sergipe | | |
| Tocantins | | |
| TOTAL | 0 | 0 |

A **AMACOM** ressalta que pelas características dos produtos objeto do presente chamamento, é possível que após a venda o consumidor tenha se deslocado fazendo com que o produto seja recolhido em Estado diferente daquele em que o produto foi comercializado. Ademais, tendo em vista as características dos Produtos, é possível que o consumidor já tenha se desfeito do produto.

A **AMACOM** considera que a taxa de recolhimento é satisfatória no atual momento da campanha, especialmente se considerarmos as características dos produtos e o seu ciclo de vida.

II. ACIDENTES CAUSADOS POR PRODUTOS DEFEITUOSOS

Até a presente data, não se tem conhecimento de nenhum acidente envolvendo os produtos sujeitos a este chamamento. Tampouco consumidores contataram a **AMACOM** com reclamações relacionadas à não conformidade.

III. CUMPRIMENTO DO PLANO DE MÍDIA

O plano de mídia proposto na petição inicial apresentada ao DPDC foi devidamente cumprido pela **AMACOM**.

IV. EFETIVIDADE DO PLANO DE MÍDIA

A **AMACOM** entende que seu plano de mídia está trazendo resultados satisfatórios. Abaixo, a empresa fornece o número de contatos que recebeu de consumidores através de cada um dos veículos que lhes foram disponibilizados:

| Meios de Contato | Número de Contatos |
|-------------------------|---------------------------|
| Call center (0800) | 0 |
| E-mail | 0 |

O baixo número de contatos se deve ao fato de que os Produtos objeto do presente processo de chamamento têm ciclo de uso muito pequeno e depois são descartados.

V. OUTRAS MEDIDAS ADOTADAS PELA AMACOM PARA CONTATAR ATIVAMENTE OS CLIENTES

Além de cumprir com o plano de ação descrito na petição inicial ao DPDC, a **AMACOM** adotou outra medida para informar seus clientes deste chamamento, como mais um esforço para garantir a efetividade deste procedimento. Encaminhou cartas aos seus distribuidores e aos varejistas conhecidos para que suspendessem a venda dos Produtos, além de outras medidas a fim de evitar qualquer acidente de consumo.

VI. CONCLUSÃO

A **AMACOM** entende que esse chamamento voluntário está sendo realizado com sucesso.

Em obediência à legislação vigente, a **AMACOM** manterá o DPDC informado sobre qualquer fato que possa ser relevante para este chamamento voluntário e continuará a enviar relatórios periódicos com atualizações e informações sobre a efetividade deste programa.

Permanecemos à disposição desses DPDC.

Atenciosamente,

AMACOM COMÉRCIO EXTERIOR LTDA