

**Diego Bianchi de Oliveira**

# **LEI DO SAC – COMENTÁRIOS AO DECRETO N. 11.034/2022**



**AMISTAD**  
Editorial

© 2026 Edição | Amistad Editorial

© 2026 Texto | Autor

*Todos os direitos reservados*

1ª Edição

**Amistad Editorial**

CNPJ: 59.425.556/0001-72  
www.amistadeditorial.com.br  
(44) 99940-2257  
Rua Desembargador Munhoz de  
Mello, 3800, Sala 202, Centro  
Umuarama - PR, 87501-180

**Editor-chefe**

Celso Hiroshi Iocohama

**Diagramação e arte**

Equipe Amistad

**Revisão**

Autor

**Conselho Editorial**

Amos Arturo Grajales (Argentina)  
Arthur Mendes Lobo (Brasil)  
Cristian Marcelo Contreras Rojas (Chile)  
Elaine Haarzheim Macedo (Brasil)  
Fabio Caldas de Araújo (Brasil)  
Flavia Piva Almeida Leite (Brasil)  
Gonçalo Sopas de Melo Bandeira (Portugal)  
Janaina de Castro Marchi Medina (Brasil)  
José Miguel Garcia Medina (Brasil)  
Jussara Borges Nasser Ferreira (Brasil)  
Luiz Rodrigues Wambier (Brasil)  
Manuel Enrique Espino Pinzon (Panamá)  
Manuela de Oliveira Soares (Brasil)  
Oscar B. Llanes Torres (Paraguai)  
Priscila Machado Martins (Chile)  
Wilson Engelman (Brasil)

**Dados Internacionais de Catalogação na publicação (CIP)  
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Oliveira, Diego Bianchi de

Lei do sac : comentários ao decreto n. 11.034/2022 / Diego Bianchi de  
Oliveira. -- 1. ed. -- Umuarama, PR : Amistad Editorial, 2026.

**Bibliografia**

ISBN 978-65-987997-4-8 1.

Atendimento ao cliente 2. Consumidor - Leis e legislação 3. Defesa do  
consumidor 4. Direito do consumidor - Brasil I. Título.

26-328874.0

CDU-34:381.6(81)

Índices para catálogo sistemático:

1. Brasil : Direito do consumidor 34:381.6(81)

Maria Alice Ferreira - Bibliotecária - CRB-8/7964

Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida por qualquer meio ou forma  
sem a prévia autorização do autor e da Amistad Editorial. A violação dos direitos  
autorais é crime estabelecido na Lei n. 9.610/98 e punido pelo art. 184 do Código Penal.

Todo o conteúdo apresentado neste livro é de responsabilidade do(s) autor(es).



## NOTA DO AUTOR

As transformações recentes das relações de consumo alteraram lugar ocupado pelo atendimento ao consumidor na dinâmica dos conflitos contemporâneos. A ampliação dos serviços digitais, a automação dos canais de contato, a padronização de contratos de execução continuada e a crescente racionalização econômica do pós-venda deslocaram o eixo do conflito para o momento posterior à contratação. Nesse cenário, o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) deixou de ser mero canal de comunicação para se converter em espaço estratégico de gestão de demandas, com impacto direto sobre a efetividade dos direitos assegurados pelo Código de Defesa do Consumidor.

A edição do Decreto n. 11.034/2022 deve ser compreendida à luz desse contexto. A substituição do diploma anterior não se explica apenas por razões formais, mas pela necessidade de responder a práticas empresariais que passaram a instrumentalizar o tempo, a fragmentação informacional e a burocratização do atendimento como variáveis de gestão. O novo Decreto emerge, assim, como tentativa normativa de reequilibrar uma relação marcada por assimetrias estruturais, reafirmando deveres procedimentais, qualificando o tratamento das demandas e reconhecendo juridicamente o atendimento ao consumidor como espaço relevante de concretização ou negação de direitos.

Esse movimento normativo também dialoga com uma concepção contemporânea de acesso à justiça, compreendido não apenas como acesso ao Poder Judiciário, mas como sistema

multiportas de solução de conflitos. Nesse modelo, o atendimento administrativo privado assume papel central como instância preliminar e qualificada de resolução de controvérsias, capaz de evitar a judicialização desnecessária e de oferecer respostas mais céleres e adequadas às demandas dos consumidores. O SAC, nesse sentido, passa a integrar a arquitetura do acesso à justiça, funcionando como espaço de filtragem, tratamento e, idealmente, solução efetiva dos conflitos de consumo.

Foi a partir dessa percepção que o tema passou a ocupar lugar central em minhas reflexões acadêmicas. O contato continuado com o Direito do Consumidor, especialmente no ambiente universitário quando lecionei a disciplina na Universidade Estadual de Maringá (UEM), não produziu constatações empíricas imediatas, mas permitiu o aprofundamento teórico de inquietações que se tornaram cada vez mais evidentes diante das transformações do mercado. O ensino funcionou como espaço de problematização crítica, favorecendo a organização conceitual de questões relacionadas ao pós-contratual, à efetividade dos direitos e à distância entre a normatividade protetiva e a experiência concreta dos consumidores.

Essas reflexões ganharam densidade concreta no âmbito institucional e coletivo da Comissão de Direito do Consumidor da OAB-Maringá, da qual passei a integrar a partir de 2022, exercendo a função de vice-presidente. Foi nesse espaço plural de debate, construído a partir do diálogo entre advogados, pesquisadores e profissionais com diferentes experiências, que a Lei do SAC se consolidou como objeto central de análise. As discussões travadas na Comissão evidenciaram, de forma consistente, que o atendimento ao consumidor havia se tornado um dos principais pontos de tensão entre a lógica protetiva do microsistema consumerista e as estratégias empresariais contemporâneas de contenção de conflitos.

A partir dessas reflexões coletivas consolidou-se a compreensão de que a Lei do SAC não poderia ser reduzida à condição de simples regulamento administrativo. Trata-se de diploma normativo inserido no sistema de proteção do consumidor, com implicações jurídicas, econômicas e sociais relevantes, especialmente no que se refere à tutela do tempo, à assimetria informacional, à qualidade do tratamento das demandas e à prevenção da judicialização desnecessária. Essa percepção funcionou como ponto de inflexão teórica e conduziu à necessidade de uma abordagem que superasse leituras meramente operacionais ou descritivas do Decreto.

O primeiro desdobramento desse processo foi a organização da obra coletiva “SAC, Telemarketing e Direitos do Consumidor”, publicada pela Editora Caniatti em 2024, fruto direto das reflexões desenvolvidas no âmbito institucional da OAB-Maringá. A experiência coletiva confirmou uma intuição fundamental que orienta também o presente trabalho: o atendimento ao consumidor constitui hoje um espaço normativamente estruturado de disputa por direitos, cuja análise exige uma leitura integrada entre o Código de Defesa do Consumidor, a realidade econômica e as transformações tecnológicas.

Esta obra nasce como aprofundamento individual desse percurso intelectual. O objetivo não é apenas comentar dispositivos normativos, mas oferecer uma leitura sistemática e dogmaticamente orientada da Lei do SAC, evidenciando suas conexões com princípios estruturantes do direito do consumidor e com problemas centrais da efetividade da tutela jurídica. A análise aqui desenvolvida busca preencher uma lacuna ainda presente no mercado editorial, na medida em que, apesar da centralidade do atendimento ao consumidor na dinâmica contemporânea dos conflitos, são raros os estudos dedicados a uma abordagem densa, crítica e integrada do Decreto n. 11.034/2022.

Espero que este livro contribua para a reflexão de estudantes, pesquisadores, advogados, magistrados, membros do Ministério Público e agentes reguladores, reafirmando que a proteção do consumidor permanece tarefa essencial em um mercado marcado por profundas assimetrias econômicas, informacionais e tecnológicas. Mais do que um instrumento administrativo, o Serviço de Atendimento ao Consumidor revela-se, hoje, como espaço decisivo de afirmação ou negação de direitos, exigindo do intérprete uma leitura atenta, crítica e comprometida com a lógica protetiva que estrutura o sistema consumerista.

Boa leitura!

Umuarama-PR, 2026.

***Diego Bianchi de Oliveira***

Doutor em Direito pela Universidade de Marília - UNIMAR (2023). Mestre em Direito Processual e Cidadania pela Universidade Paranaense - UNIPAR (2016). Especialista em Metodologia do Ensino Superior pela Faculdade de Minas - FACUMINAS (2024) e em Direito Imobiliário pela Universidade Cândido Mendes - UCAM (2014). Graduado em Direito pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul - UEMS (2013) e em Administração pela Universidade Anhanguera-Uniderp (2009). Atualmente é Professor Titular do curso de Direito e do Mestrado em Direito Processual e Cidadania da Universidade Paranaense - UNIPAR (2024-atual) e Professor Efetivo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul - UEMS (2025-atual).

## SUMÁRIO

CONSIDERAÇÕES INICIAIS .....	9
CAPÍTULO I – DISPOSIÇÕES GERAIS .....	13
Art. 1º - Objetivos e âmbito de aplicação da “Lei do SAC” .....	13
Art. 2º - Conceito e finalidade do SAC .....	18
CAPÍTULO II – DO ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR .....	25
Art. 3º - Gratuidade do Serviço.....	25
Art. 4º - Disponibilidade de Atendimento.....	29
Art. 5º - Condições Mínimas para Atendimento .....	33
Art. 6º - Acessibilidade ao SAC .....	37
Art. 7º - Opções de Acesso .....	42
CAPÍTULO III – DA QUALIDADE DO TRATAMENTO DAS DEMANDAS .....	45
Art. 8º - Qualidade do atendimento e princípios a serem observados .....	46
Art. 9º - Tratamento dos Dados Pessoais do Consumidor.....	61
Art. 10 - Vedação à Solicitação de Repetição da Demanda ....	64
Art. 11 - Retomada do Atendimento .....	66
CAPÍTULO IV – DO ACOMPANHAMENTO DAS DEMANDAS ..	69
Art. 12 - Acompanhamento das Solicitações .....	70
CAPÍTULO V – DO TRATAMENTO DAS DEMANDAS .....	75
Art. 13 - Resposta do Fornecedor .....	76
Art. 14 - Recebimento e Processamento do Cancelamento .....	78
CAPÍTULO VI – DA EFETIVIDADE.....	83

Art. 15 - Metodologia da Ferramenta de Acompanhamento da Efetividade dos SAC .....	84
CAPÍTULO VII – DISPOSIÇÕES FINAIS .....	89
Art. 16 - Sanções .....	89
Art. 17 - Revogação da Lei Anterior .....	92
Art. 18 - Vigência e <i>Vacatio Legis</i> .....	93
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	94
REFERÊNCIAS .....	99
ANEXO .....	104
1 - Quadro de Correspondência Normativa.....	105
2 - Diferenças estruturais e críticas comparativas entre o Decreto nº 6.523/2008 e o Decreto nº 11.034/2022.....	115



## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Com a popularização das linhas telefônicas na década de 90, o teleatendimento passou a ser um dos principais meios de relacionamento das empresas com seus clientes. Desde então, os serviços de *call centers* – telemarketings, SACs, centrais de cobrança, helpdesks e canais de suporte técnico – cresceram exponencialmente, pois possibilitam a realização de pesquisas de mercado, vendas, retenção, cobrança, suporte técnico e outros serviços sem a necessidade de deslocamento físico e geográfico.

O telefone, enquanto inovação tecnológica aplicada à atividade empresarial, foi inicialmente apresentado como uma solução capaz de aprimorar o relacionamento com o consumidor, despertando expectativas legítimas quanto à facilitação do acesso direto às empresas, à obtenção célere de informações e à resolução eficiente de demandas. Todavia, ao longo do tempo, o atendimento telefônico prestado por meio dos sistemas de *call center* passou a revelar uma série de disfunções que frustram essas expectativas e comprometem a qualidade da relação de consumo.

Não é incomum que o consumidor, ao buscar esclarecimentos ou a solução de um problema, seja submetido a experiências marcadas por excessiva burocratização e ineficiência. Frases padronizadas como “estarei transferindo a ligação para o setor responsável”, “não desligue, sua ligação é muito importante para nós”, ou menus intermináveis que exigem a seleção sucessiva de opções: “para produtos, digite 1; para serviços, digite 2; para assistência técnica, digite 3; para reclamações, elogios ou sugestões, digite 4; para falar com um atendente, digite 5”;

tornaram-se símbolos de um atendimento que, longe de solucionar, frequentemente prolonga ou agrava o problema do consumidor. Soma-se a isso a recorrente mensagem de indisponibilidade de atendentes, que impõe longos períodos de espera e, muitas vezes, a necessidade de múltiplos contatos para tratar da mesma demanda.

Aquilo que poderia representar uma oportunidade estratégica de fortalecimento da confiança e fidelização do cliente-consumidor acaba, não raras vezes, convertendo-se em fator de desgaste da imagem institucional da empresa. Filas de espera excessivas, trilhas sonoras repetitivas e enfadonhas, atendimentos impessoais e a ausência de observância às regras mínimas de cordialidade e atenção contribuem para um cenário no qual, à medida que as falhas no serviço se acumulam, a paciência do consumidor se esgota.

Diante desse quadro de reiterado descaso, o atendimento telefônico deixou de ser uma preocupação exclusiva da Ciência da Administração e passou a ocupar espaço relevante no campo jurídico, especialmente no âmbito da tutela do consumidor. Foi nesse contexto que, após quase duas décadas de vigência do Código de Defesa do Consumidor, entrou em vigor, em dezembro de 2008, o Decreto n. 6.523, com o objetivo de estabelecer regras gerais para o funcionamento dos Serviços de Atendimento ao Consumidor (SAC) prestados por meio de *call centers*.

O referido diploma normativo, popularmente conhecido como “Lei do SAC”, “nasceu para mudar esse cenário e regular os níveis de serviço e disponibilidade das empresas para o atendimento de seus consumidores via canais telefônicos”<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> MEIR, Roberto; DOMENEGHETTI, Daniel. *Feitas para o cliente: as verdadeiras lições de mais de 50 empresas feitas para vencer e durar no Brasil*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016, p. 65.

Segundo Ricardo Rodrigues Gama<sup>2</sup>, o decreto tinha por finalidade “impor mecanismos que pudessem resolver as solicitações dos consumidores mal informados sobre o produto ou serviço, ou mesmo aos insatisfeitos ou lesados”.

Entretanto, com o avanço das tecnologias digitais e a transformação dos hábitos de consumo, o texto normativo passou a revelar sinais evidentes de defasagem. Em 2017, conforme relatam Letícia Micheletti Demundo Pesani e Luciana Guimarães Betenson<sup>3</sup>, a Senacon – Secretaria Nacional do Consumidor, ligada ao Ministério da Justiça e Segurança Pública – organizou um grupo de estudos<sup>4</sup> com o objetivo de revisitar o referido decreto, já que o texto legal já se mostrava obsoleto frente às novas exigências dos consumidores e das empresas reguladas. Após alguns anos de debate, em junho de 2022 foi enfim sancionado e publicado o Decreto n. 11.034/22, revogando o decreto anterior e estabelecendo as novas diretrizes e normas sobre o serviço de atendimento ao consumidor.

Apesar da intenção declarada de eliminar ou ao menos reduzir significativamente as reclamações relacionadas aos serviços de atendimento telefônico, a experiência prática demonstra que, mesmo após mais de uma década da edição do primeiro decreto e da posterior atualização normativa, os avanços concretos ainda são limitados. Persistem falhas estruturais nos sistemas de atendimento, bem como o descumprimento parcial ou integral das obrigações legais por parte de muitas empresas, o que

---

<sup>2</sup> GAMA, Ricardo Rodrigues. *SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor & CDC – Código de Defesa do Consumidor*. Campinas: Russel Editores, 2009, p. 18-19.

<sup>3</sup> PESANI, Letícia Micheletti; BETESON, Luciana Guimarães. Nova lei SAC: Principais alterações e suas motivações. *Migalhas*, 2022. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/depeso/367724/nova-lei-sac-principais-alteracoes-e-suas-motivacoes>>. Acesso em: 05 ago. 2022.

<sup>4</sup> Segundo as referidas autoras, nova proposta de lei contou com a participação de representantes dos consumidores, empresas e órgãos de defesa do consumidor atuantes no Brasil.

revela a necessidade de uma análise crítica sobre a efetividade da chamada “Lei do SAC” e sobre os mecanismos jurídicos disponíveis para a proteção do consumidor nesse contexto.

É justamente diante desse cenário de permanência das falhas estruturais, apesar da sucessão de diplomas normativos, que se impõe uma leitura mais atenta e sistemática do Decreto n. 11.034/2022. A simples atualização formal do regime jurídico do Serviço de Atendimento ao Consumidor não se revela suficiente se não for acompanhada de uma compreensão adequada de seus fundamentos, de sua inserção no microssistema consumerista e de suas reais potencialidades como instrumento de efetivação de direitos. A norma exige interpretação que vá além da literalidade de seus dispositivos, considerando o contexto econômico, tecnológico e institucional no qual se insere.

É nesse sentido que a presente obra se propõe a comentar o Decreto n. 11.034/2022, oferecendo uma análise jurídica crítica de seus dispositivos à luz do Código de Defesa do Consumidor, dos princípios que estruturam a tutela consumerista e dos desafios contemporâneos do atendimento ao consumidor. Mais do que um manual operacional, busca-se compreender o Serviço de Atendimento ao Consumidor como espaço normativamente relevante de tratamento de conflitos, de proteção do tempo do consumidor e de prevenção da judicialização desnecessária, contribuindo para o amadurecimento doutrinário e para a qualificação da aplicação prática da chamada “Lei do SAC”.

## CAPÍTULO I – DISPOSIÇÕES GERAIS

As *disposições gerais* de uma lei são cláusulas introdutórias que estabelecem as orientações fundamentais e diretrizes aplicáveis à norma como um todo, abrangendo definições, escopo de aplicação e objetivos gerais. Essas disposições servem como base para a compreensão das normas específicas previstas ao longo da legislação. No caso da Lei do SAC (Decreto n. 11.034/22), as disposições gerais estão dispostas nos arts. 1º e 2º, onde são apresentados o conceito de SAC, seus objetivos, as sujeições e finalidades, além de delimitar o âmbito de aplicação do Decreto.

### **Art. 1º - Objetivos e âmbito de aplicação da “Lei do SAC”**

Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor, para estabelecer diretrizes e normas sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor - SAC, no âmbito dos fornecedores dos serviços regulados pelo Poder Executivo federal, com vistas a garantir o direito do consumidor:

I - à obtenção de informação adequada sobre os serviços contratados; e

II - ao tratamento de suas demandas.

Parágrafo único. Para fins do disposto neste Decreto, os órgãos ou as entidades reguladoras considerarão o porte do fornecedor do serviço regulado.

Registre-se inicialmente que os Serviços de Atendimento ao Consumidor, uma vez implementados de forma eficaz,

materializam o princípio da harmonia – previsto no art. 4º, inciso IV, do Código de Defesa do Consumidor (CDC) – ao possibilitar não apenas reclamações sobre produtos ou serviços, mas também sugestões de melhorias na prestação desses serviços. Quando levadas a sério pelos fornecedores, tais sugestões contribuem para fidelizar clientes, ampliar a confiança e harmonizar as relações de consumo<sup>5</sup>.

Conforme bem pondera José Augusto Peres Filho<sup>6</sup>, “as relações de consumo devem surgir como fruto da harmonia de interesses (concordância), transcorrer de modo a beneficiar ambas as partes (simetria), que auferirão as vantagens previamente estabelecidas para elas (paridade)”. Assim, a implementação do SAC, respeitando as normas que o regem, conduz ao equilíbrio e ao bom relacionamento entre fornecedores e consumidores.

De maneira geral, o Decreto n. 11.034/2022 busca fixar regras para os Serviços de Atendimento ao Consumidor, tornando-os mais eficientes. Afinal, deixar de dar efetividade ao SAC dentro dos parâmetros estabelecidos pela norma seria desvirtuá-lo de sua finalidade e inviabilizar os benefícios pretendidos.

Inicialmente, observa-se que o decreto se aplica apenas aos setores regulados pelo Poder Executivo Federal (*caput* do art. 1º, Decreto n. 11.034/2022), não abrangendo todos os Serviços de Atendimento ao Consumidor. Contudo, nada impede que as normas nele estabelecidas sejam utilizadas como referência de boas práticas em outros setores. Estão obrigatoriamente sujeitas ao decreto empresas de setores como distribuição de energia elétrica, telefonia e internet, TV por assinatura, bancos,

---

<sup>5</sup> THEODORO JÚNIOR, Humberto. *Direitos do Consumidor*. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2017, p. 50.

<sup>6</sup> PERES FILHO, José Augusto. *Direito do consumidor*. 2. ed. Rio de Janeiro: Método, 2022, p. 70.