

COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO

PROJETO DE LEI Nº 1.232, DE 2011

(Apenso: Projeto de Lei nº 1.933, de 2011)

Disciplina a venda eletrônica de produtos e serviços por meio de sítios de compra coletiva pela internet e estabelece critérios de funcionamento para essas empresas em todo País e dá outras providências.

Autor: Deputado João Arruda

Relator: Deputado Mandetta

I – RELATÓRIO

O Projeto de Lei em tela regula as vendas coletivas pela internet.

Define em seu art. 1º que as empresas de vendas coletivas pela internet deverão manter *call centers* para atendimento aos consumidores.

No art. 2º, estabelece que a empresa de vendas coletivas pela internet deverá ter sede e filial em território nacional, sendo obrigatória a identificação na primeira tela do sítio. A informação sobre a localização física da empresa também deverá aparecer na primeira página do sítio na internet conforme o art. 3º.

Regulam-se também as informações mínimas que devem estar contidas nas ofertas no art. 4º, com tamanho não inferior a 20% da letra da chamada para a venda, as quais serão:

I – Quantidade mínima de compradores para a liberação da oferta;

II – Prazo para a utilização da oferta por parte do comprador, que deverá ser de, no mínimo, 06 (seis) meses;

III – Endereço e telefone da empresa responsável pela oferta;

IV – Em se tratando de alimentos, deverá constar da oferta informações acerca de eventuais complicações alérgicas e outras complicações que o produto pode causar;

V – A informação acerca da quantidade de clientes que serão atendidos por dia e a forma de agendamento para a utilização da oferta por parte dos compradores;

VI – A quantidade máxima de cupons que poderão ser adquiridos por cliente, bem como os dias de semana e horários em que o cupom da oferta poderá ser utilizado.

O art. 5^o¹ define que se o número mínimo de participantes para a liberação da oferta não for atingido, a devolução dos valores pagos deverá ser realizada até 72 horas.

O art. 6^o garante que apenas quando expressamente autorizado pelo consumidor poderão as informações sobre ofertas e promoções serem enviadas a clientes pré-cadastrados por e-mail.

Conforme o art. 7^o os impostos de competência estadual e municipal serão recolhidos na sede das empresas responsáveis pelo fornecimento do produto ou serviço, independente da localização da sede do sítio responsável por sua veiculação.

O art. 8^o atribui responsabilidade solidária pela veracidade de informações publicadas tanto à empresa proprietária do sítio de vendas coletivas como ao estabelecimento ofertante. Assim, ambos respondem solidariamente por eventuais danos ao consumidor.

Por fim, o art. 8^o dispõe sobre a aplicação do Código de Defesa do Consumidor, no que couber, ao comércio coletivo eletrônico.

¹ Há um erro de numeração no projeto original que repete no que deveria ser o art.5^o, o art. 4^o. Prosseguimos o Relatório corrigindo este erro de numeração.

O Projeto de Lei nº 1.933, de 2011, apenso, é muito similar ao Projeto de Lei nº 1.232, de 2011. Apenas se destacam as seguintes quatro alterações procedidas no Projeto de Lei nº 1.922/11:

Define que as ofertas deverão conter informações com tamanho não inferior a 30% da letra da chamada para a venda, enquanto que no Projeto 1.232/11 o percentual é de 20%;

Não inclui obrigatoriedade de que a informação sobre a localização física da empresa apareça na primeira página do sítio na internet.

Esclarece que o recolhimento para a sede das empresas responsáveis pelo fornecimento do produto ou serviço inclui não apenas os impostos estaduais e municipais, como também os impostos federais;

Determina que a lei entre em vigor na data de sua publicação.

Além desta Comissão, as proposições foram distribuídas às Comissões de Finanças e Tributação, Defesa do Consumidor e Constituição e Justiça e de Redação. Não foram apresentadas emendas.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

Sucedi ao ilustre Deputado Carlos Roberto na honrosa tarefa de relatar esta importante proposição relativa à regulação de compras coletivas na internet. Cumpre lembrar que aquele relator organizou no âmbito desta Comissão importante audiência pública sobre as mudanças aqui propostas em 21/09/2011. Participaram os Srs. Danilo Doneda (Coordenador-Geral de Supervisão e Controle do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – DPDC da Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça – SDE/MJ), Luiz Cláudio de Pinho Almeida, Economista da Confederação Nacional do Comércio-CNC, Gerson Rolim, Consultor do Comitê de Compras Coletivas da Camara-e.net - Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico, Geraldo Guerra Júnior, Secretário Executivo do Fórum Nacional das Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor – FNECDC e Guilherme Rosa Varela, Advogado do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC.

No resgate do material produzido nesse evento pudemos contar com matéria-prima de inestimável importância para a profundidade de análise que este assunto merece.

Inicialmente, reputo como muito oportunas as proposições do Deputado João Arruda e Deputada Sueli Vidigal para a regulação das compras coletivas na internet.

Como toda a nova modalidade de comércio, são frequentes os eventos nos quais o consumidor desses sítios acaba frustrado em sua aquisição. E a causa desta frustração muitas vezes deriva diretamente da falta de informação sobre o que está sendo adquirido ou mesmo sobre as condições sob as quais ocorre a transação.

Não por outra razão que os projetos de lei em tela têm o seu foco voltado para a redução da assimetria de informação do consumidor relativamente às empresas de vendas coletivas. Afinal, para que uma transação gere ganho para ambas as partes, é fundamental que ambas saibam exatamente do que se trata o objeto da transação.

A correção de assimetrias de informação é justamente o objeto das proposições legislativas em comento. Ademais, acredito que ambos os projetos de lei endereçaram de forma bastante satisfatória este problema, definindo obrigações de disponibilizar informações tanto sobre a própria empresa quanto sobre as ofertas que estão sendo realizadas.

Algumas alterações, no entanto, são pertinentes, indicando ser desejável a elaboração de um Substitutivo. Assim, comento alguns pontos específicos que foram levantados na audiência pública e indico as mudanças procedidas, quando houver.

Primeiro, houve críticas à obrigatoriedade de manutenção de *call centers*, pois isso poderia alijar do negócio a maioria das empresas de vendas coletivas de menor porte e/ou que atuam em nichos específicos de mercado. Prosseguindo no argumento, afirma-se que o funcionamento dos *call centers* é regulamentado por legislação específica e, como tal, prevê estrutura e custos incompatíveis com o faturamento e margem de pequenos negócios.

A despeito de ser sempre muito favorável às pequenas e médias empresas, é certo que cada atividade econômica requer um mínimo de infra-estrutura disponível para que as transações econômicas possam se

processar de maneira satisfatória. É fato que a grande parte das transações com sítios de vendas coletivas prescindirão de atendimento por telefone para serem processadas. No entanto, não são raros os eventos em que o consumidor comete erros ou tem dúvidas que não podem ser resolvidos tão somente com base na interação com o software do sítio. Afinal, nem o mais completo dos sítios de vendas coletivas será capaz de corrigir todos os erros e sanar todas as dúvidas do consumidor. Especialmente quando se tratam de novas modalidades de transações comerciais, os índices de erros e/ou dúvidas tende a ser mais elevado do que nos tipos mais tradicionais de comércio presencial. A ausência de qualquer possibilidade de o consumidor interagir com uma pessoa por telefone pode dar lugar a danos irreparáveis para quem compra.

De nada adianta incentivar a criação de um sem número de sítios de vendas coletivos sem uma capacidade mínima de atendimento que viabilize um conjunto de transações que gere ganhos mútuos entre empresas e consumidores. Nesse sentido, me parece de suma importância manter a previsão de que os sítios mantenham serviço de atendimento telefônico que cumpram os requisitos definidos no Decreto Nº 6.523/08 que regula os *call centers*.

Segundo, houve questionamentos sobre a definição de um prazo mínimo para a utilização da oferta por parte do comprador de seis meses definido no inciso II do art. 4º do Projeto de Lei nº 1.232/11. O problema levantado diz respeito ao impacto que este dispositivo pode ter sobre o conceito do negócio “vendas coletivas na internet”. Isto inviabilizaria ofertas baseadas na oportunidade, por exemplo o oferecimento de diárias reduzidas em hotel durante baixa temporada, para o fomento desta atividade. De fato, a entrada na alta temporada pode ocorrer já na semana seguinte de uma oferta de baixa temporada. A obrigatoriedade de um prazo de seis meses inviabilizaria a oferta.

Sendo assim, enquanto faz sentido requerer do sítio de venda coletiva que reporte o prazo para a utilização da oferta, a definição de um mínimo qualquer parece constituir intervenção excessiva com prejuízo desnecessário.

Terceiro, também se questionou a obrigação de, no caso de alimentos, dispor de informações sobre eventuais complicações alérgicas e

outras. Argumentou-se que este tipo de considerações só poderiam ser realizadas por profissionais médicos capacitados e profissionalmente habilitados, não cabendo ao comerciante, presencial ou eletrônico, colocar este tipo de avisos. É totalmente similar à venda de medicamentos para os quais não cabe à farmácia a responsabilidade por alertar ao consumidor sobre este tipo de problema.

Por outro lado essa obrigação já consta das normas da ANVISA e Ministério da Agricultura, podendo criar duplicidade de entendimento e confundir o consumidor, sendo certo que as mesmas estarão sempre disponíveis para consulta do consumidor no próprio produto quando forem obrigatórias. Ademais, a quantidade de alimentos que podem causar complicações alérgicas e os fatores que as influenciam são bastante extensos.

Tendo em vista o exposto, o requerimento de informação sobre alimentos proposta no inciso IV do art. 4º do Projeto de Lei nº 1.232, de 2011 nos parece desnecessariamente oneroso.

Quarto, chamou-se a atenção ao fato que a maioria dos sítios de compras coletivas faz uso do sistema online de pagamento, que é realizado pelas administradoras de cartões de crédito, e por isso se sujeitam às suas regras. Conforme estas regras, geralmente impõe-se um prazo de cerca de 60 dias para estorno do valor da compra cancelada. Assim, para fazer cumprir a regra, definida no art. 5º do Projeto de Lei nº 1.232/11, os sítios de compra coletiva seriam obrigados a manter capital reserva para atender aos pedidos de devolução em tempo hábil. Para corrigir este problema, optei por remover o dispositivo.

Quinto, constata-se que várias empresas de compras coletivas exigem o e-mail do consumidor para a navegação no sítio. Porém, não é informada ao consumidor a finalidade da solicitação do e-mail, inclusive se está autorizando o envio de ofertas. Em muitos casos não são divulgados, em momento anterior ao pedido do e-mail, os termos de uso e a política de privacidade, o que pode significar a concordância compulsória do consumidor com cláusulas contratuais de que ele não tomou conhecimento. Há outras situações, ainda, em que os sítios, embora facultem ao consumidor a escolha de autorizar ou não o recebimento de ofertas publicitárias e comerciais por e-mail, o fazem através da opção "opt-out", na qual o usuário deve selecionar

(clicar no quadro) a opção de não receber as ofertas, e não selecionar a opção de recebê-las ("opt-in").

Torna-se importante, portanto, a manutenção do dispositivo que garante que as informações sobre ofertas somente poderão ser enviadas a clientes pré-cadastrados com expressa autorização para o recebimento das informações pelo e-mail. Mais do que isso, a redação proposta no Substitutivo garantiu que: i) a autorização apenas poderá ser solicitada pela empresa proprietária do sitio na internet de forma concomitante à primeira solicitação do e-mail do cliente, esclarecendo os termos de uso e política de privacidade; e ii) o usuário deve selecionar (clicar no quadro) a opção de receber as ofertas, sendo vedado apresentar esta opção já pré-marcada.

Sexto, faz sentido esclarecer a regra de recolhimento de impostos nas empresas fornecedoras do produto ou serviço. No entanto, não faz sentido limitar esta regra aos impostos estaduais e municipais, deixando de fora os federais. Neste ponto, a redação do projeto apenso da ilustre Deputada Sueli Vidigal é mais completo ao incorporar os impostos federais na regra.

Com base nessas análises, elaboramos o Substitutivo em anexo que submeto à apreciação de Vossas Senhorias.

Sala da Comissão, em 28 de março de 2012.

Deputado Mandetta
Relator