PROJETO DE LEI Nº , DE 2007

(Do Sr. GUILHERME CAMPOS)

Acrescenta parágrafo ao art. 39 da Lei nº 8.078, de 1990.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte § 2º, renumerando-se seu parágrafo único para § 1º:

"Art. 39. .....

§ 1º .....

§ 2º Não constitui prática abusiva a oferta a preço diferenciado de produto ou serviço, em função de a forma de pagamento ser em moeda corrente, cartão de crédito, cartão de débito, ou outra forma, desde que o consumidor seja prévia e adequadamente informado da existência de preço diferenciado.(NR)"

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A presente iniciativa justifica-se pela necessidade urgente de regulamentação da matéria, tendo em vista a crescente utilização do cartão de crédito ou débito como forma de pagamento de produtos e serviços.

86A836CA26

De acordo com dados da Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito, o Brasil é o 3º maior emissor mundial de cartões. Em fevereiro de 2006, havia um total de 344 milhões de cartões emitidos, sendo 174 milhões de cartões de débito, 69 milhões de cartões de crédito e 101 milhões de cartões de crédito de uso restrito, aqueles que só podem ser utilizados em uma única empresa. Os pagamentos efetuados por cartão totalizaram, em 2005, R$ 211 bilhões, sendo R$ 129 bilhões por cartão de crédito, R$ 60 bilhões por cartão de débito e R$ 22 bilhões por cartão de crédito de uso restrito.

Face a números tão expressivos, não nos resta dúvida sobre a necessidade de uma norma para regulamentar a matéria, tendo em vista que, na ausência de legislação sobre o assunto, alguns técnicos que atuam na área de defesa do consumidor e poucos juízes têm entendido que constitui prática abusiva a existência de preços diferenciados, quando o consumidor paga pelo produto ou serviço em moeda corrente ou em cartão de crédito. Assim, baseados nesses pareceres técnicos e nessas decisões equivocadas alguns Procons têm autuado e multado comerciantes por praticarem preços diferenciados, de acordo com a forma de pagamento.

A gravidade do assunto está vinculada ao extremo poder detido pelos Procons de impor multas de valores vultosos, que podem superar R$ 3.000.000,00 (três milhões de reais). Como não há padronização na forma de calcular o valor da multa, o fornecedor autuado fica à mercê da discricionariedade da autoridade de plantão e sujeito, portanto, a ser multado em um valor milionário. Se considerarmos, em acréscimo, o elevado custo da defesa judicial de uma multa vultosa, a demora da justiça em decidir a questão, a incerteza gerada pela situação, podemos afirmar que os Procons conseguem impor um determinado comportamento à imensa maioria de fornecedores, mesmo na ausência de legislação que obrigue esses fornecedores a adotarem esse tal comportamento. Isto é, na ausência de lei que obrigue os fornecedores a praticar o mesmo preço nas vendas a dinheiro ou no cartão, alguns Procons os obrigam a praticar o preço único, mediante a ameaça de impor multas milionárias sobre aqueles que ousam discordar de sua interpretação da norma legal. Dessa forma, os Procons têm agido de modo truculento, têm ultrapassado os limites do Código de Defesa do Consumidor e ido além da lei, ao autuar fornecedores sem fundamento legal.

Um dos argumentos utilizados para a imposição das multas é que a prática de preço diferenciado não se justifica porque a venda a cartão

86A836CA26

seria equiparável a uma venda à vista, assim o preço no cartão deveria ser obrigatoriamente igual ao preço à vista. Na verdade, em relação a esses preços, se, por um lado, nenhuma lei impede que sejam iguais, por outro, nenhuma lei obriga a que eles sejam iguais. De fato, não existe legislação sobre o assunto. A decisão de praticar preços iguais ou diferenciados é uma decisão de comercialização e cabe unicamente ao fornecedor, até mesmo por força de disposições constitucionais. No entanto, quando tratamos da diferença entre venda no cartão e venda à vista podemos afirmar que são diferentes entre si e que existem regras claras sobre o assunto. Infelizmente, para distinguir uma da outra não basta o conhecimento da ciência jurídica, comum aos jurisconsultos e magistrados, é imprescindível o conhecimento da ciência contábil, e talvez seja o desconhecimento da ciência contábil a explicação para o equívoco de considerar paritárias as vendas à vista e no cartão.

Quando temos uma venda à vista, a moeda corrente ingressa na conta “Caixa” da empresa e fica imediatamente disponível para utilização. Na venda a cartão, a moeda corrente somente ingressa no caixa da empresa e fica disponível, em média, 30 dias após a venda. Assim, quando ocorre uma venda à vista, debita-se a conta “Caixa”, ao passo que, quando ocorre uma venda a cartão debita-se a conta “Contas a receber” e, apenas 30 dias após, quando a administradora do cartão repassar o dinheiro, creditar-se-á a conta “Contas a receber” e debitar-se-á a conta “Caixa”, tornando o numerário verdadeiramente disponível. Como fica claro, é impossível afirmar que a venda no cartão é uma modalidade de venda à vista, sob pena de violação de dois, dentre os sete princípios fundamentais da ciência contábil, a saber, o da competência e o da oportunidade. Em conseqüência, a empresa que contabilizar como à vista as vendas feitas no cartão poderá ter seus registros contábeis impugnados por quem de direito e glosados pelo fisco, tendo em vista a impropriedade dos lançamentos das vendas a cartão. Logo, a argumentação de que os preços à vista e no cartão devem ser iguais porque a venda no cartão é uma modalidade de venda à vista não se sustenta, posto que, como demonstrado, a venda à vista e no cartão são intrinsecamente diferentes entre si.

Outro raciocínio desenvolvido pelos jurisconsultos dos Procons para multar os que ousam estabelecer preços livremente, conforme nos garante a Constituição, é que a prática de preços diferenciados implicaria prática abusiva porque repassaria para o consumidor os custos das conveniências que o cartão de crédito ou débito proporciona ao fornecedor, caracterizando, dessa

86A836CA26

forma, a elevação sem justa causa de preço; a exigência de vantagem manifestamente excessiva; e afronta ao princípio da boa-fé. Como veremos adiante esses raciocínios, igualmente, não se sustentam.

É notório que as administradoras de cartão de crédito cobram dos comerciantes taxas em torno de 5% sobre o valor da venda, o que eleva o custo da operação de venda e, indubitavelmente, implica uma elevação significativa no custo final do produto ou serviço, enquanto que na venda a dinheiro não há incidência dessa taxa, pois não se utiliza os serviços da administradora do cartão. Assim, podemos afirmar, sem sombra de dúvida, que os produtos e serviços vendidos mediante o cartão de crédito ou débito têm, para o fornecedor, um custo maior do que aqueles que são vendidos a dinheiro. Poderíamos nos delongar no detalhamento das operações contábeis e fiscais envolvidas na apuração dos custos, mas consideramos desnecessário, haja vista que qualquer pessoa de bom senso pode admitir que se o produto A tem um custo final mais baixo do que o produto B, esse produto A pode ser vendido por um preço mais baixo do que o produto B. Da mesma forma, se o custo do produto B é mais elevado, é razoável que seja ofertado por um preço mais elevado. O que queremos demonstrar com esse raciocínio é que a elevação dos custos constitui justa causa para a elevação do preço de venda e que, portanto, não constitui prática abusiva contra o consumidor elevar o preço de venda, quando houver elevação no preço de custo do produto ou serviço, como resultado de o pagamento da mercadoria ter sido feito com a utilização do cartão.

Devemos também refutar a interpretação equivocada do Código de Defesa do Consumidor no que diz respeito a exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva e a afrontar o princípio da boa-fé, quando da existência de preço diferenciado. Para tanto, é necessário bem compreender em que consiste o serviço oferecido pelas administradoras de cartão de crédito.

Basicamente, a administradora fornece ao consumidor, mediante o pagamento de uma anuidade, um cartão magnético que o identifica e o vincula à administradora; utilizando esse cartão, o consumidor pode adquirir produtos e serviços nos estabelecimentos conveniados e pagar por eles, diretamente à administradora, em média, 30 dias após a compra. As principais vantagens para o consumidor são:

- Poder adquirir produtos e serviços mesmo que não disponha de dinheiro em caixa ou em conta corrente

86A836CA26

bancária, pois só pagará por eles, em média, 30 dias após a compra;

- Auferir rendimentos no mercado financeiro por 30 dias, em média, sobre o valor da compra efetuada, pois a obrigação de saldá-la fica adiada pelo mesmo prazo;.

- Dividir o pagamento em parcelas com ou sem incidência de juros;

- Obter vantagens em programas de incentivo ao uso do cartão, como os programas de milhagem nas companhias aéreas.

- Não estar obrigado a portar moeda corrente consigo, o que aumenta sua segurança pessoal e a de seu patrimônio;

- Estar desobrigado de liquidar o total da fatura do cartão no dia do vencimento, pois pode financiar esse valor e pagá-lo em parcelas, com incidência de juros.

As principais vantagens para o fornecedor que efetua vendas pelo cartão são:

- A troca do risco de inadimplência do consumidor pelo risco de inadimplência da administradora do cartão, que sem dúvida é menor, proporcionando menor risco de inadimplência.;

- Não ser obrigado a manter grandes somas em dinheiro no caixa, o que aumenta sua segurança pessoal e a de seu patrimônio;

Como se vê, a venda no cartão traz benefícios para ambas as partes. Ousaríamos afirmar que traz mais benefícios para o consumidor do que para o fornecedor. No entanto, esses benefícios têm custos; a anuidade paga pelo consumidor, as taxas pagas pelo fornecedor, bem como o adiamento no recebimento do dinheiro pelo fornecedor.

86A836CA26

Considerando que o consumidor que paga em cartão aufere os benefícios listados acima, enquanto o consumidor que paga em dinheiro não aufere benefício nenhum, não há que se falar em exigir vantagem manifestamente excessiva quando o fornecedor cobra um preço maior daquele que paga com cartão, pois a diferença de preço a maior corresponde a uma série de benefícios. Entretanto, cobrar o mesmo preço de quem paga em cartão e de quem paga em dinheiro é sonegar àquele que paga em dinheiro os mesmos benefícios concedidos a quem paga em cartão, isso sim, evidentemente, caracteriza a exigência de vantagem manifestamente excessiva. Outro aspecto relevante a ser considerado é que a decisão de pagar com dinheiro ou cartão de crédito é exclusivamente da alçada do consumidor. Assim, se ele decide pagar com cartão de crédito para obter os benefícios oferecidos por essa modalidade de pagamento é justo que lhe seja cobrado o custo desses benefícios, uma vez que é o beneficiário. Da mesma forma, se decide pagar em dinheiro, abrindo mão dos benefícios, é razoável que faça jus a um desconto no preço, pois não é beneficiário de nada. Assim, podemos afirmar que a prática de preços diferenciados promove o equilíbrio nas relações de consumo, tanto entre fornecedor e consumidor quanto entre os consumidores que utilizam e os que não utilizam cartão de crédito, ou seja, entre os que gozam das vantagens inerentes ao uso do cartão e os que não gozam.

Quanto a afrontar o princípio da boa-fé, realmente a exigência de acréscimo no preço para aceitar o pagamento em cartão afronta o princípio da boa-fé sempre que o consumidor não estiver prévia e adequadamente informado sobre esse fato, isto é, se o fornecedor oferecer um produto ou serviço por um determinado preço, mas, apenas no momento da cobrança, informar o consumidor de que o pagamento em cartão só será aceito mediante um acréscimo de x por cento. Sem dúvida, esse tipo de procedimento significará constrangimento ao consumidor e afrontará o princípio da boa-fé. No entanto, se o fornecedor informar prévia e adequadamente o consumidor da existência de preço diferenciado, não há que se falar em quebra do princípio da boa-fé. Por essa razão, a presente iniciativa condiciona a existência de preço diferenciado à prévia e adequada informação ao consumidor.

Cabe ainda comentar que, em alguns contratos celebrados entre administradoras de cartão de crédito e comerciantes, existe uma cláusula pela qual o comerciante se obriga a vender no cartão pelo mesmo preço da venda à vista. Nesse caso, o comerciante é obrigado a aceitar essa cláusula ilegal, pois

86A836CA26

consta de contrato de adesão, em que é impossível negociar cada uma das cláusulas. Trata-se, todavia, de imposição inócua das administradoras de cartão, que não assegura a inexistência de preço diferenciado, porque nenhum fornecedor está obrigado a cumpri-la, posto que é flagrantemente ilegal. Trata-se de cláusula que infringe a ordem econômica, por limitar a concorrência e a livre iniciativa mediante a obtenção de conduta comercial uniforme entre concorrentes, infringindo os arts. 20, inciso I, e 21, inciso II, da Lei nº 8.884, de 11 de junho de 1994, conhecida como Lei de Defesa da Concorrência.

Faz-se mister ressaltar que o alcance da presente iniciativa não se limita a clarear o texto do Código de Defesa do Consumidor e restaurar a obediência aos princípios constitucionais da livre iniciativa, da defesa do consumidor e da defesa da concorrência, consagrados no art. 170 de nossa Carta Magna, tampouco se limita a repudiar a intervenção indevida do Estado no domínio econômico e na liberdade de preços, mas vai além, porque busca promover a justiça social.

Talvez o efeito mais relevante a ser produzido pelo presente projeto de lei seja por termo à conseqüência mais danosa da impossibilidade de ofertar produtos e serviços por preço diferenciado em função da forma de pagamento, qual seja, obrigar os pobres e miseráveis a subsidiarem as compras que os mais abastados fazem com cartão.

Conforme já demonstrado, quando a venda é feita com cartão, o fornecedor incorre em uma despesa que não existe quando a venda é feita a dinheiro, pois fica obrigado a pagar uma taxa perto de 5% para a administradora do cartão (para efeito do exemplo a seguir, desconsideraremos outros custos decorrentes da venda no cartão). Assim, quando determinado produto ou serviço tem um custo de R$ 70,00 e é vendido por R$ 100,00, mediante pagamento em dinheiro, essa operação contribuirá com R$ 30,00 para o resultado da empresa, enquanto que se o pagamento for feito com cartão, a contribuição para o resultado será de R$ 25,00, porque R$ 5,00 serão destinados à remuneração da administradora do cartão. É, portanto, inegável que, em se praticando um preço único, quem compra a dinheiro proporciona maior resultado ao fornecedor do que quem compra com cartão. Diante desse fato contábil irrefutável é forçoso concluir que a imposição do preço único penaliza os mais pobres, que não portam cartão de crédito.

86A836CA26

Ora, se o fornecedor contenta-se em ter um resultado de R$ 25,00 na venda que faz ao portador de cartão, porque deve ser obrigado a obter um resultado de R$ 30,00 na venda que faz a dinheiro? Por que deve ser impedido de conceder um desconto a quem se dispõe a pagar em dinheiro? Com absoluta certeza, muitos consumidores gostariam de economizar esses R$ 5,00 que o fornecedor pode conceder de desconto sem reduzir seu resultado.

A imposição do preço único torna-se menos lógica e mais cruel na medida em que os consumidores que pagam suas contas em dinheiro são a grande maioria dos brasileiros que não possui renda suficiente para obter um cartão de crédito e desfrutar de seus benefícios; são aqueles que só conseguem comprar arroz, feijão, sal, óleo, farinha e, talvez um pouco de carne de segunda, a dinheiro. Com absoluta certeza, esses consumidores mais pobres gostariam de economizar esses 5% que o fornecedor pode lhes conceder de desconto. Temos certeza também de que a imensa maioria dos fornecedores ficaria muito feliz em poder repassar para o consumidor esses 5% que entregaria para a administradora se o pagamento fosse no cartão e, dessa forma, aumentar suas vendas, mas, atualmente, é impedido de fazê-lo, pois seria multado pelo Procon.

A imposição do preço único equivale à imposição de um pedágio que obriga o comerciante e o prestador de serviços a cobrar do consumidor a remuneração devida à administradora de cartão, mesmo quando ela não participa da venda. Como não existe a opção de o consumidor obter desconto pelo pagamento em dinheiro, ele é induzido a pagar com o cartão, pois ao cartão estão associadas diversas vantagens. Assim, valendo-se do artifício do preço único, as administradoras de cartão conseguem realizar mais negócios e aumentar seus já polpudos lucros.

Se atentarmos para o fato de que a administradora de cartão exerce a posição de fornecedor, tanto na relação de consumo que mantém com o comerciante ou prestador de serviço, quanto na relação de consumo que mantém com o usuário do cartão, e que ela é a maior beneficiária da imposição do preço único, somos forçados a concluir que as autoridades de defesa do consumidor, ao impor a obrigatoriedade do preço único, defendem os interesses dos fornecedores e dos consumidores mais abastados, com evidente prejuízo dos consumidores mais pobres, a despeito de sua missão incontestável de defender

86A836CA26

os consumidores mais vulneráveis. Urge que os Procons parem de atropelar a lei e defendam os interesses dos consumidores mais vulneráveis.

Se fosse facultado ao fornecedor conceder ao consumidor o desconto devido, sempre que a administradora de cartão de crédito não participa da operação de venda, seria possível elevar em pelo menos 5% o poder de compra de dezenas de milhões de cidadãos brasileiros pobres e miseráveis que não utilizam os serviços das administradoras de cartão para saldar suas dívidas, o que não seria pouca coisa.

Aprovar o presente projeto de lei significa confirmar e defender os pilares constitucionais sobre os quais se funda nossa ordem econômica: a livre iniciativa, a defesa da concorrência, a defesa do consumidor e, sobretudo, o pilar mais importante de todos, a justiça social.

Pelas razões expostas, contamos com o apoio dos nobres Pares para a aprovação do presente projeto de lei.

Sala das Sessões, em de de 2007.

Deputado GUILHERME CAMPOS

86A836CA26