



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

## **PROJETO DE LEI N.º 5.327, DE 2005** **(Do Sr. Fernando de Fabinho)**

Dispõe sobre a obrigatoriedade de concessão de desconto para o pagamento à vista e dá outras providências.

**DESPACHO:**

APENSE-SE AO PL 1.299/1991

**APRECIÇÃO:**

Proposição sujeita à apreciação do Plenário

**PUBLICAÇÃO INICIAL**

Art. 137, *caput* - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica assegurado desconto sobre o preço cobrado em pagamento com cartão de crédito, não inferior à taxa mensal equivalente à meta da taxa Selic em vigor, nos pagamentos à vista, em estabelecimentos que aceitem aquele instrumento para a liquidação das despesas.

Art. 2º Nas ofertas de produtos ou serviços com pagamento a prazo, cujo montante resultante do somatório das prestações seja igual ao valor à vista anunciado, fica assegurado o pagamento de valor à vista real.

§ 1º Para os fins desta lei, o valor à vista real será, no máximo, equivalente à soma das prestações trazidas a valor presente pela taxa mensal equivalente à meta da taxa Selic em vigor.

§ 2º Nos casos em que o valor à vista anunciado seja superior ao valor à vista real, conforme cálculo definido no § 1º, fica assegurado ao consumidor o direito de pagamento do valor à vista real.

Art. 3º O não cumprimento do disposto nesta Lei sujeita o infrator às penalidades previstas no art. 66, da Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 4º Esta lei entra em vigor 90 (noventa) dias após a sua publicação.

## **JUSTIFICAÇÃO**

Iniciamos a nossa discussão com um tópico polêmico: é justo aquele que paga à vista arcar com os custos cobrados pelas administradoras e pelas credenciadoras/adquirentes de cartões de crédito?

Há muito tempo, o usuário de cartão de crédito está sendo defendido quando não se aceita a cobrança de taxas adicionais, por ocasião de sua utilização. De acordo com a teoria do “justo paga pelo pecador”, a visão do brasileiro

tem sido a de que aquele que paga com cartão deve pagar o mesmo custo daquele que paga à vista, seja em dinheiro ou cheque.

Nesse sentido, se as administradoras e credenciadoras/adquirentes de cartões de crédito nada cobrassem dos comerciantes, tudo estaria resolvido. Contudo, como essas empresas precisam dar lucro, espera-se que cobrem dos varejistas para administrar a operação. Na seqüência, esses lojistas não podem simplesmente internalizar esse custo, repassando-o ao consumidor. Registre-se que para os pequenos comerciantes, o desconto sobre o valor da venda gira em torno dos 4,5%. Grandes estabelecimentos conseguem negociações mais vantajosas, dado o seu volume de negócios.

Outro custo para o comerciante é o prazo mínimo de trinta dias para o recebimento do valor descontado. Traduzindo: em uma venda de R\$ 100,00 à vista, o comerciante recebe R\$ 95,50, após trinta dias.

A pergunta é: quem deve pagar esses 4,5%? O cliente que paga à vista? O comerciante deve dividir esses 4,5% entre todos? Quem arca com o custo financeiro entre a aquisição do produto e o pagamento da empresa de cartão de crédito? Alguém pode sugerir que o lojista deve arcar com o custo. A justiça aponta para o usuário do cartão. Afirmamos isso porque é ilusão imaginar que o varejista vá reduzir sua margem. Certamente, esse custo será imputado a todos os consumidores.

Esse resultado é economicamente incorreto, uma vez que favorece dois segmentos: o de usuários de cartões de crédito e as administradoras e credenciadoras/adquirentes desses cartões.

Quando se atribui o custo a quem o gera, estamos tornando o País mais justo e fazendo com que as administradoras e credenciadoras/adquirentes de cartões de crédito cobrem um valor justo, compatível com a disposição a pagar dos usuários de cartões e não um valor subsidiado, resultado da divisão desses custos por todos os clientes do estabelecimento.

No que se refere às prestações sem juros, voltamos a questionar nossos nobres Pares: quem acredita em dez meses sem juros? Seria viável crer em tal proposta num país que paga quase 20% ao ano, a título de

remuneração de seus títulos públicos? Se o melhor pagador do País, que é o Tesouro Nacional, está sendo onerado com essa taxa exorbitante, como um consumidor pode imaginar que está sendo agraciado com **taxa de juros “zero”**?

Com certeza, as ofertas de vendas a prazo sem juros nada mais são do que venda casada de crédito. O consumidor, na impossibilidade de pagar à vista com desconto, agindo racionalmente, vê-se forçado a parcelar a aquisição do produto, pagando, assim, implicitamente os juros cobrados pelo comerciante.

Por outro lado, a comparação entre preços à vista também torna-se mais difícil, uma vez que o consumidor defronta-se, em uma loja, com um preço “à vista” dividido em “*n*” parcelas; enquanto, na outra loja, o preço está livre de juros, porém, o lojista não aceita parcelamento. Assim, são necessários cálculos financeiros para que o cliente possa entender – quase sempre com muita dificuldade - quanto de juros estão embutidos naquele preço “à vista”.

Dessa forma, propomos que seja reduzido, no caso de a soma das prestações ser igual ao valor à vista, montante resultante da aplicação da taxa Selic equivalente ao período das prestações.

Por fim, julgamos importante o estabelecimento de penalidade ao descumprimento das disposições aqui defendidas, com a finalidade de fazer valer a intenção do legislador. De modo a adequar ao arcabouço legal vigente no País, recorreremos ao tipo penal previsto no artigo 66 da Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, levando em conta que tal artigo guarda semelhança ao fato que ora intentamos coibir.

Assim, solicito o apoio dos nobres Colegas no sentido de que este projeto de lei venha a tornar-se um instrumento de igualdade nas relações de consumo no Brasil.

Sala das Sessões, em 31 de maio de 2005.

Deputado FERNANDO DE FABINHO

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA  
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI**

**LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990**

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

.....

**TÍTULO II  
DAS INFRAÇÕES PENAIS**

.....

Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços:

Pena - Detenção de 3 (três) meses a 1 (um) ano e multa.

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta.

§ 2º Se o crime é culposo:

Pena - Detenção de 1 (um) a 6 (seis) meses ou multa.

abusiva: Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou

Pena - Detenção de 3 (três) meses a 1 (um) ano e multa.

Parágrafo único. (Vetado).

.....

.....