



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 2.017, DE 2015

(Do Sr. Fábio Mitidieri)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que "dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, com a finalidade de proibir a venda de produto não disponível em estoque e penalidades".

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-6369/2013.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Os art. 39 e o art. 66 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passam a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 39.....

.....

XIV – comercializar produto não disponível em estoque, sem informar adequadamente o consumidor.”

“Art. 66.....

.....

§ 1º.....

§ 2º Quem oferecer, expor à venda, ou comercializar produto que não possui em estoque, sem comprovadamente informar, no prazo de 10 dias da celebração da compra do produto, ou entregar produto de origem diversa daquela oferecida ao consumidor final:

Pena – multa de 30% sobre o valor do produto.

§ 3º Incide nas mesmas penas do § 2º o comerciante que, após informar o consumidor, não adquirir os produtos para posterior comercialização.

§ 4º Se o crime é culposo:

Pena – multa de 5% sobre o valor do produto.”

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

JUSTIFICAÇÃO

Uma prática ainda frequente e muito lesiva aos consumidores é a venda de produtos não disponíveis em estoque. Trata-se de prática comum, seja no comércio tradicional, quanto no *on-line*. Muitas vezes, por má-fé, os varejistas se utilizam de tal expediente no intuito de atrair o cliente para a loja com propagandas enganosas sobre os preços baixos dos produtos em tese ofertados. No entanto, quando do momento da compra, lojista informa a indisponibilidade de estoque e

passa a oferecer produtos “similares” a preços mais elevados. De forma análoga, há casos em que se verifica a realização da transação, mas não a entrega do produto, frustrando as expectativas do cliente.

Em nosso entendimento, a prática contraria um dos direitos básicos do consumidor, dispostos pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), art. 6º, inciso IV, *in verbis*:

“Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

.....
*IV – a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou **desleais.**” (grifo nosso)*

Apesar da regulação do CDC ao tipificar a prática desleal, conforme descrito nessa justificativa, consideramos conveniente criar maiores limites à conduta acima mencionada mediante o estabelecimento de punições mais severas. Com isso, o descumprimento da norma proposta sujeitará os infratores as penalidades dispostas pelo art. 66 com as alterações propostas.

Pelo acima exposto, contamos com o apoio dos Nobres Colegas para a aprovação de nosso Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 18 de junho de 2015.

Deputado FÁBIO MITIDIERI
PSD/SE

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL Seção de Legislação Citada - SELEC
--

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 I DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO III DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; [*\(Inciso com redação dada pela Lei nº 12.741, de 8/12/2012, publicada no DOU de 10/12/2012, em vigor 6 meses após a data de publicação\)*](#)

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX - (VETADO);

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

CAPÍTULO V DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

Seção IV Das Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: [*\(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994\)*](#)

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; [*\(Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994\)*](#)

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. [*\(Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994\)*](#)

XI - *Dispositivo acrescido pela Medida Provisória nº 1.890-67, de 22/10/1999, transformado em inciso XIII, em sua conversão na Lei nº 9.870, de 23/11/1999*

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995\)*](#)

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. [*\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.870, de 23/11/1999\)*](#)

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.

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 três meses a um ano e multa.

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

§ 2º Se o crime é culposos;

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

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

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO
