



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

## **PROJETO DE LEI N.º 1.232-C, DE 2011** **(Do Sr. João Arruda)**

Disciplina a venda eletrônica coletiva de produtos e serviços através de sítios na internet e estabelece critérios de funcionamento para essas empresas; tendo parecer: da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, pela aprovação deste e dos de nºs 1933/11, 3405/12 e 3463/12, apensados, com substitutivo (relator: DEP. RENATO MOLLING); da Comissão de Defesa do Consumidor, pela aprovação deste e dos de nºs 1933/11, 3405/12 e 3463/12, apensados, na forma do Substitutivo da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (relator: DEP. SÉRGIO BRITO); e da Comissão de Finanças e Tributação, pela não implicação da matéria com aumento ou diminuição da receita ou da despesa públicas, não cabendo pronunciamento quanto à adequação financeira e orçamentária, no mérito, pela aprovação deste e dos de nºs 1933/11, 3405/12 e 3463/12, apensados, na forma do Substitutivo da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio (relator: DEP. LEONARDO QUINTÃO).

### **DESPACHO:**

ÀS COMISSÕES DE  
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO;  
DEFESA DO CONSUMIDOR;  
FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO (MÉRITO E ART. 54, RICD) E  
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

### **APRECIÇÃO:**

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

## SUMÁRIO

I - Projeto inicial

II - Projetos apensados: 1933/11, 3405/12 e 3463/12

III - Na Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio:

- Parecer do relator
- Substitutivo oferecido pelo relator
- Parecer da Comissão
- Substitutivo adotado pela Comissão

IV - Na Comissão de Defesa do Consumidor:

- Parecer do relator
- Parecer da Comissão

V - Na Comissão de Finanças e Tributação:

- Parecer do relator
- Parecer da Comissão

O Congresso Nacional aprovou e, EU, Presidente da República sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º - As empresas que exploram o comércio eletrônico de vendas coletivas, através da *internet* deverão manter serviço telefônico de atendimento ao consumidor, gratuito e de acordo com as normas de funcionamento dos chamados *call centers*;

Art. 2º - A hospedagem dos sítios de venda coletiva eletrônica deverá ser de responsabilidade de empresa com sede ou filial em território nacional, sendo obrigatória a identificação, na primeira tela do sítio a informação acerca da empresa responsável pela hospedagem da página eletrônica;

Art. 3º - As informações sobre a localização da sede física do sítio de vendas coletivas deverá aparecer, nos moldes do artigo anterior, na página principal do endereço da empresa na internet;

Art. 4º - As ofertas deverão conter no mínimo, as seguintes informações em tamanho não inferior a vinte por cento da letra da chamada para a venda:

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;

Art. 4º - Caso o número mínimo de participantes para a liberação da oferta não seja atingido, a devolução dos valores pagos deverá ser realizada até 72 (setenta e duas) horas;

Art. 5º - As informações sobre ofertas e promoções somente poderão ser enviadas a clientes pré-cadastrados através do sítio, contendo expressa autorização para o recebimento das informações em sua conta de correio eletrônico;

Art. 6º - Os impostos de competência Estadual e Municipal serão recolhidos na sede das empresas responsáveis pelo fornecimento do produto ou do serviço, independentemente da localização da sede do sítio responsável pela sua veiculação;

Art. 7º - Serão responsáveis pela veracidade das informações publicadas a empresa proprietária do sítio de vendas coletivas e o estabelecimento ofertante, respondendo solidariamente por eventuais danos causados ao consumidor;

Art. 8º - Aplica-se ao comércio coletivo eletrônico, no que couber, o disposto no Código de Defesa do Consumidor.

### **JUSTIFICATIVA**

A comércio virtual de “compras coletivas” é fato novo. O Brasil assiste a este fenômeno com intensidade desde 2010 e, até o presente momento, nada foi feito para que essa atividade tivesse uma regulamentação, no sentido de proteger o consumidor.

É de suma importância que o vínculo criado entre os sites de compra coletiva, estabelecimentos e consumidores seja transparente. Conforme propomos com o presente Projeto de Lei, o público alvo – consumidor – deve ser informado acerca das condições e detalhes dos produtos e serviços oferecidos, quais as regras para a sua utilização e entrega, enfim, todas as informações necessárias a permitir uma escolha consciente entre participar ou não da ação programada.

É evidente que a modalidade é uma inovação do *marketing*, transformando altos valores gastos em publicidade na TV e no Rádio em ações diretas, oferecendo ao consumidor uma relação próxima ao produto, um “test-drive”, que é feito diretamente no estabelecimento, a preços sempre muito competitivos.

Esta inovação, por suas características, é muito salutar, desde que sejam observadas algumas regras simples, que visam proteger o consumidor final, que ao adquirir os produtos e serviços ofertados por estas empresas, está se inserindo em uma grande ação mercadológica e precisa estar ciente disso.

Dessa forma, requer-se a apreciação e aprovação do presente projeto, como forma de dar segurança ao consumidor envolvido nessa atividade comercial.

Brasília, 04 de maio de 2011.

**João Arruda – PMDB/PR**

**Deputado Federal**

# PROJETO DE LEI N.º 1.933, DE 2011

## (Da Sra. Sueli Vidigal)

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.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL 1232/2011.

O **Congresso Nacional** decreta:

Art. 1º - As empresas que exploram o comércio eletrônico de vendas coletivas por meio da internet deverão manter serviço telefônico de atendimento ao consumidor gratuito e de acordo com as normas de funcionamento dos chamados “call centers”.

Art. 2º - É de responsabilidade de empresa com sede ou filial em território nacional a hospedagem dos sítios de venda coletiva eletrônica, sendo obrigatória a identificação, na primeira tela do sítio, de informação acerca da empresa responsável pela hospedagem da página eletrônica.

Art.3º - As ofertas deverão conter, no mínimo, as seguintes informações em tamanho não inferior a 30% (trinta por cento) da letra da chamada para a venda:

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, seis meses;

III- endereço e telefone da empresa responsável pela oferta;

IV- 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;

V- em se tratando de alimentos, deverá constar da oferta informações acerca de eventuais complicações alérgicas e outras complicações que o produto pode causar;

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.

Art.4º - Caso o número mínimo de participantes para a liberação da oferta não seja atingido, a devolução dos valores pagos deverá ser realizada em até setenta e duas horas.

Art.5º - As informações sobre ofertas e promoções somente poderão ser enviadas a clientes pré-cadastrados por meio do sítio, com a expressa autorização para o recebimento das informações em sua conta de correio eletrônico.

Art.6º - Os impostos competentes das esferas correspondentes serão recolhidos na sede das empresas responsáveis pelo fornecimento do produto ou do serviço, independentemente da localização da sede do sítio responsável por sua veiculação.

Art.7º - Serão responsáveis pela veracidade das informações publicadas a empresa proprietária do sítio de vendas coletivas e o estabelecimento ofertante, respondendo solidariamente por eventuais danos causados ao consumidor.

Art.8º - Aplica-se ao comércio coletivo eletrônico, no que couber, o disposto no Código de Defesa do Consumidor.

Art.9º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação

## JUSTIFICATIVA

O objetivo deste projeto é trazer transparência para o setor de compras coletivas via internet, recém-criado no País.

O comércio virtual de compras coletivas é fato novo. O Brasil assiste a esse fenômeno com intensidade desde 2010 e, até a presente data, nada foi feito para que essa atividade tivesse uma regulamentação, a fim de proteger o consumidor. É de fundamental importância que o vínculo criado entre os “sites” de compra coletiva, estabelecimentos e consumidores sejam transparentes.

O consumidor que é o público alvo deve ser informado acerca das condições e detalhes dos produtos e serviços oferecidos, quais as regras para a sua utilização e entrega, enfim, todas as informações necessárias a permitir uma escolha consciente entre participar ou não da ação programada.

A modalidade é uma inovação do “marketing”, transformando altos valores gastos em publicidade, na TV e no rádio em ações diretas, oferecendo ao consumidor uma relação próxima ao produto, que é feito diretamente no estabelecimento, a preços sempre muito competitivos.

É salutar a inovação por suas características, desde que sejam observadas algumas regras simples, que visam proteger o consumidor final, que, ao adquirir os produtos e serviços ofertados por estas empresas, está se inserindo em uma grande ação mercadológica e precisa estar ciente disso.

Visando dar segurança ao consumidor envolvido nessa atividade comercial, conto com o apoio dos nobres pares para aprovação do projeto.

Sala das Sessões, 03 de Agosto de 2011.

**SUELI VIDIGAL**  
Deputada Federal – PDT/ES

## **PROJETO DE LEI N.º 3.405, DE 2012** **(Do Sr. Ângelo Agnolin)**

Obriga os sítios de compra coletiva a oferecerem um direcionador para o código de defesa do consumidor.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL 1232/2011.

**O Congresso Nacional decreta:**

Art. 1º Esta lei modifica a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, obrigando os sítios de internet a oferecerem informações sobre os direitos do consumidor no caso de compras coletivas.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar aditada do seguinte artigo:

“Art. 35–A. Os serviços de intermediação para aquisição de produtos ou serviços com descontos por quantidade (compra coletiva) ficam obrigados a informar com precisão as condições de oferta da mercadoria e os prazos de entrega praticados, nas seguintes condições, sem prejuízo das demais disposições desta lei:

I – a apresentação de oferta para adesão implica responsabilidade do intermediário com as condições estatuídas, sendo obrigatória a informação do preço, dos dados do fornecedor, das condições de fornecimento e de eventuais restrições de atendimento;

II – as especificações técnicas ou de qualidade de produto ou serviço, constantes de publicidade, de dados fáticos ou de impressos comerciais anteriormente divulgados pelo fornecedor, aplicam-se integralmente à oferta coletiva;

III – serão previamente informados os critérios para a formação de grupos, as regras de preferência no atendimento e os limites mínimo e máximo de participantes para consecução da oferta, devendo o intermediário manter lista de precedência dos pedidos, com data e hora de recebimento e atendimento e motivação para exclusões de consumidores do grupo;

IV– os sítios de internet utilizados para a formação de grupos e realização de transações coletivas fornecerão um direcionador (“link”) para o texto integral desta lei.”

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

## **JUSTIFICAÇÃO**

Os sítios de compra coletiva tornaram-se uma realidade nos últimos anos, oferecendo ao consumidor a oportunidade de obter descontos expressivos sobre o preço de bens e serviços, ao associar-se a outros interessados e realizar a compra em grandes volumes.

É certamente uma inovação muito bem vinda, que dá maior dinâmica ao mercado e assegura ganhos expressivos a todos os envolvidos. O consumidor paga menos pela mercadoria e eleva seu excedente. E o fornecedor, ao

atender um volume maior de clientes e receber um pagamento antecipado, reduz seus custos e seus riscos, ao mesmo tempo em que se beneficia da divulgação alcançada.

Essas operações, no entanto, não estão isentas de problemas. A negociação posterior da entrega do bem ou do atendimento contratado pode levar a conflitos entre as partes. O comprador, portanto, deve ter à sua disposição o maior número possível de informações acerca do que está contratando e dos direitos que lhe são assegurados pela lei.

Com esta iniciativa, pretendemos garantir que essa prerrogativa fique plenamente atendida, melhorando a qualidade do atendimento oferecido pelos sítios de venda coletiva. Estaremos oferecendo, assim, melhores condições de decisão ao consumidor e estimularemos o crescimento desse novo mercado.

Em vista da importância da matéria, esperamos contar com o apoio de nossos Pares, indispensável à discussão e aprovação da mesma.

Sala das Sessões, em 09 de março de 2012.

Deputado ÂNGELO AGNOLIN

|                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p align="center"><b>LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA<br/>COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI</b></p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**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 V  
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS**

.....

**Seção II  
Da Oferta**

.....

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

### **Seção III Da Publicidade**

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

.....  
.....

## **PROJETO DE LEI N.º 3.463, DE 2012** **(Do Sr. Eliene Lima)**

Dispõe sobre a oferta e a prática comercial referentes à venda coletiva de produto ou serviço.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL 1232/2011.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A oferta em qualquer meio de comunicação, inclusive na rede mundial de computadores e a prática comercial referentes à venda coletiva de produto ou serviço sujeitam-se às normas estabelecidas nesta lei.

Art. 2º A oferta referida no artigo anterior, deve identificar de forma clara seu veiculador, o gestor de pagamentos e o fornecedor do produto ou serviço, bem como deve conter, no mínimo, as seguintes informações em caracteres ostensivos e legíveis a respeito de cada um deles:

I – Nome empresarial;

II – Endereço do estabelecimento sede;

III – Número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

IV – Número telefônico e endereço eletrônico do Serviço de Atendimento ao Consumidor.

Art. 3º As pessoas referidas no artigo anterior ficam obrigadas a dispor um Serviço de Atendimento ao Consumidor que possa ser acessado por telefone e por correio eletrônico e não implique qualquer ônus ao consumidor.

Art. 4º A oferta referida no art. 1º deve assegurar informações claras e precisas em caracteres ostensivos e legíveis sobre:

I – Quantidade mínima de compradores necessária para a efetivação da oferta;

II – Prazo de validade da oferta, que não poderá ser inferior a três meses;

III – Quantidade de clientes que serão atendidos por dia, bem como a forma de agendamento para a efetivação da oferta;

Art. 5º Caso a quantidade mínima de compradores necessária para a efetivação da oferta não seja atingida, a devolução dos valores pagos deverá ser feita em, no máximo, 72 (setenta e duas) horas.

Art. 6º O veiculador da oferta e o fornecedor do produto ou serviço respondem solidariamente por eventuais danos causados ao consumidor, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

Art. 7º A infração dos dispositivos desta lei, bem como dos dispositivos dos contratos firmados, a qualquer tempo, entre o veiculador da oferta ou o fornecedor de produto ou serviço e o consumidor, sujeita os primeiros às sanções previstas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 1990, sem prejuízo de outras sanções previstas em lei.

Art. 8º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

### **JUSTIFICAÇÃO**

A popularização do uso de tecnologias avançadas de computação de dados e de comunicação traz uma nova realidade ao campo das relações de consumo. A utilização da internet como meio de veiculação de publicidade e como espaço de comércio de produtos e serviços faz surgir novas

modalidades de compra e venda que, naturalmente, reclamam uma regulamentação que proteja o consumidor de práticas abusivas.

Uma dessas novas modalidades é a venda de produto ou serviço a um número pré-estabelecido de consumidores, conhecida como “venda coletiva” ou “compra coletiva”. Nessa forma de comércio, o veiculador da oferta oferece produto ou serviço de determinado fornecedor a preço mais vantajoso e, em contrapartida, exige-se que seja atingido um número mínimo de compradores para concretizar a venda. O preço mais vantajoso é consequência da economia de escala obtida pelo fornecedor em razão do grande número de produtos ou serviços vendidos.

A veiculação desse tipo de oferta pode acontecer em qualquer meio de comunicação, mas tem acontecido notadamente no espaço virtual da rede mundial de computadores, onde já está presente em aproximadamente dois mil sítios, entretanto tem gerado muitas reclamações junto aos Procons. As principais reclamações são: a ausência de identificação dos responsáveis pela oferta, o que impede o consumidor de tomar medidas judiciais; a impossibilidade de comunicação, pois muitos sites não divulgam sequer um número de telefone para comunicação com o consumidor; a demora excessiva e até mesmo a não devolução do valor pago quando o número de compradores não atinge o número mínimo exigido e; o atendimento defeituoso, sempre que o número de consumidores se mostra superior à capacidade de atendimento do fornecedor.

A presente iniciativa pretende estabelecer uma regulamentação de caráter geral para esse tipo de atividade, com foco na defesa do consumidor. Para tanto, obriga a identificação de todos os participantes da cadeia de fornecimento, inclusive do gestor de pagamentos, de modo que o consumidor possa dirigir-se diretamente ao responsável por cada uma das etapas da operação comercial. Obriga a publicação de informações de interesse do consumidor, tais como a quantidade mínima de compradores para a realização da oferta, o prazo de validade da oferta, a capacidade de o fornecedor atender a demanda, bem como fixa um prazo máximo para devolução da quantia paga, em caso de não realização da oferta. Adicionalmente, estabelece a responsabilidade solidária entre o veiculador da oferta e o fornecedor do produto ou serviço, como forma de aumentar as garantias do consumidor em caso de ação judicial. Além disso, estabelece punição aos infratores.

Entendemos que a adoção de uma legislação federal única, de caráter geral, para regular a atividade de venda coletiva, dispensa a edição de

dezenas de leis estaduais sobre o mesmo assunto e, desse modo, facilita a defesa do consumidor e o desenvolvimento da atividade de venda coletiva.

Pelas razões apontadas acima, solicitamos o indispensável apoio dos nobres Pares para a aprovação da presente iniciativa.

Sala das Sessões, em 15 de março de 2012.

Deputado ELIENE LIMA

|                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA<br/>COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI</b></p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|

**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:

.....

**CAPÍTULO VI  
DA PROTEÇÃO CONTRATUAL**

.....

**Seção III  
Dos Contratos de Adesão**

.....

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;

IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;

X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;

XI - intervenção administrativa;

XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. (Redação dada pela Lei nº 8.656, de 21.05.1993, DOU 22.05.1993 - Ed. Extra )

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (UFIR), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. (Parágrafo acrescentado pela Lei nº 8.703, de 06.09.1993, DOU 08.09.1993)

## COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO

### 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. 5º<sup>1</sup> 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. 6º 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. 7º 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. 8º 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. 8º dispõe sobre a aplicação do Código de Defesa do Consumidor, no que couber, ao comércio coletivo eletrônico.

Há três projetos de lei apensados: O Projeto de Lei nº 1.933, de 2011 de autoria da ilustre Deputada Sueli Vidigal, o Projeto de Lei nº 3.405, de 2012 de autoria do ilustre Deputado e Presidente desta Comissão, Angelo Agnolin, e o Projeto de Lei nº 3.463, de 2013 da Deputada Eliene Lima.

---

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

O Projeto de Lei nº 1.933, de 2011 é muito similar ao Projeto de Lei nº 1.232, de 2011. Apenas se destacam as seguintes alterações procedidas em relação ao original:

- 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;

O Projeto de Lei nº 3.463, de 2012 também é muito similar ao Projeto de Lei nº 1.232, de 2011. A principal diferença reside na exigência de identificação do veiculador, do gestor de pagamentos e do fornecedor do produto ou serviço.

O Projeto de Lei nº 3.405, de 2012 inclui artigo específico (art. 35A) sobre compras coletivas na Lei nº 8.078, de 1990, código de defesa do consumidor, obrigando os serviços a informar com precisão as condições de oferta da mercadoria e os prazos de entrega praticados. Define ainda que:

- A apresentação de oferta para adesão implica responsabilidade do intermediário com as condições estatuídas, sendo obrigatória a informação do preço, dos dados do fornecedor, das condições de fornecimento e de eventuais restrições de atendimento;

- As especificações técnicas ou de qualidade de produto ou serviço, constantes de publicidade, de dados fáticos ou de impressos comerciais anteriormente divulgados pelo fornecedor, aplicam-se integralmente à oferta coletiva;

- Os critérios para a formação de grupos, as regras de preferência no atendimento e os limites mínimo e máximo de participantes para consecução da oferta serão previamente informados;

- O intermediário deve manter lista de precedência dos pedidos, com data e hora de recebimento e atendimento e motivação para exclusões de consumidores do grupo;

– Os sítios de internet utilizados para a formação de grupos e realização de transações coletivas fornecerão um direcionador (“link”) para o texto integral desta lei.

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 aos ilustres Deputados Carlos Roberto e Mandetta na honrosa tarefa de relatar esta importante proposição relativa à regulação de compras coletivas na internet. Cumpre lembrar que o Deputado Carlos Roberto 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 Civas 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 acima descritas 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 acabe 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 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, as quais endereçam de forma bastante satisfatória este problema, definindo obrigações de disponibilizar informações tanto sobre a própria empresa veiculadora das ofertas quanto sobre as ofertas que estão sendo realizadas.

Mais recentemente, em março de 2013, o Poder Executivo promulgou o **Decreto nº 7.962** que regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no ambiente de comércio eletrônico em geral, o que inclui vendas coletivas por meio eletrônica.

Nota-se neste Decreto a mesma linha de orientação dos projetos de lei em comento baseada na mitigação da assimetria de informação do consumidor em relação aos veiculadores das ofertas. As convergências destes documentos indicam um processo de amadurecimento da compreensão tanto do Legislativo como do Executivo sobre a melhor forma de regular este setor com base na premissa de garantir uma decisão bem informada pelo consumidor.

Dessa forma, dados os aperfeiçoamentos do Decreto do Poder Executivo sobre a matriz fundamental do Projeto de Lei nº 1.232, de 2011, optamos por proceder a uma consolidação das quatro proposições em comento com aquele documento em um Substitutivo.

A seguir comentamos os pontos sensíveis do projeto conforme a audiência pública e o tratamento destas questões no Substitutivo.

Na audiência pública realizada nesta Comissão 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. O Decreto nº 7.962, de março de 2013 deixou como optativo o recurso aos *call centers*, apenas determinando que a empresa mantenha um “*serviço adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico*”.

A despeito de ser sempre muito favorável às pequenas e médias empresas, é certo que cada atividade econômica requer um mínimo de infraestrutura 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 tendem a ser mais elevados 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 possuam serviço de atendimento telefônico que cumpram os requisitos definidos no Decreto nº 6.523/08 que regula os *call centers*, sem prejuízo do atendimento em meio eletrônico que também deverá ser disponibilizado.

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 à própria capacidade de ofertar determinados bens ou serviços com características específicas. Removemos, portanto, esta exigência.

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, removemos este requerimento.

Chamou-se a atenção na audiência 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 seja por qual razão. Assim, para fazer cumprir a regra, definida no art. 4º do Projeto de Lei nº 1.232/11, de devolução dos valores pagos em até 72 horas, no caso de não ser atingido o número mínimo de participantes, os sítios de compra coletiva seriam obrigados a manter capital reserva para atender aos pedidos de devolução em tempo hábil.

No entanto, se há uma oferta de venda coletiva pendente do número mínimo de participantes, o máximo que o veiculador da oferta deveria fazer seria bloquear os valores do cartão, aguardando a confirmação de que a operação ocorrerá. Se o veiculador da oferta já debitou do cartão do consumidor antes da confirmação de se ter atingido o número mínimo de participantes, ele automaticamente se torna responsável por efetuar a devolução em prazo curto.

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 sítio 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 (clique no quadro) a opção de receber as ofertas, sendo vedado apresentar esta opção já pré-marcada.

O art. 6º da proposição principal que regulava o recolhimento de impostos estaduais e municipais foi removido dado que o art. 146 I e III da Constituição Federal reserva este tipo de definição para lei complementar.

Combinamos o conjunto de informações mínimo a ser provido pelo veiculador da oferta tal como proposto nos quatro projetos de lei com o conjunto mais completo do Decreto nº 7.962, de março de 2013, incluindo agora informações sobre as características essenciais do produto, restrições à fruição da oferta, despesas adicionais, orientações claras para eventuais correções de erros pelo consumidor e exercício do direito de arrependimento. Absorvemos do Projeto apenas do ilustre Deputado Angelo Agnolin a determinação de se incluir na primeira tela do sítio do veiculador da oferta, um direcionador (link) para o texto integral desta Lei. Incluímos também a obrigatoriedade de direcionador para o Código de Defesa do Consumidor, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Incorporamos também do Decreto nº **7.962** de março de 2013 do Poder Executivo, a obrigação de o veiculador da oferta confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta, o que também deve incluir mais uma vez orientações para que o consumidor possa corrigir imediatamente erros cometidos em sua proposta e/ou exercer o direito de arrependimento, além do contrato de venda. De fato, as informações as quais há menos interesse em se veicular são as relativas à reavaliação da decisão pelo consumidor. É fundamental, entretanto, garantir que esta opção não deixe de ser exercida pelo consumidor apenas por falta de informação adequada que pode até estar sendo deliberadamente omitida. Incorporamos inclusive a obrigação prescrita no Decreto de garantir ao consumidor a possibilidade de exercício do direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios.

Por fim, incorporamos dispositivo proposto no Projeto de Lei apenas da ilustre Deputada Eliene Lima, que pune a infração aos dispositivos desta Lei e aos contratos envolvendo empresas de vendas coletivas eletrônicas coletivas

com base no art. 56 da Lei 8.078, de 1990, sem prejuízo de outras sanções previstas em Lei.

Com base nessas análises, somos pela **APROVAÇÃO** dos projetos de lei em comento na forma do Substitutivo em anexo.

Sala da Comissão, em 9 de abril de 2014

Deputado RENATO MOLLING  
Relator

**SUBSTITUTIVO AOS PROJETOS DE LEI Nº 1.232, DE 2011  
E Nº 1.933, DE 2011**

Disciplina a venda eletrônica coletiva de produtos e serviços através de sítios na *internet* e estabelece critérios de funcionamento para essas empresas.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º As empresas que exploram o comércio de vendas eletrônicas coletivas por meio da *internet* deverão manter serviço de atendimento ao consumidor gratuito por telefone e meio eletrônico, que possibilite a resolução imediata de dúvidas, reclamações, suspensão ou cancelamento do contrato.

Art. 2º As ofertas de bens e serviços por vendas eletrônicas coletivas deverão vir acompanhadas, na primeira tela do sítio do veiculador da oferta, de informações ou direcionadores (links) diretos, em tamanho não inferior a vinte por cento (20%) da letra da chamada para a venda, para as seguintes informações:

I – nome empresarial e número de inscrição do veiculador da oferta, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

II - endereços físico e eletrônico e telefone do veiculador da oferta;

III - características essenciais do produto ou do serviço;

IV - condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto, explicitando-se a quantidade mínima de compradores para a liberação da oferta;

V - quaisquer restrições à fruição da oferta, inclusive a quantidade mínima de compradores para a liberação da oferta e;

VI - discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros;

VII – orientações claras para a correção de erros ocorridos nas etapas anteriores à finalização da contratação e para o exercício do direito de arrependimento.

Parágrafo único. A primeira tela do sitio do veiculador da oferta deverá conter um direcionador (link) para o texto integral desta Lei e para o Código de Defesa do Consumidor, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 3º As informações sobre ofertas e promoções somente poderão ser enviadas a clientes pré-cadastrados através do sítio e que tenham dado expressa autorização para o recebimento das informações em sua conta de correio eletrônico.

§ 1º A autorização de que trata este artigo 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.

§ 2º O usuário deve selecionar (clicar no quadro) a opção de receber as ofertas, sendo vedado apresentar esta opção já pré-marcada.

Art. 4º O veiculador da oferta deverá confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta.

Parágrafo único. A confirmação da aceitação da proposta deve incluir:

I- as orientações para que o consumidor possa corrigir imediatamente erros cometidos em sua proposta e/ou exercer o direito de arrependimento;

II – o contrato de venda.

Art. 5º O veiculador da oferta deverá utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e tratamento de dados do consumidor.

Art. 6º O consumidor poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados.

§ 1º O veiculador da oferta deve enviar ao consumidor confirmação imediata do recebimento da manifestação de arrependimento.

§ 2º O exercício do direito de arrependimento implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus para o consumidor.

§ 3º O exercício do direito de arrependimento será comunicado imediatamente pelo veiculador da oferta à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, para que:

I - a transação não seja lançada na fatura do consumidor; ou

II - seja efetivado o estorno do valor, caso o lançamento na fatura já tenha sido realizado.

Art. 7º Caso o número mínimo de participantes para a liberação da oferta não seja atingido e tendo já havido pagamento, a devolução dos valores pagos deverá ser realizada em até 72 (setenta e duas horas).

Parágrafo único. Tendo havido bloqueio do valor no cartão de crédito, o veiculador da oferta procederá ao devido cancelamento imediatamente.

Art. 8º Serão responsáveis pela veracidade das informações publicadas o veiculador da oferta no sítio de vendas coletivas e o estabelecimento ofertante, respondendo solidariamente por eventuais danos causados ao consumidor.

Art. 9º Aplica-se às vendas coletivas por meio eletrônico, no que couber, o disposto no Código de Defesa do Consumidor.

Art. 10 A infração aos dispositivos desta Lei, bem como aos contratos firmados com empresas de vendas coletivas eletrônicas, sujeita o veiculador da oferta às sanções previstas no art. 56 da Lei 8.078, de 1990, sem prejuízo de outras sanções previstas em Lei.

Art. 11 Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 9 de abril de 2014

Deputado RENATO MOLLING  
Relator

### **III - PARECER DA COMISSÃO**

A Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou o Projeto de Lei nº 1.232/2011, o PL 1933/2011, o PL 3405/2012, e o PL 3463/2012, apensados, com substitutivo, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Renato Molling.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Augusto Coutinho - Presidente, Aureo e Sebastião Bala Rocha - Vice-Presidentes, Antonio Balhmann, Devanir Ribeiro, Edson Pimenta, Jânio Natal, João Maia, Rebecca Garcia, Renato Molling, Ronaldo Zulke, Valdivino de Oliveira, Afonso Florence, Fernando Torres, Marco Tebaldi, Osmar Terra e Otavio Leite.

Sala da Comissão, em 21 de maio de 2014.

Deputado AUGUSTO COUTINHO  
Presidente

### **SUBSTITUTIVO ADOTADO PELA CDEIC AOS PROJETOS DE LEI Nº 1.232/2011, Nº 1.933/2011, Nº 3405/2012 E Nº 3463/2012**

Disciplina a venda eletrônica coletiva de produtos e serviços através de sítios na *internet* e estabelece critérios de funcionamento para essas empresas.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º As empresas que exploram o comércio de vendas eletrônicas coletivas por meio da *internet* deverão manter serviço de atendimento ao consumidor gratuito por telefone e meio eletrônico, que possibilite a resolução imediata de dúvidas, reclamações, suspensão ou cancelamento do contrato.

Art. 2º As ofertas de bens e serviços por vendas eletrônicas coletivas deverão vir acompanhadas, na primeira tela do sítio do veiculador da oferta, de informações ou direcionadores (links) diretos, em tamanho não inferior a vinte por cento (20%) da letra da chamada para a venda, para as seguintes informações:

I – nome empresarial e número de inscrição do veiculador da oferta, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

II - endereços físico e eletrônico e telefone do veiculador da oferta;

III - características essenciais do produto ou do serviço;

IV - condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto, explicitando-se a quantidade mínima de compradores para a liberação da oferta;

V - quaisquer restrições à fruição da oferta, inclusive a quantidade mínima de compradores para a liberação da oferta e;

VI - discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros;

VII – orientações claras para a correção de erros ocorridos nas etapas anteriores à finalização da contratação e para o exercício do direito de arrendimento.

Parágrafo único. A primeira tela do sítio do veiculador da oferta deverá conter um direcionador (link) para o texto integral desta Lei e para o Código de Defesa do Consumidor, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 3º As informações sobre ofertas e promoções somente poderão ser enviadas a clientes pré-cadastrados através do sítio e que tenham dado

expressa autorização para o recebimento das informações em sua conta de correio eletrônico.

§ 1º A autorização de que trata este artigo 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.

§ 2º O usuário deve selecionar (clicar no quadro) a opção de receber as ofertas, sendo vedado apresentar esta opção já pré-marcada.

Art. 4º O veiculador da oferta deverá confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta.

Parágrafo único. A confirmação da aceitação da proposta deve incluir:

I- as orientações para que o consumidor possa corrigir imediatamente erros cometidos em sua proposta e/ou exercer o direito de arrependimento;

II – o contrato de venda.

Art. 5º O veiculador da oferta deverá utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e tratamento de dados do consumidor.

Art. 6º O consumidor poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados.

§ 1º O veiculador da oferta deve enviar ao consumidor confirmação imediata do recebimento da manifestação de arrependimento.

§ 2º O exercício do direito de arrependimento e implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus para o consumidor.

§ 3º O exercício do direito de arrependimento será comunicado imediatamente pelo veiculador da oferta à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, para que:

I - a transação não seja lançada na fatura do consumidor; ou

II - seja efetivado o estorno do valor, caso o lançamento na fatura já tenha sido realizado.

Art. 7º Caso o número mínimo de participantes para a liberação da oferta não seja atingido e tendo já havido pagamento, a devolução dos valores pagos deverá ser realizada em até 72 (setenta e duas horas).

Parágrafo único. Tendo havido bloqueio do valor no cartão de crédito, o veiculador da oferta procederá ao devido cancelamento imediatamente.

Art. 8º Serão responsáveis pela veracidade das informações publicadas o veiculador da oferta no sítio de vendas coletivas e o estabelecimento ofertante, respondendo solidariamente por eventuais danos causados ao consumidor.

Art. 9º Aplica-se às vendas coletivas por meio eletrônico, no que couber, o disposto no Código de Defesa do Consumidor.

Art. 10 A infração aos dispositivos desta Lei, bem como aos contratos firmados com empresas de vendas coletivas eletrônicas, sujeita o veiculador da oferta às sanções previstas no art. 56 da Lei 8.078, de 1990, sem prejuízo de outras sanções previstas em Lei.

Art. 11 Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 21 de maio de 2014

Deputado AUGUSTO COUTINHO  
Presidente

## **COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

### **I – RELATÓRIO**

O Projeto de Lei nº 1.232, de 2011, institui normas para regular as vendas coletivas pela internet.

Inicialmente, define que as empresas de vendas coletivas pela internet deverão manter centros de atendimento ao consumidor, gratuitos e por telefone.

A seguir, 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 site.

Determina que as informações mínimas necessárias para informar o consumidor devem ter tamanho não inferior a 20% da letra da chamada para a venda. Essas informações são:

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.

Define, também, que, no caso de o número mínimo de participantes para a liberação da oferta não for atingido, a devolução dos valores pagos deverá ser realizada até 72 horas.

Estabelece que as informações sobre ofertas e promoções somente poderão ser enviadas por e-mail quando expressamente autorizado pelo consumidor.

Determina que 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.

Finalmente, 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.

Foram apensos três projetos de lei.

O Projeto de Lei nº 1.933, de 2011, de autoria da Deputada Sueli Vidigal, é similar ao Projeto de Lei nº 1.232, de 2011. As alterações em relação

ao original são: as informações da oferta deverão ter tamanho não inferior a 30% da letra da chamada para a venda; não determina que a informação sobre a localização física da empresa apareça na primeira página do site; e adiciona os impostos federais ao rol dos impostos a serem recolhidos na sede da empresa.

O Projeto de Lei nº 3.405, de 2012, de autoria do Deputado Ângelo Agnolin, inclui artigo específico sobre compras coletivas na Lei nº 8.078, de 1990, código de defesa do consumidor, obrigando os serviços a informar com precisão as condições de oferta da mercadoria e os prazos de entrega praticados. Estabelecendo que:

- a apresentação de oferta para adesão implica responsabilidade do intermediário com as condições estatuídas, sendo obrigatória a informação do preço, dos dados do fornecedor, das condições de fornecimento e de eventuais restrições de atendimento;
- as especificações técnicas ou de qualidade de produto ou serviço, constantes de publicidade, de dados fáticos ou de impressos comerciais anteriormente divulgados pelo fornecedor, aplicam-se integralmente à oferta coletiva;
- os critérios para a formação de grupos, as regras de preferência no atendimento e os limites mínimo e máximo de participantes para consecução da oferta serão previamente informados;
- o intermediário deve manter lista de precedência dos pedidos, com data e hora de recebimento e atendimento e motivação para exclusões de consumidores do grupo;
- os sítios de internet utilizados para a formação de grupos e realização de transações coletivas fornecerão um direcionador (“link”) para o texto integral desta lei.

Por último, o Projeto de Lei nº 3.463, de 2012, da Deputada Eliene Lima, é similar ao Projeto de Lei nº 1.232, de 2011, sendo que a principal novidade é a exigência de identificação do veiculador, do gestor de pagamentos e do fornecedor do produto ou serviço.

O projeto foi aprovado com Substitutivo pela Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, e após o trâmite nesta Comissão será encaminhado às Comissões de Finanças e Tributação e Constituição e Justiça e de Cidadania.

Nesta Comissão de Defesa do Consumidor, não foram apresentadas emendas no prazo regimental.

## II – VOTO DO RELATOR

A regulação das compras coletivas na internet vem crescendo de modo significativo na medida em que se populariza o uso da rede mundial e se aumenta a área de atendimento pela “banda larga” em todo país. Esse fato, por si só, indica a pertinência e atualidade das propostas em exame.

No entanto, pelo ainda recente histórico de existência do comércio eletrônico em geral, são frequentes os eventos nos quais o consumidor não tem sido bem atendido e muitas vezes até enganado nas transações feitas pela internet.

Na maioria das vezes, os problemas decorrem da falta de informação sobre o que está sendo adquirido ou mesmo sobre as condições sob as quais ocorre a transação.

O estabelecimento de regras claras quanto à informação a ser disponibilizada ao consumidor é justamente o objeto das proposições legislativas em comento.

Em março de 2013, o Poder Executivo promulgou o **Decreto nº 7.962**, regulamentando a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no ambiente de comércio eletrônico em geral, o que inclui vendas coletivas por meio eletrônica.

No Decreto supracitado, é adotada a mesma linha de orientação dos projetos de lei em comento quanto ao esclarecimento do tipo e clareza das informações a serem passadas ao consumidor em relação às ofertas e aos seus veiculadores.

Além disso, houve uma audiência pública sobre o assunto na Comissão Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio em 21/09/2011. Naquela audiência, 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 Varella, Advogado do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC, além dos ilustres membros da Comissão.

Na audiência foi produzido um rico material que foi analisado em conjunto com o Decreto do Poder Executivo e com o Projeto de Lei nº 1.232, de 2011, e seus apensos, para a elaboração de um Substitutivo na Comissão Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio.

Em vista disso, considerando a economia do processo legislativo e a excelência do trabalho realizado na elaboração do Substitutivo mencionado acima, optamos por adotá-lo também nesta Comissão, uma vez que aprimora o projeto original e seus apensos, produzindo uma norma que contém todos os aspectos relevantes para complementar o que já dispõe de forma geral o Código de Defesa do Consumidor.

Ante o exposto, somos pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 1.232, de 2011, e dos apensados Projetos de Lei n.º 1.933, de 2011, n.º 3.405, de 2012, e n.º 3.463, de 2012, na forma do Substitutivo adotado pela Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio em 21 de maio de 2014.

Sala da Comissão, em 3 de dezembro de 2014.

Deputado SÉRGIO BRITO

Relator

### **III - PARECER DA COMISSÃO**

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou o Projeto de Lei nº 1.232/2011 e os PLs 1933/2011, 3405/2012 e 3463/2012, apensados, na forma do Substitutivo da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Sérgio Brito.

Estiveram presentes os Senhores Deputados Sérgio Brito - Presidente; Chico Lopes, Júlio Delgado, Lauriete, Márcio Marinho, Reguffe, César Halum, Eros Biondini, Hugo Napoleão e Nelson Marchezan Junior.

Sala da Comissão, em 17 de dezembro de 2014.

Deputado SÉRGIO BRITO

Presidente

## COMISSÃO DE FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO

### 1. RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 1.232, de 2011, de autoria do Deputado João Arruda, objetiva disciplinar a venda eletrônica coletiva de produtos e serviços através de sítios na internet e estabelecer critérios de funcionamento para essas empresas.

Para tanto, a proposição estabelece variadas exigências e requisitos de cunho eminentemente operacional a serem cumpridos pelos estabelecimentos que explorem esse tipo de comércio. Porém, no que tange aos aspectos financeiros e orçamentários públicos, que compõem a esfera de competência desta Comissão, o projeto apresenta dispositivo estabelecendo que os impostos estaduais e municipais serão recolhidos na sede das empresas responsáveis pelo fornecimento do produto ou do serviço, independentemente da localização da sede do sítio responsável pela sua veiculação.

Em apenso, encontram-se:

i) o Projeto de Lei nº 1.933, de 2011, de autoria da Deputada Sueli Vidigal, de teor praticamente idêntico ao do projeto principal;

ii) o Projeto de Lei nº 3.405, de 2012, de autoria do Deputado Ângelo Agnolin, que acrescenta dispositivo à Lei nº 8.078/1990 - Código de Defesa do Consumidor, para exigir que os serviços de intermediação para aquisição de produtos ou serviços com descontos por quantidade (compra coletiva) informem, com precisão, as condições de oferta da mercadoria e os prazos de entrega praticados, de acordo com critérios que estabelece; e

iii) o Projeto de Lei nº 3.463, de 2012, de autoria da Deputada Eliene Lima, que disciplina as atividades comerciais que envolvam oferta em qualquer meio de comunicação, inclusive na rede mundial de computadores, e a venda coletiva de produto ou serviço.

Nos termos regimentais, em apreciação conclusiva, a matéria foi distribuída às Comissões de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, e de Defesa do Consumidor para exame de mérito, à Comissão de Finanças e Tributação para análise de adequação e compatibilidade orçamentária e financeira e de mérito, e à Comissão de Constituição e Justiça e Cidadania, para emitir parecer acerca de sua juridicidade e constitucionalidade.

Na Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, o projeto principal e seus apensos foram aprovados, nos termos de Substitutivo, o qual consolida e aprimora o disciplinamento contido nas proposições. Registre-se que o referido Substitutivo suprime o dispositivo que define o local de recolhimento de impostos estaduais e municipais, uma vez que o art. 146 I e III da Constituição Federal reserva tal competência para lei complementar.

De igual modo, a matéria também foi aprovada pela Comissão de Defesa do Consumidor, na forma do Substitutivo da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio.

O feito vem a esta Comissão, na forma do Regimento, para verificação de sua compatibilidade e adequação financeira e orçamentária, previamente ao seu mérito, não tendo sido apresentadas emendas no prazo regimental.

É o relatório.

## **2. VOTO**

Cabe a esta Comissão, além do exame de mérito, inicialmente, apreciar a proposição e seus apensos quanto à compatibilidade ou adequação com o plano plurianual, a lei de diretrizes orçamentárias e o orçamento anual, nos termos do Regimento Interno da Câmara dos Deputados (RI, arts. 32, X, “h” e 53, II) e de Norma Interna da Comissão de Finanças e Tributação, que “estabelece procedimentos para o exame de compatibilidade ou adequação orçamentária e financeira”, aprovada pela CFT em 29 de maio de 1996.

As proposições em tela visam disciplinar o comércio eletrônico na internet e o relacionamento entre essas empresas e seus consumidores, assegurando a estes últimos o acesso a informações mais qualificadas. Portanto, a matéria ali tratada circunscreve-se a estabelecer direitos e deveres aplicáveis a relações comerciais entre particulares, inexistindo quaisquer efeitos sobre o erário federal.

No que concerne ao mérito, a análise desta Comissão deve se restringir aos aspectos afeitos ao seu campo de atribuições. Consideramos que, nesse mister, cabe pronunciamento exclusivamente quanto ao art. 6º do Projeto de Lei nº 1.232, de 2011, e ao art. 6º do Projeto de Lei nº 1.933, de 2011, que dispõem sobre o local de recolhimento de tributos de competência estadual e municipal.

Esses dispositivos padecem de uma impropriedade no que se refere ao desenho do Sistema Tributário Nacional, na medida em que o tema somente pode ser tratado em sede de lei complementar, na forma do que dispõe o art. 146 da Constituição Federal.

Visto que não cabe esta Comissão o pronunciamento quanto à constitucionalidade, pois cabe à Comissão de Constituição e Justiça e Cidadania examinar esse aspecto com melhor propriedade, entendemos oportuno seguir a manifestação da Comissão de Defesa do Consumidor e da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, as quais, se debruçando sobre o tema, entenderam oportuna a aprovação de Substitutivo, o qual foi escoimado do vício anteriormente apontado quanto ao recolhimento de tributos estaduais e municipais.

Por fim, cabe registrar uma homenagem ao Deputado Bruno Covas, relator anterior da matéria nesta CFT, de cujo parecer acolhemos os termos que fundamentam o presente relatório.

Assim, pelo exposto acima, votamos:

a) pela não implicação do Projeto de Lei nº 1.232, de 2011, do Projeto de Lei nº 1.933, de 2011, do Projeto de Lei nº 3.405, de 2012, do Projeto de Lei nº 3.463, de 2012, e do Substitutivo da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio em aumento ou diminuição de receita ou despesa pública, não cabendo pronunciamento sobre a adequação orçamentária ou financeira das proposições; e

b) no mérito, pela aprovação do Projeto de Lei nº 1.232, de 2011, do Projeto de Lei nº 1.933, de 2011, do Projeto de Lei nº 3.405, de 2012, do Projeto de Lei nº 3.463, de 2012, na forma do Substitutivo aprovado pela Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio.

Sala da Comissão, em 31 de outubro de 2016.

Deputado LEONARDO QUINTÃO

Relator

### III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Finanças e Tributação, em reunião extraordinária realizada hoje, concluiu unanimemente pela não implicação da matéria com aumento ou diminuição da receita ou da despesa públicas, não cabendo pronunciamento quanto à adequação financeira e orçamentária do Projeto de Lei nº 1232/2011 e dos PLs nºs 1933/2011, 3405/2012, 3463/2012, apensados, e do Substitutivo da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio; e, no mérito, pela aprovação do PL nº 1232/2011 e dos PLs nºs 1933/2011, 3405/2012, 3463/2012, apensados, na forma do Substitutivo da CDEIC, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Leonardo Quintão.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Covatti Filho - Presidente, Afonso Florence, Alexandre Leite, Alfredo Kaefer, Andres Sanchez, Benito Gama, Carlos Melles, Edmar Arruda, Edmilson Rodrigues, Enio Verri, Fernando Monteiro, Givaldo Carimbão, Hildo Rocha, João Gualberto, José Guimarães, José Nunes, Júlio Cesar, Laercio Oliveira, Leonardo Quintão, Luciano Ducci, Mário Negromonte Jr., Miro Teixeira, Pauderney Avelino, Paulo Henrique Lustosa, Professor Victório Galli, Simone Morgado, Uldurico Junior, Vicente Candido, Walter Alves, Assis Carvalho, Celso Maldaner, Eduardo Cury, Esperidião Amin, Giuseppe Vecchi, Gorete Pereira, Helder Salomão, Izalci Lucas, Jerônimo Goergen, João Paulo Kleinübing, Jorginho Mello, Keiko Ota, Luis Carlos Heinze, Marcus Pestana, Mauro Pereira, Vaidon Oliveira e Vinicius Carvalho.

Sala da Comissão, em 29 de março de 2017.

Deputado COVATTI FILHO  
Presidente

|                         |
|-------------------------|
| <b>FIM DO DOCUMENTO</b> |
|-------------------------|