

**AVULSO NÃO
PUBLICADO.
REJEIÇÃO NA
COMISSÃO
DE MÉRITO.**



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 6.029-A, DE 2016 **(Do Sr. Carlos Henrique Gaguim)**

Acrescenta § 3º ao art. 3º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que "Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências", para fins de estabelecer obrigações ao fornecedor; tendo parecer da Comissão de Defesa do Consumidor, pela rejeição (relator: DEP. MARCO TEBALDI).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

DEFESA DO CONSUMIDOR E

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIÇÃO:

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

S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Na Comissão de Defesa do Consumidor:

- Parecer do relator
- Parecer da Comissão

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 3º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, passa a vigorar acrescido do seguinte § 3º:

“Art. 3º

§ 3º Para fins de atender às necessidades de informações básicas do consumidor, conforme assegurado no art. 6º desta Lei, o fornecedor fica obrigado a publicar, com destaque e em lugar visível de seu estabelecimento comercial, seja principal ou filiais, e, se possuir, nos veículos automotores pertencentes à sua frota, os seguintes dados a seu respeito:

I - número telefônico para atendimento ao consumidor;

II - endereço completo de seu estabelecimento;

III - endereço eletrônico e sítio existentes na rede mundial de computadores (internet);

IV - número de inscrição no Cadastro Nacional de pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda (CNPJ) ”. (NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor no prazo de 90 (noventa) dias da data de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

Cada vez mais os consumidores brasileiros têm tido dificuldades em localizar os simples dados de identificação de seus fornecedores de bens e serviços e para que possam, quando necessário, fazer contato junto aos fornecedores de produtos e serviços que adquirem, o que vem impossibilitando sobremaneira o exercício de seu direito básico para reclamar algum defeito no produto ou na prestação do serviço.

A medida, ora proposta, vem ao encontro do rol de direitos básicos do consumidor, já consubstanciados no art. 6º do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC - Lei nº 8.078/90), assegurando àqueles o acesso fácil e imediato

às informações sobre os dados do estabelecimento comercial onde adquiriu um produto ou contratou a prestação de um determinado serviço.

Não se pode admitir, diante da franca evolução nas relações comerciais entre os fornecedores e seus consumidores, que ainda haja espaço para a subtração dessa informação básica e simples, mas de real interesse para aquele consumidor que necessita localizar uma determinada empresa com a qual contratou, seja para reparar um produto ou reclamar um defeito existente.

Confiamos no apoio de nossos Pares para a aprovação desta proposição, que permitirá a atualização de nosso CDC, no sentido de garantir que tais informações sejam claramente disponibilizadas ao consumidor brasileiro.

Sala das Sessões, em 23 de agosto de 2016.

Deputado **CARLOS HENRIQUE GAGUIM**

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 I DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

CAPÍTULO II DA POLÍTICA NACIONAL DE RELAÇÕES DE CONSUMO

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995)

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Art. 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:

I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;

II - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;

III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;

IV - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;

V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

§ 1º (VETADO).

§ 2º (VETADO).

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.

Parágrafo único. A informação de que trata o inciso III do *caput* deste artigo deve ser acessível à pessoa com deficiência, observado o disposto em regulamento. [\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 13.146, de 6/7/2015, publicada no DOU de 7/7/2015, em vigor 180 dias após a sua publicação\)](#)

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.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

.....

.....

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

I – RELATÓRIO

Por meio do Projeto de Lei nº 6.029/2015, o ilustre Deputado Carlos Henrique Gaguim visa obrigar o fornecedor a publicar, em local destacado em visível do seu estabelecimento comercial e nos veículos automotores pertencentes à sua frota que acaso possuam, os seus meios de contato, o seu endereço completo e a sua inscrição cadastral junto ao Ministério da Fazenda.

Acrescenta, para tais fins, § 3º ao art. 3º, da Lei n. 8.078, de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), com quatro incisos que relacionam informações a serem exibidas pelo fornecedor.

A proposição tramita em regime ordinário e submete-se à apreciação conclusiva das Comissões de Defesa do Consumidor e de Constituição e Justiça e de Cidadania (arts. 24, II e 54, RICD).

Nesta Comissão de Defesa do Consumidor, dentro do prazo regimental, não foram apresentadas emendas ao projeto, cabendo a mim a missão de relatá-lo.

Após o encerramento do prazo de vista concedido ao nobre Deputado Vinícius Carvalho, este Relator solicitou a retirada de pauta, a fim de que pudesse reformular o parecer apresentado em 08 de novembro de 2016, com as ponderações que ora exponho.

II – VOTO DO RELATOR

Gostaria, inicialmente, de registrar minhas saudações ao ilustre Deputado Carlos Henrique Gaguim e render-lhe elogios pelo seu empenho diuturno em prol do povo brasileiro e por sua sempre valorosa contribuição no âmbito desta Comissão, com iniciativas que buscam a melhoria das relações de consumo.

O Projeto de Lei nº 6.029/2015 espelha esse esforço. Por meio da referida iniciativa, o estimado colega visa estabelecer para os fornecedores de produtos e serviços a obrigação de publicarem os seus meios de contato, endereço completo e número de CNPJ, em local destacado em visível do seu estabelecimento comercial e nos veículos automotores pertencentes à sua frota (caso os possuam). Objetiva, com a medida, privilegiar o direito à informação, tal qual previsto no art. 6º, III, do Código de Defesa do Consumidor.

Confesso aos nobres pares que toda pauta que se apresente a favor dos consumidores desperta minha imediata, instantânea e quase instintiva

simpatia, razão pela qual concluí pela absoluta pertinência da iniciativa e ofereci parecer favorável poucos dias após o encerramento do prazo para emendas.

No entanto, iniciadas as discussões em abril deste ano, amadureci o tema para bem equacionar até que ponto a medida, muito embora bem-intencionada, realmente retornará benefícios para o consumidor. Ou se, ao revés, traz consigo reflexo negativo que certamente será repassado para a parte mais fraca da relação, sobretudo considerando a existência de dispositivos, no próprio CDC, que adequadamente atendem a previsão que se almeja com a alteração legislativa proposta.

Essa ponderação perpassa, em primeiro plano e de rigor, o que temos na legislação vigente acerca do tema, e no que inova a introdução proposta. O direito à informação nas relações consumeristas tem amparo no art. 5º, XIV, da Constituição Federal, e na garantia da defesa do consumidor, prevista no art. 5º, XXXII e no art. 170, V, da Carta Magna.

Paralelamente às disposições constitucionais, o art. 6º, do Código de Defesa do Consumidor, em seu inciso III, já assegura “o *direito básico à 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 se apresentem*”, inclusive em favor da pessoa com deficiência, na forma do parágrafo único, do mesmo dispositivo.

No mesmo sentido, os arts. 8º, 30, 31 e 33 do CDC, que assim preveem:

“Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

Parágrafo único. Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto”.

“Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado”.

“Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características,

qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével.”

“Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.”

O dever de informação irradia-se, ainda, em outras várias disposições do Código de Defesa do Consumidor, a exemplo do art. 36, parágrafo único, art. 37, §§1º e 3º, art. 38 e art. 43. O diploma consumerista, em seu art. 66, também capitula como crime a afirmação falsa, enganosa e a omissão de *“informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços”*.

Ao lado dessas disposições, o CDC estrutura toda uma sistemática de responsabilidade, que impõe ao fornecedor a obrigação de sanar ou ressarcir os danos e vícios pelo produto ou serviço que coloca à disposição no mercado. Somado a isso, outras normas esparsas, dentre as quais destacamos a Lei nº 10.962/04, que dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços ao consumidor, robustecem a disciplina do dever de informação em matéria consumerista, dentre os quais se insere a obrigatoriedade da identificação do fabricante, construtor, produtor ou importador.

Outro ponto é digno de nota. Ao fazer menção, em sua justificativa, a “dados do estabelecimento comercial onde adquiriu um produto ou contratou a prestação de um serviço”, não tenho por certo se o autor pretende vincular o teor da iniciativa ao fornecedor *stricto sensu* ou à figura do comerciante.

Se for a primeira hipótese (fornecedor *stricto sensu*), o CDC e leis esparsas já dispõem exaustivamente sobre dever de informar, conforme já enunciamos acima.

Se for a segunda hipótese, ou seja, se o que se busca é impor tal dever de informação ao proprietário (titular) do local em que o consumidor efetuou a compra, a medida não trará a relevância esperada, posto que esbarraremos no art. 13, do CDC, que delimita as responsabilidades do comerciante às seguintes situações: I – quando o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados; II – quando o produto for fornecido sem identificação clara do seu o fabricante, o construtor, o produtor ou importador; III – quando não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Sob outra perspectiva, considerando que já há previsão expressa acerca da obrigação de fornecimento dos dados do fornecedor nas compras

efetuadas à distância (art. 33, CDC), não se faz clara a utilidade do dispositivo quando a contratação de produto ou serviço é feita presencialmente, no próprio estabelecimento, notadamente no tocante ao endereço completo, considerando que foi esse o local em que o consumidor efetuou a aquisição.

A par dessas considerações, temos que a providência estampada na proposta acarretará um custo adicional, seja para o comerciante, seja para o “fornecedor stricto sensu”, consistente na reformulação das fachadas dos estabelecimentos, reformulação dos sites, nova plotagem da frota de veículos. Vivemos em uma realidade de mercado que se assenta no lucro, de modo que não restam dúvidas que esse será um ônus repassado para o consumidor final, com o encarecimento do preço dos produtos e serviços ofertados.

Sem falar que tal alteração, muito embora pareça singela, repercutirá ainda mais negativamente na sobrevivência de pequenos comerciantes e fornecedores, gerando também para esses um ônus a mais e uma evidente desvantagem competitiva.

Por essas razões, entendo pela necessidade de equacionarmos o custo-benefício da providência legislativa, sob o prisma do efetivo proveito que a modificação redundará para o consumidor, sobretudo quando estamos diante de um microssistema robusto, com amparo constitucional, que já contempla e privilegia o direito e dever de informação nas relações de consumo.

Em razão do exposto, reformulo meu parecer para, à vista do exposto, votar pela **rejeição** do Projeto de Lei nº 6.029, de 2016.

Sala da Comissão, em 31 de maio de 2017.

Deputado MARCO TEBALDI
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião ordinária realizada hoje, rejeitou o Projeto de Lei nº 6.029/2016, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Marco Tebaldi.

Estiveram presentes os Senhores Deputados: Rodrigo Martins - Presidente, João Fernando Coutinho, Ricardo Izar e Eros Biondini - Vice-Presidentes, Aureo, Carlos Eduardo Cadoca, Celso Russomanno, César Halum, Chico Lopes, Eli Corrêa Filho, Irmão Lazaro, Ivan Valente, José Carlos Araújo, Kaio

Maniçoba, Maria Helena, Severino Ninho, Weliton Prado, André Amaral, Átila Lira, Cabo Sabino, Carlos Henrique Gaguim, Jose Stédile, Lucas Vergilio e Moses Rodrigues.

Sala da Comissão, em 7 de junho de 2017.

Deputado **RODRIGO MARTINS**
Presidente

FIM DO DOCUMENTO
