



C0066988A

CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 2.305-B, DE 2015

(Do Sr. Vinicius Carvalho)

Atribui responsabilidade solidária por descumprimento da legislação que disciplina a oferta e as formas de afixação de preços para o consumidor à entidade responsável pela administração de "shopping", centro de compras ou local de comércio assemelhado, e dá outras providências; tendo parecer da Comissão de Defesa do Consumidor, pela aprovação do PL 2.305/2015 e da emenda apresentada ao substitutivo, com substitutivo (relator: DEP. MÁRCIO MARINHO); e da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços, pela aprovação, na forma do substitutivo da Comissão de Defesa do Consumidor (relator: DEP. LUCAS VERGILIO).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

DEFESA DO CONSUMIDOR;

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS; E

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

APRECIAÇÃO:

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
- 1º substitutivo oferecido pelo relator
- Emenda apresentada ao substitutivo
- Parecer do relator
- 2º substitutivo oferecido pelo relator
- Parecer da Comissão
- Substitutivo adotado pela Comissão
- Voto em separado

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

- Parecer do relator
- Parecer da Comissão

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei atribui responsabilidade solidária por descumprimento da legislação que disciplina a oferta e as formas de afixação de preços para o consumidor à entidade responsável pela administração de “shopping”, centro de compras ou local de comércio equivalente, e dá outras providências.

§ 1º Para os fins desta lei:

I - o termo “administradora” compreende qualquer espécie de associação, inclusive consórcio ou equivalente, sociedade, ainda que despersonalizada, e à pessoa natural, estabelecida ou não como empresário individual, responsável pela administração de “shopping”, centro de compras ou local de comércio assemelhado;

II – o termo “administrado” compreende o estabelecimento comercial ou de prestação de serviços e a unidade de loja, ponto, escritório ou outro, de qualquer natureza, que se subordine ao disposto 2 na Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, e demais normas legais e regulamentares que disciplinem a oferta e as formas de afixação de preços ao consumidor.

Art. 2º A administradora responde solidariamente com o administrado pelo descumprimento do disposto nas normas referidas no inciso II do art. 1º, nos seguintes casos, pela ordem:

I – deixar de incluir, no contrato, convenção ou instrumento correspondente à atividade de administração aqui referida, o direito da administradora realizar inspeção interna trimestral, diretamente ou por terceiros, para a verificação do atendimento das normas legais e regulamentares pertinentes ao disposto nesta lei, bem como de incluir a previsão de multa em valor não inferior à praticada pelo órgão competente de defesa do consumidor da localidade;

II - deixar de realizar a inspeção referida na parte inicial do inciso I;

II – omitir no relatório da inspeção o descumprimento das normas em questão;

III – deixar de notificar o administrado para que regularize a situação no prazo de 48 horas, devendo fazê-lo a qualquer tempo e reiteradamente, inclusive quando decorrente de reclamação feita por consumidor ou outro administrado;

IV – deixar de aplicar ou se vier a relevar a multa contratual referida na parte final do inciso I, salvo se o administrado comprovar documentalmente, no prazo de 7 (sete) dias da notificação acima, que está aguardando a realização de providências como entrega de equipamento, ampliação ou redimensionamento do espaço de atendimento, ou apresentar declaração do órgão competente de defesa do consumidor da localidade de que está isento do atendimento à norma questionada pela administradora;

V – deixar de notificar o órgão competente de defesa do consumidor da localidade, no prazo de 7 (sete) dias subseqüente ao prazo fixado no inciso III, em caso de o administrado não atender à notificação da administradora e não apresentar a esta a devida justificativa ou certidão referidas no inciso IV.

Parágrafo único. É proibida cláusula contratual, avença ou ajuste que desobrigue ou de qualquer modo atenue as disposições deste artigo.

Art. 3º Sem prejuízo do disposto nesta lei, a assembleia dos condôminos ou, se for o caso, o contrato de adesão poderão atribuir à administradora, por maioria simples, o direito de que a inspeção referida neste artigo alcance a verificação do cumprimento de outras normas administrativas por parte dos administrados, especialmente as de segurança, as sanitárias e as pertinentes aos direitos do consumidor em geral, em colaboração e sob orientação do Poder Público, desde que devidamente especificadas em cláusula do instrumento regulamentar da relação entre as partes.

Parágrafo único. A falta de previsão contratual não exime a administradora da responsabilidade solidária, nem a exime da culpa concorrente pela inobservância de norma referida nesta lei e não haja notificado o administrado, inclusive durante o período de “vacatio legis”.

Art. 3º Esta lei entra em vigor no prazo de 90 (noventa) dias contados da sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

O projeto de lei ora proposto visa a contribuir para tornar efetivas as disposições da Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, que “Dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor” e do Decreto nº 5.903, de 20 de setembro de 2006, o qual, nos termos de seu art. 1º, além de regulamentar o diploma legal, também “dispõe sobre as práticas infracionais que atentam contra o direito básico do consumidor de obter informação adequada e clara sobre produtos e serviços, previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990”.

Para se ter idéia da relevância e das especificidades do disciplinamento acima referido, confiram-se excertos do decreto regulamentador:

Art. 2º Os preços de produtos e serviços deverão ser informados adequadamente, de modo a garantir ao consumidor a correção, clareza, precisão, ostensividade e legibilidade das informações prestadas.

§ 1º Para efeito do disposto no **caput** deste artigo, considera-se:

I - correção, a informação verdadeira que não seja capaz de induzir o consumidor em erro;

II - clareza, a informação que pode ser entendida de imediato e com facilidade pelo consumidor, sem abreviaturas que dificultem a sua compreensão, e sem a necessidade de qualquer interpretação ou cálculo;

III - precisão, a informação que seja exata, definida e que esteja física ou visualmente ligada ao produto a que se refere, sem nenhum embaraço físico ou visual interposto;

IV - ostensividade, a informação que seja de fácil percepção, dispensando qualquer esforço na sua assimilação; e

V - legibilidade, a informação que seja visível e indelével.

Art. 3º O preço de produto ou serviço deverá ser informado discriminando-se o total à vista.

Parágrafo único. No caso de outorga de crédito, como nas hipóteses de financiamento ou parcelamento, deverão ser também discriminados:

I - o valor total a ser pago com financiamento;

II - o número, periodicidade e valor das prestações;

III - os juros; e

IV - os eventuais acréscimos e encargos que incidirem sobre o valor do financiamento ou parcelamento.

Art. 4º Os preços dos produtos e serviços expostos à venda devem ficar sempre visíveis aos consumidores enquanto o estabelecimento estiver aberto ao público.

Parágrafo único. A montagem, rearranjo ou limpeza, se em horário de funcionamento, deve ser feito sem prejuízo das informações relativas aos preços de produtos ou serviços expostos à venda.

Art. 5º Na hipótese de afixação de preços de bens e serviços para o consumidor, em vitrines e no comércio em geral, de que trata o inciso I do art. 2º da Lei no 10.962, de 2004, a etiqueta ou similar afixada diretamente no produto exposto à venda deverá ter sua face principal voltada ao consumidor, a fim de garantir a pronta visualização do preço, independentemente de solicitação do consumidor ou intervenção do comerciante.

Parágrafo único. Entende-se como similar qualquer meio físico que esteja unido ao produto e gere efeitos visuais equivalentes aos da etiqueta.

[...]

Art. 9º Configuram infrações ao direito básico do consumidor à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, sujeitando o

infrator às penalidades previstas na Lei no 8.078, de 1990, as seguintes condutas:

- I - utilizar letras cujo tamanho não seja uniforme ou dificulte a percepção da informação, considerada a distância normal de visualização do consumidor;
- II - expor preços com as cores das letras e do fundo idêntico ou semelhante;
- III - utilizar caracteres apagados, rasurados ou borrados;
- IV - informar preços apenas em parcelas, obrigando o consumidor ao cálculo do total;
- V - informar preços em moeda estrangeira, desacompanhados de sua conversão em moeda corrente nacional, em caracteres de igual ou superior destaque;
- VI - utilizar referência que deixa dúvida quanto à identificação do item ao qual se refere;
- VII - atribuir preços distintos para o mesmo item; e
- VIII - expor informação redigida na vertical ou outro ângulo que dificulte a percepção.

A contribuição oferecida aponta no sentido de obter a colaboração das entidades administradoras de “shopping centers” e de centros de compras similares, equivalentes ou assemelhados, tornando-as solidariamente responsáveis com o lojista que descumprir os elevados preceitos das normas que disciplinam a informação, ao consumidor, sobre os preços efetivamente cobrados pelos estabelecimentos integrantes de centros de compras.

Como é sabido, muitos conjuntos comerciais se aproveitam do elevado grau de proteção que a atuação conjunta, via condomínios ou administrações, pode trazer ao grupo de fornecedores a eles associados, por vezes mascarando o cumprimento de normas da Administração (como as sanitárias e de segurança), assim como aquelas voltadas para a defesa do consumidor.

O que não se pode permitir é um locupletamento que esvazie o grito do consumidor, caso que se apresenta quando grande parte das lojas, em um centro de compras, incorre em descumprimento das normas legais, fazendo parecer que, na verdade, o correto seria o que se faz na prática e não, a previsão legal.

Nos tempos de hoje, quando os valores morais e a honestidade cedem lugar à obtenção de lucro máximo e de vantagens exacerbadas, sob qualquer estratégia, e diante da incapacidade ou inação do Poder Público, é preciso agir com criatividade e proatividade, tirando partido, em prol da sociedade, do fenômeno da publicização da atividade administrativa como subsidiário da ação governamental.

Mesmo que assim não fosse, sempre é tempo e oportuno ampliar a mentalidade de colaboração da iniciativa privada para com os interesses do Estado Social, visando ao bem maior que é assegurar o direito constitucional que o consumidor tem à sua proteção, especialmente em termos preventivos, para o que muito podem colaborar as associações, sociedades ou outras entidades de administração compartilhada, condominiais ou de interesses coletivos, cuja atuação pode produzir significativos efeitos difusos sobre a sociedade, coibindo os desmandos, a desobediência e a atuação desregrada dos fornecedores.

Em face do exposto, submetemos o presente projeto de lei à apreciação desta Casa Legislativa, contando com o apoio e a aprovação de seus membros para obter a concretização da presente iniciativa e, mais que isso, de seus elevados objetivos.

Sala das Sessões, em 08 de julho de 2015.

DEPUTADO VINICIUS CARVALHO

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

LEI N° 10.962, DE 11 DE OUTUBRO DE 2004

Dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

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

Art. 1º Esta Lei regula as condições de oferta e afixação de preços de bens e serviços para o consumidor.

Art. 2º São admitidas as seguintes formas de afixação de preços em vendas a varejo para o consumidor:

I - no comércio em geral, por meio de etiquetas ou similares afixados diretamente nos bens expostos à venda, e em vitrines, mediante divulgação do preço à vista em caracteres legíveis;

II - em auto-serviços, supermercados, hipermercados, mercearias ou estabelecimentos comerciais onde o consumidor tenha acesso direto ao produto, sem

intervenção do comerciante, mediante a impressão ou afixação do preço do produto na embalagem, ou a afixação de código referencial, ou ainda, com a afixação de código de barras.

Parágrafo único. Nos casos de utilização de código referencial ou de barras, o comerciante deverá expor, de forma clara e legível, junto aos itens expostos, informação relativa ao preço à vista do produto, suas características e código.

Art. 3º Na impossibilidade de afixação de preços conforme disposto no art. 2º, é permitido o uso de relações de preços dos produtos expostos, bem como dos serviços oferecidos, de forma escrita, clara e acessível ao consumidor.

Art. 4º Nos estabelecimentos que utilizem código de barras para apreçamento, deverão ser oferecidos equipamentos de leitura ótica para consulta de preço pelo consumidor, localizados na área de vendas e em outras de fácil acesso.

§ 1º O regulamento desta Lei definirá, observados, dentre outros critérios ou fatores, o tipo e o tamanho do estabelecimento e a quantidade e a diversidade dos itens de bens e serviços, a área máxima que deverá ser atendida por cada leitora ótica.

§ 2º Para os fins desta Lei, considera-se área de vendas aquela na qual os consumidores têm acesso às mercadorias e serviços oferecidos para consumo no varejo, dentro do estabelecimento.

Art. 5º No caso de divergência de preços para o mesmo produto entre os sistemas de informação de preços utilizados pelo estabelecimento, o consumidor pagará o menor dentre eles.

Art. 6º (VETADO)

Art. 7º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 11 de outubro de 2004; 183º da Independência e 116º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Márcio Thomaz Bastos

DECRETO N° 5.903, DE 20 DE SETEMBRO DE 2006

Regulamenta a Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, e a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e na Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004,

DECRETA:

Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, e dispõe sobre as práticas infracionais que atentam contra o direito básico do consumidor de obter informação adequada e clara sobre produtos e serviços, previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 2º Os preços de produtos e serviços deverão ser informados adequadamente, de modo a garantir ao consumidor a correção, clareza, precisão, ostensividade e legibilidade das informações prestadas.

§ 1º Para efeito do disposto no *caput* deste artigo, considera-se:

I - correção, a informação verdadeira que não seja capaz de induzir o consumidor em erro;

II - clareza, a informação que pode ser entendida de imediato e com facilidade pelo consumidor, sem abreviaturas que dificultem a sua compreensão, e sem a necessidade de qualquer interpretação ou cálculo;

III - precisão, a informação que seja exata, definida e que esteja física ou visualmente ligada ao produto a que se refere, sem nenhum embaraço físico ou visual interposto;

IV - ostensividade, a informação que seja de fácil percepção, dispensando qualquer esforço na sua assimilação; e

V - legibilidade, a informação que seja visível e indelével.

Art. 3º O preço de produto ou serviço deverá ser informado discriminando-se o total à vista.

Parágrafo único. No caso de outorga de crédito, como nas hipóteses de financiamento ou parcelamento, deverão ser também discriminados:

I - o valor total a ser pago com financiamento;

II - o número, periodicidade e valor das prestações;

III - os juros; e

IV - os eventuais acréscimos e encargos que incidirem sobre o valor do financiamento ou parcelamento.

Art. 4º Os preços dos produtos e serviços expostos à venda devem ficar sempre visíveis aos consumidores enquanto o estabelecimento estiver aberto ao público.

Parágrafo único. A montagem, rearranjo ou limpeza, se em horário de funcionamento, deve ser feito sem prejuízo das informações relativas aos preços de produtos ou serviços expostos à venda.

Art. 5º Na hipótese de afixação de preços de bens e serviços para o consumidor, em vitrines e no comércio em geral, de que trata o inciso I do art. 2º da Lei nº 10.962, de 2004, a etiqueta ou similar afixada diretamente no produto exposto à venda deverá ter sua face principal voltada ao consumidor, a fim de garantir a pronta visualização do preço, independentemente de solicitação do consumidor ou intervenção do comerciante.

Parágrafo único. Entende-se como similar qualquer meio físico que esteja unido ao produto e gere efeitos visuais equivalentes aos da etiqueta.

Art. 6º Os preços de bens e serviços para o consumidor nos estabelecimentos comerciais de que trata o inciso II do art. 2º da Lei nº 10.962, de 2004, admitem as seguintes modalidades de afixação:

I - direta ou impressa na própria embalagem;

II - de código referencial; ou

III - de código de barras.

§ 1º Na afixação direta ou impressão na própria embalagem do produto, será observado o disposto no art. 5º deste Decreto.

§ 2º A utilização da modalidade de afixação de código referencial deverá atender às seguintes exigências:

I - a relação dos códigos e seus respectivos preços devem estar visualmente unidos e próximos dos produtos a que se referem, e imediatamente perceptível ao consumidor, sem a necessidade de qualquer esforço ou deslocamento de sua parte; e

II - o código referencial deve estar fisicamente ligado ao produto, em contraste de cores e em tamanho suficientes que permitam a pronta identificação pelo consumidor.

§ 3º Na modalidade de afixação de código de barras, deverão ser observados os seguintes requisitos:

I - as informações relativas ao preço à vista, características e código do produto deverão estar a ele visualmente unidas, garantindo a pronta identificação pelo consumidor;

II - a informação sobre as características do item deve compreender o nome, quantidade e demais elementos que o particularizem; e

III - as informações deverão ser disponibilizadas em etiquetas com caracteres ostensivos e em cores de destaque em relação ao fundo.

Art. 7º Na hipótese de utilização do código de barras para apreçamento, os fornecedores deverão disponibilizar, na área de vendas, para consulta de preços pelo consumidor, equipamentos de leitura ótica em perfeito estado de funcionamento.

§ 1º Os leitores óticos deverão ser indicados por cartazes suspensos que informem a sua localização.

§ 2º Os leitores óticos deverão ser dispostos na área de vendas, observada a distância máxima de quinze metros entre qualquer produto e a leitora ótica mais próxima.

§ 3º Para efeito de fiscalização, os fornecedores deverão prestar as informações necessárias aos agentes fiscais mediante disponibilização de croqui da área de vendas, com a identificação clara e precisa da localização dos leitores óticos e a distância que os separa, demonstrando graficamente o cumprimento da distância máxima fixada neste artigo.

Art. 8º A modalidade de relação de preços de produtos expostos e de serviços oferecidos aos consumidores somente poderá ser empregada quando for impossível o uso das modalidades descritas nos arts. 5º e 6º deste Decreto.

§ 1º A relação de preços de produtos ou serviços expostos à venda deve ter sua face principal voltada ao consumidor, de forma a garantir a pronta visualização do preço, independentemente de solicitação do consumidor ou intervenção do comerciante.

§ 2º A relação de preços deverá ser também afixada, externamente, nas entradas de restaurantes, bares, casas noturnas e similares.

Art. 9º Configuram infrações ao direito básico do consumidor à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, sujeitando o infrator às penalidades previstas na Lei nº 8.078, de 1990, as seguintes condutas:

I - utilizar letras cujo tamanho não seja uniforme ou dificulte a percepção da informação, considerada a distância normal de visualização do consumidor;

II - expor preços com as cores das letras e do fundo idêntico ou semelhante;

III - utilizar caracteres apagados, rasurados ou borrados;

IV - informar preços apenas em parcelas, obrigando o consumidor ao cálculo do total;

V - informar preços em moeda estrangeira, desacompanhados de sua conversão em moeda corrente nacional, em caracteres de igual ou superior destaque;

VI - utilizar referência que deixa dúvida quanto à identificação do item ao qual se refere;

VII - atribuir preços distintos para o mesmo item; e

VIII - expor informação redigida na vertical ou outro ângulo que dificulte a percepção.

Art. 10. A aplicação do disposto neste Decreto dar-se-á sem prejuízo de outras normas de controle incluídas na competência de demais órgãos e entidades federais.

Parágrafo único. O disposto nos arts. 2º, 3º e 9º deste Decreto aplica-se às contratações no comércio eletrônico. (*Parágrafo acrescido pelo Decreto nº 7.962, de 15/3/2013, publicado no DOU Edição Extra de 15/3/2013, em vigor sessenta dias após a data de sua publicação*)

Art. 11. Este Decreto entra em vigor noventa dias após sua publicação.

Brasília, 20 de setembro de 2006; 185º da Independência e 118º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Márcio Thomaz Bastos

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.

.....
.....

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

I – RELATÓRIO:

O Projeto de Lei nº 2.305/2015, de autoria do ilustre Deputado Vinícius Carvalho, atribui responsabilidade solidária à entidade responsável pela administração de shopping center, centro de compras ou equivalente – denominada “administradora” –, por infração contra legislação que disciplina a oferta e as formas de afixação de preços para o consumidor praticada por estabelecimento comercial ou de prestação de serviços – denominado “administrado”.

A iniciativa prevê que a administradora inclua no contrato, convenção ou instrumento equivalente à atividade de administração firmado com o administrado, cláusula que permita, diretamente ou por terceiros, a realização de inspeções para verificar se o administrado cumpre a legislação referente à oferta e afixação de preços ao consumidor, bem como a imposição de multa ao administrado, em caso de não cumprimento da legislação. Conforme o disposto no projeto, a falta da previsão contratual não exime a administradora da responsabilidade solidária, nem de culpa concorrente pela inobservância das normas pelo administrado.

A proposição tramita em regime ordinário e submete-se à apreciação conclusiva das Comissões de Defesa do Consumidor; Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio e Constituição e Justiça e de Cidadania (Art. 54 RICD), respectivamente.

O debate realizado nesta Comissão na reunião do dia 05/04/2017, quando da discussão dos termos do meu parecer ao projeto de lei em exame, salientou a necessidade de alteração de pontos da proposição.

Neste sentido, acato a sugestão do Deputado Celso Russomanno ao defender que a responsabilidade descrita pelo Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) é a objetiva tendo como norte a proteção da parte mais fraca da relação de consumo e que estender à entidade responsável pela administração de “shopping”, centro de compras ou local de comércio equivalente a responsabilidade solidária por descumprimento da legislação que disciplina a oferta e as formas de afixação de preços para o consumidor poderia levar, ao fim, à não responsabilização pelo ilícito praticado.

Noutro giro, comungo da posição do nobre autor no “sentido de obter a colaboração das entidades administradoras de “shoppings centers” e de centros de compras e similares, equivalente ou assemelhados, atribuindo a estes o

dever de afixar placas que especifiquem a obrigatoriedade legal de informação ao consumidor de preços de produtos e serviços por parte de seus estabelecimentos integrantes”.

II – VOTO DO RELATOR:

Acreditamos que as medidas previstas na iniciativa contribuem para o aprimoramento da legislação consumerista já existente, sendo essenciais por oferecerem subsídios a uma maior efetividade na aplicação de tais normas e evitar seu desrespeito por parte de lojistas e/ou empresários.

Neste sentido, altero a ementa da proposta ora apresentada e voto pela aprovação do Projeto de Lei nº 2.305, de 2015, na forma do SUBSTITUTIVO apresentado.

Sala da Comissão, em 19 de abril de 2017.

Deputado Márcio Marinho

Relator

1º SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI N.º 2.305, DE 2015

Determina ser dever da entidade responsável pela administração de “shopping”, centro de compras ou local de comércio assemelhado a afixação de placas que especifiquem a obrigatoriedade legal de informação ao consumidor de preços de produtos e serviços por parte de seus estabelecimentos integrantes.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei determina ser dever da entidade responsável pela administração de “shopping”, centro de compras ou local de comércio equivalente, de afixar placas, que especifiquem a obrigatoriedade legal de informação ao consumidor de preços de produtos e serviços, de modo a garantir a correção, clareza, precisão, ostensividade e legibilidade das

informações prestadas por parte dos estabelecimentos integrantes de centros de compras.

§ 1º Para os fins desta lei:

I – o termo “administradora” compreende qualquer espécie de associação, inclusive consórcio ou equivalente, sociedade, ainda que despersonalizada, e à pessoa natural, estabelecida ou não como empresário individual, responsável pela administração de “shopping”, centro de compras ou local de comércio assemelhado;

II – as placas informativas deverão ser afixadas em locais de intenso fluxo de pessoas, com fácil e clara identificação do dever legal do cumprimento da legislação consumerista que disciplina a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor, a discriminação das penalidades previstas em lei por infrações ao direito à informação adequada e a especificação do contato do órgão de defesa do consumidor local para denúncias e reclamações.

§ 2º O regulamento desta Lei definirá, observados, dentre outros critérios ou fatores, o tipo e o tamanho das placas e a área máxima que deverá ser atendida e deverá ser expedido em até 90 (noventa) dias da vigência desta Lei pelas Juntas Comerciais locais.

§ 3º O não atendimento às disposições desta Lei sujeita o infrator às sanções, a serem aplicadas pela autoridade fiscalizatória nos termos e valores da dosimetria estabelecida pelos órgãos de defesa do consumidor nos Estados e Distrito Federal.

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

Sala da Comissão, em 19 de abril de 2017.

Deputado Márcio Marinho
Relator

EMENDA SUBSTITUTIVA

Art. 1º Dê-se ao inciso II do § 1º e ao § 2º do Art. 1º do PL nº 2.305/16, a seguinte redação:

“Art. 1º

§ 1º

.....

II – as placas informativas deverão ser afixadas em locais de intenso fluxo de pessoas, com fácil e clara identificação do dever legal do cumprimento da legislação consumerista estabelecida na Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004 e deverão atender às seguintes especificações:

- a) a distância entre duas placas consecutivas deve ser de no máximo 15,0 m;
- b) o comprimento deve respeitar as dimensões básicas entre 60 cm e 80 cm;
- c) deve conter o seguinte texto: O lojista é responsável pela afixação em vitrines do preço à vista de produtos e serviços em caracteres legíveis e, nas hipóteses de financiamento ou parcelamento, deverão ser discriminados: o valor total a ser pago com o financiamento; o número, periodicidade e valor das prestações; juros e acréscimos. A não observância do disposto configura infração ao direito do consumidor e deve ser notificada ao DISQUE PROCON 151.

§ 2º O não atendimento às disposições desta Lei configura infração ao direito básico do consumidor à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, sujeitando o infrator às penalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 1990.

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

(NR)

JUSTIFICAÇÃO

A proposta apresentada através do Projeto de Lei em epígrafe e, posteriormente, aperfeiçoada pelo nobre Relator com as sugestões discutidas em reunião ordinária objetivam, em última instância, proteger o consumidor contra os abusos da não observância da Lei da Precificação.

A sugestão ora colacionada busca tornar imediata a aplicação da norma ao trazer para o corpo do ordenamento legal as especificações das placas informativas dispensando, portanto, a necessidade de regulamentação. Outrossim,

direciona a sanção a ser aplicada em caso de descumprimento do preceito posto à seara do Código de Defesa do Consumidor.

Neste sentido, contamos com o apoio do nobre Relator e demais pares em torno da presente emenda.

Sala da Comissão, em 3 de maio de 2017.

**Deputado Celso Russomanno
(PRB/SP)**

PARECER À EMENDA APRESENTADA AO SUBSTITUTIVO

I – RELATÓRIO:

O Projeto de Lei em epígrafe, de autoria do Deputado Vinícius Carvalho, pretende tornar mais efetivas as disposições da intitulada Lei da Precificação através da colaboração das entidades administradoras de “shoppings centers” e de centros de compras similares, equivalente ou assemelhados.

Ultrapassado o prazo regimental para emendamento do Substitutivo apresentado, este recebeu, sugestões do Deputado Celso Russomanno que aprimoraram o conteúdo da proposta apresentada, as quais estamos adotando e fazendo constar do nosso parecer.

II – VOTO DO RELATOR:

Reiteramos que as medidas previstas na iniciativa contribuem para o aprimoramento da legislação consumerista já existente, sendo essenciais por oferecerem subsídios a uma maior efetividade na aplicação de tais normas, em especial, da Lei da Precificação aqui defendida através da colaboração da entidade responsável pela administração de “shopping”, centro de compras ou local de comércio assemelhado através da afixação de placas que especifiquem a obrigatoriedade legal de informação ao consumidor de preços de produtos e serviços por parte de seus estabelecimentos integrantes.

Neste sentido, decidimos acolher a Emenda nº 1 ao Substitutivo, apresentada nesta Comissão, a qual efetiva a proposta apresentada pelo Deputado

Vinícius Carvalho. Desta forma, votamos pela **APROVAÇÃO** do Projeto de Lei nº 2.305, de 2015, e da Emenda nº 1, na forma de um **segundo Substitutivo anexo**.

Sala da Comissão, em 9 de agosto de 2017.

Deputado Márcio Marinho
Relator

2º SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI N.º 2.305, DE 2015

Determina ser dever da entidade responsável pela administração de “shopping”, centro de compras ou local de comércio assemelhado a afixação de placas que especifiquem a obrigatoriedade legal de informação ao consumidor de preços de produtos e serviços por parte de seus estabelecimentos integrantes.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei determina ser dever da entidade responsável pela administração de “shopping”, centro de compras ou local de comércio equivalente, a afixação de placas que especifiquem a obrigatoriedade legal de informação ao consumidor de preços de produtos e serviços, de modo a garantir a correção, clareza, precisão, ostensividade e legibilidade das informações prestadas por parte dos estabelecimentos integrantes de centros de compras.

Parágrafo único. Para os fins desta lei:

I – o termo “administradora” compreende qualquer espécie de associação, inclusive consórcio ou equivalente, sociedade, ainda que despersonalizada, e a pessoa natural, estabelecida ou não como empresário individual, responsável pela administração de “shopping”, centro de compras ou local de comércio assemelhado;

II – as placas informativas deverão ser afixadas em locais de intenso fluxo de pessoas, com fácil e clara identificação do dever legal do cumprimento da legislação consumerista estabelecida na Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004 e deverão atender às seguintes especificações:

- a) a distância entre duas placas consecutivas deve ser de no máximo 15,0 m;
- b) o comprimento deve respeitar as dimensões básicas entre 60 cm e 80 cm;
- c) o texto deve ser o seguinte: O lojista é responsável pela afixação em vitrines do preço à vista de produtos e serviços em caracteres legíveis e, nas hipóteses de financiamento ou parcelamento, deverão ser discriminados: o valor total a ser pago com o financiamento; o número, periodicidade e valor das prestações; juros e acréscimos. A não observância do disposto configura infração ao direito do consumidor e deve ser notificada ao DISQUE PROCON 151.

Art. 2º O não atendimento às disposições desta Lei configura infração ao direito básico do consumidor à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, sujeitando o infrator às penalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

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

Sala da Comissão, em 9 de agosto de 2017.

**Deputado Márcio Marinho
Relator**

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou, com substitutivo, o Projeto de Lei nº 2.305/2015 e a emenda apresentada ao Substitutivo, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Márcio Marinho. O Deputado Ricardo Izar apresentou voto em separado.

Estiveram presentes os Senhores Deputados: Rodrigo Martins - Presidente, João Fernando Coutinho, Ricardo Izar e Eros Biondini - Vice-Presidentes, Antônio Jácome, Aureo, Carlos Eduardo Cadoca, Celso Russomanno, César Halum, Chico Lopes, Deley, Eli Corrêa Filho, Ivan Valente, José Carlos Araújo, Maria Helena, Sérgio Brito, Severino Ninho, Weliton Prado, Ademir Camilo, Átila Lira, Carlos Henrique Gaguim, Jose Stédile, Lucas Vergilio e Moses Rodrigues.

Sala da Comissão, em 16 de agosto de 2017.

**Deputado RODRIGO MARTINS
Presidente**

SUBSTITUTIVO ADOTADO PELA CDC AO PL N.º 2.305, DE 2015

Determina ser dever da entidade responsável pela administração de “shopping”, centro de compras ou local de comércio assemelhado a afixação de placas que especifiquem a obrigatoriedade legal de informação ao consumidor de preços de produtos e serviços por parte de seus estabelecimentos integrantes.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei determina ser dever da entidade responsável pela administração de “shopping”, centro de compras ou local de comércio equivalente, a afixação de placas que especifiquem a obrigatoriedade legal de informação ao consumidor de preços de produtos e serviços, de modo a garantir a correção, clareza, precisão, ostensividade e legibilidade das informações prestadas por parte dos estabelecimentos integrantes de centros de compras.

Parágrafo único. Para os fins desta lei:

I – o termo “administradora” compreende qualquer espécie de associação, inclusive consórcio ou equivalente, sociedade, ainda que despersonalizada, e a pessoa natural, estabelecida ou não como empresário individual, responsável pela administração de “shopping”, centro de compras ou local de comércio assemelhado;

II – as placas informativas deverão ser afixadas em locais de intenso fluxo de pessoas, com fácil e clara identificação do dever legal do cumprimento da legislação consumerista estabelecida na Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004 e deverão atender às seguintes especificações:

- a) a distância entre duas placas consecutivas deve ser de no máximo 15,0 m;
- b) o comprimento deve respeitar as dimensões básicas entre 60 cm e 80 cm;
- c) o texto deve ser o seguinte: O lojista é responsável pela afixação em vitrines do preço à vista de produtos e serviços em caracteres legíveis e, nas hipóteses de financiamento ou

parcelamento, deverão ser discriminados: o valor total a ser pago com o financiamento; o número, periodicidade e valor das prestações; juros e acréscimos. A não observância do disposto configura infração ao direito do consumidor e deve ser notificada ao DISQUE PROCON 151.

Art. 2º O não atendimento às disposições desta Lei configura infração ao direito básico do consumidor à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, sujeitando o infrator às penalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

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

Sala da Comissão, em 16 de agosto de 2017.

Deputado **RODRIGO MARTINS**
Presidente

VOTO EM SEPARADO DO DEPUTADO RICARDO IZAR

I - RELATÓRIO:

Conforme já mencionado pelo Autor da proposição, o presente projeto visa tornar as entidades administradoras de Shopping Centers e de centros de compras similares, equivalentes ou assemelhados, solidariamente responsáveis com o lojista que descumprir as normas que disciplinam a informação ao consumidor, sobre os preços efetivamente cobrados pelos estabelecimentos integrantes de centros de compras.

Sob o entendimento ampliativo acerca da responsabilidade dos Shopping Centers, o Autor da proposição pretende inovar e estabelecer uma nova forma de responsabilização civil, que repercute nos próprios estabelecimentos comerciais, independentemente do vínculo estabelecido entre as partes envolvidas.

II - VOTO:

Vale, inicialmente, manifestar a discordância com a opção de ampliar a responsabilidade civil dos Shopping Centers, haja vista que o vínculo contratual entre os administradores com os lojistas versa, estritamente, sobre locação. O que, evidentemente, altera por completo a possibilidade de responsabilização do Shopping em detrimento de descumprimento legal concretizado por eventual lojista, pois a

atividade desempenhada pelo Shopping não se integra com a efetivada pelo lojista, pois se trata de expertise diversa. Conforme disposto no Código Civil (Lei nº 10.406/2002), acerca da responsabilidade civil, convém ilustrar como atualmente vige:

TÍTULO IX

Da Responsabilidade Civil

Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.

Parágrafo único. *Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.*

Ainda assim, o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) dispõe sobre eventual apuração de falha no produto e/ou serviço prestado ao consumidor, de modo que, a responsabilidade objetiva integra todas as partes que formam a cadeia de fornecimento do produto, excetuando, neste caso, aos Shoppings, pois o ramo da atividade empresarial é completamente diferente, vide transcrição abaixo:

SEÇÃO III

Da Responsabilidade por Vício do Produto e do Serviço

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com as indicações constantes do recipiente,

da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

Nesse mesmo sentido, poderá incorrer, ainda, a ampliação de tantas outras responsabilizações, como, por exemplo, a responsabilidade solidária trabalhista, que, por completo, inviabilizaria a atividade de Shoppings no país. Convém, da mesma forma, ressaltar a importância da indústria de Shopping Center no Brasil, que, tendo em vista sua consolidação, atualmente, é um dos grandes propulsores da geração de empregos, além de ser um grande contribuinte ao erário público, fora isso, esses empreendimentos estão inseridos em um contexto social muito maior, principalmente nas grandes metrópoles em que já não há mais opções de lazer e entretenimento, sendo, portanto, mais do que um local que reúne várias lojas, mas, sim, um grande prestador de serviço para tantos outros afazeres do cotidiano da sociedade contemporânea.

Impulsionar uma responsabilidade compartilhada entre empreendedor de shopping centers e lojistas com base nas regras e diretrizes que regem as relações de consumo, alterando substancialmente os princípios consagrados pelo mesmo diploma legal, traria enorme insegurança jurídica para toda relação comercial existente entre os autores daquele negócio jurídico.

No mais, tal proposta repercutiria no enfraquecimento do negócio de Shoppings, tornando o setor insustentável, tendo em vista que o escopo da atividade teria de mudar por completo o modo como se opera, causando, desta maneira, imensurável dano à iniciativa privada e, em decorrência disso, à sociedade brasileira.

III – CONCLUSÃO

Diante dos fatos narrados acima, bem como os argumentos apresentados e propostos, principalmente, pela extrema relevância da matéria em questão, **manifestamo-nos pela REJEIÇÃO TOTAL do Projeto de Lei nº 2.305/2015.**

Sala da Comissão, em 14 de dezembro de 2016.

**Deputado RICARDO IZAR
PP/SP**

COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS

I - RELATÓRIO

A presente proposição atribui responsabilidade solidária por descumprimento da legislação que disciplina a oferta e as formas de afixação de preços para o consumidor à entidade responsável pela administração de “shopping”, centro de compras ou local de comércio equivalente.

A administradora responde solidariamente com o administrado nos seguintes casos, pela ordem:

- a) deixar de incluir, no contrato, convenção ou instrumento correspondente à atividade de administração aqui referida, o direito da administradora realizar inspeção interna trimestral, diretamente ou por terceiros, para a verificação do atendimento das normas legais e regulamentares pertinentes ao disposto nesta lei, bem como de incluir a previsão de multa em valor não inferior à praticada pelo órgão competente de defesa do consumidor da localidade;
- b) deixar de realizar a inspeção referida em “a”;
- c) omitir no relatório de inspeção, o descumprimento das normas em questão;
- d) deixar de notificar o administrado para que regularize a situação no prazo de 48 horas, devendo fazê-lo a qualquer tempo e reiteradamente, inclusive quando decorrente de reclamação feita por consumidor ou outro administrado;
- e) deixar de aplicar ou se vier a relevar a multa contratual referida no item “a”;
- f) deixar de notificar o órgão competente de defesa do consumidor da localidade em caso de o administrado não atender à notificação da administradora e não apresentar a esta a devida justificativa.

A assembleia dos condôminos ou, se for o caso, o contrato de adesão, poderão atribuir à administradora, por maioria simples, o direito de que a inspeção

alcance a verificação do cumprimento de outras normas administrativas por parte dos administrados, especialmente as de segurança, as sanitárias e as pertinentes aos direitos do consumidor em geral, em colaboração e sob orientação do Poder Público.

Além desta Comissão, a presente proposição foi distribuída às Comissões de Defesa do Consumidor e Constituição e Justiça e de Cidadania, estando sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões em regime de tramitação ordinária. O projeto já teve parecer favorável da Comissão de Defesa do Consumidor.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

Informação é um insumo fundamental para que uma transação econômica gere valor para ambas as partes. A informação sobre preços, em especial, constitui peça fundamental do processo decisório do consumidor. Isso porque seu interesse pela aquisição do produto é inversamente proporcional ao preço a ser pago.

Daí que há frequentemente da parte do vendedor um interesse em não afixar o preço no produto para que o cliente não assuste com o valor e fique apenas na vitrine. O consumidor, neste caso, se vê privado desta variável fundamental que define se cabe iniciar a avaliação da compra ou não.

A administração do shopping, por sua vez, pode ter também todo o interesse em ser conivente com tal comportamento de forma a contribuir com o processo de maximização do lucro do lojista. Sendo em alguma medida sócio deste último, a administração do shopping acaba se beneficiando da própria negligência.

De outro lado, a administração do shopping está em uma posição particularmente privilegiada para efetuar a fiscalização do cumprimento de tal obrigação. Na verdade, constitui praticamente uma fiscalização gratuita dado que a administração estará obrigatoriamente no convívio diário com o lojista, bastando uma rápida inspeção na loja.

Isso torna o processo de fiscalização muito mais eficiente. Ademais, facilita para a fiscalização do direito do consumidor em geral tratar com uma administração de shopping do que com vários lojistas ao mesmo tempo.

De forma muito coerente e sábia a Comissão de Defesa do Consumidor fez alterações no texto do Projeto de Lei que aprimoraram a redação original contribuindo para uma legislação ainda mais eficiente e benéfica ao consumidor assumindo um texto substitutivo efetivo.

Tendo em vista o exposto, somos **pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei 2.305, de 2015 e do SUBSTITUTIVO adotado pela Comissão de Defesa do Consumidor – CDC.**

Sala da Comissão, em 7 de novembro de 2017.

**Deputado LUCAS VERGILIO
Relator**

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou o Projeto de Lei nº 2.305/2015 e o Substitutivo Adotado pela Comissão de Defesa do Consumidor, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Lucas Vergilio.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Lucas Vergilio - Presidente, Vinicius Carvalho - Vice-Presidente, Augusto Coutinho , Cesar Souza, Helder Salomão, Jorge Côrte Real, José Fogaça , Marcos Reategui, Vaidon Oliveira, Walter Ihoshi, Covatti Filho, Enio Verri, Goulart, Herculano Passos, Sergio Vidigal, Vitor Lippi e Yeda Crusius.

Sala da Comissão, em 8 de novembro de 2017.

**Deputado LUCAS VERGILIO
Presidente**

FIM DO DOCUMENTO