

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 8.789, de 2017

Institui O “Dia Nacional do Cliente”, a ser comemorado anualmente no dia 15 de setembro.

Autor: Deputado Onyx Lorenzoni

Relator: Deputado José Carlos Araújo

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 8.789, de 2017, de autoria do nobre Deputado Onix Lorenzoni, tem por finalidade instituir o “ Dia Nacional do Cliente, a ser comemorado anualmente em 15 de setembro. O Autor esclarece que a proposição tem por objetivo qualificar as relações de consumo, mediante a realização de eventos e promoções, permitindo a interação também entre fornecedores e clientes , de forma a enfatizar e valorizar a fidelidade comercial, divulgando preceitos do Código de Defesa do Consumidor(Lei nº 8.078, de 1990). Salaria que a diferenciação entre a presente proposta, de criação do “ Dia do Cliente”, do já existente “ Dia do Consumidor”, comemorado em 15 de março, reside na própria diferenciação que existe entre ambos, qual seja: “ enquanto o consumidor é aquele que compra somente para seu próprio uso, o cliente é aquele que compra com habitualidade de um mesmo fornecedor, seja para consumo próprio, seja para venda ou outro processo produtivo.

A proposição foi distribuída para exame, em regime de tramitação ordinária e sujeita à apreciação conclusiva, das Comissões de Defesa do Consumidor e Constituição e Justiça e de Cidadania.

No prazo regimental não foram apresentadas emendas ao projeto.

É o Relatório.

II - VOTO DO RELATOR

O projeto em exame, que propõe a criação do “Dia Nacional do Cliente”, a ser comemorado anualmente em 15 de setembro, tem por escopo inserir no calendário cultural oficial mais uma data comemorativa, a exemplo de outras já consagradas, como “o Dia das Mães”, o “Dia dos Pais”, o “Dia das Crianças”, o “Dia da Mulher”, o “Dia dos Namorados”, o “Dia do Consumidor” dentre outros. Com muito bem cita o autor, todos esses eventos, bastantes divulgados, sugerem confraternização e provocam iniciativas comerciais que acabam por afetar positivamente a economia, dinamizando o comércio e propiciando aumento das vendas, do giro de recursos, e ampliação do emprego e da renda. A criação do dia do cliente teria assim o condão de também contribuir para a dinamização do comércio, propiciando efeitos positivos como ocorre nas demais datas tradicionais mencionadas.

Imaginamos que a presente proposição veio para análise desta Comissão, para examinarmos a sua compatibilidade com as normas do Código de Proteção e Defesa do Consumidor e com a data, já instituída, comemorativa do Dia do Consumidor, celebrada em 15 de março. É oportuno que se faça, então um exame acerca da analogia ou diferenciação entre a figura do Consumidor e a do Cliente, para melhor nos posicionarmos sobre a proposta do autor.

Com efeito, o Código de Defesa do Consumidor, em seus artigos 2º e 3º, define o seguinte:

“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.”

O Código, como se vê, conceitua a figura do consumidor, mas não menciona especificamente o substantivo ” cliente”. A diferença que o autor faz entre consumidor e cliente é sutil. Enquanto o primeiro é aquele “ que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, para uso próprio, o cliente compra com habitualidade de um mesmo fornecedor, seja para consumo próprio, seja para venda ou como insumo para outro processo produtivo.”

No nosso ver, esse conceito não é absoluto. Entendemos que cliente é o consumidor que usa os serviços ou consome os produtos de determinada empresa ou de profissionais, com habitualidade, com frequência. Assim considerando, vê-se que o que confere o conceito de Cliente é a habitualidade da sua relação com o fornecedor. É uma relação que pressupõe também uma certa fidelidade. Podemos citar como exemplo de consumidor/cliente a relação que ocorre com o usuário de serviços de telecomunicações, o usuário do cartão de crédito, o cliente bancário, o paciente médico ou doente, etc. Estes são consumidores, mas também são clientes, pela relação de habitualidade ou até mesmo de fidelidade para com o fornecedor ou prestador de serviço. Portanto, podemos afirmar que a única diferenciação entre as duas situações reside na condição de ser ou não a pessoa física ou jurídica a destinatária final do produto ou serviço. Cliente, portanto, pode enfeixar as condições de consumidor, e isso não é raro.

Feitas essas abordagens preliminares, e considerando que ao cliente pode ser dado, salvo raras exceções, o mesmo tratamento dispensado ao consumidor, não seria descabido imaginar que a comemoração do dia do cliente pudesse vir a ser feita no mesmo dia destinado ao consumidor, ou seja, 15 de março.

Em síntese, as questões que se apresentam são as seguintes: o dia do cliente deve ser comemorado juntamente com o dia do consumidor, ou em data específica, 15 de setembro, como proposto no projeto? A proposta é salutar? Afronta o Código de

Defesa do Consumidor? Contribui positivamente para o dinamismo do comércio e a melhoria das relações de consumo?

As nossas respostas são afirmativas, favoráveis ao intento.

Não vislumbro qualquer choque, conflito ou inconveniência em comemorar separadamente os dois eventos: em 15 de março e em 15 de setembro.

Na mesma linha do autor, julgamos que a instituição do dia do cliente, como proposto, pode vir a contribuir para o incremento do comércio, com reflexos positivos em outros segmentos. Concordamos que a data escolhida tende a criar um evento indutor do consumo, em um período do ano carente de atrativos para o incremento das vendas. Assim, nesta data, as empresas, entidades e profissionais liberais poderão fazer homenagens aos seus clientes, o que irá gerar um incremento em áreas como propaganda e marketing, indústria de entretenimento e comércio de brindes. Note-se que o mês escolhido, setembro, não registra evento de natureza semelhante, salvo a data comemorativa da Pátria, o Dia da Independência, 7 de setembro, com chamamento e características próprias.

Por último, cabe registrar que a comemoração do "Dia do Cliente", na mesma data de 15 de setembro, já foi estabelecida em várias Unidades da Federação, sendo o Estado do Rio Grande do Sul o pioneiro, tendo o Governo oficializado a data em 2003, a partir de um importante e persistente trabalho de convencimento levado a efeito por um conceituado empresário daquele Estado.

A proposição, portanto, no que concerne ao campo de exame desta Comissão, é positiva, capaz de contribuir para estreitar as relações comerciais entre fornecedores e consumidores e uma melhor difusão dos direitos e deveres das partes que conformam as relações de consumo.

Foge a esta Comissão se pronunciar sobre os aspectos culturais e legais relativos a proposição, os quais certamente serão analisados pela comissões competentes que nos sucederão no exame da matéria.

Conclusivamente, enaltecendo a importante iniciativa do autor, votamos pela aprovação do Projeto de Lei nº 8.789, de 2017.

Sala da Comissão, em de de 2018

Deputado José Carlos Araújo

Relator