

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 10.052, DE 2018

Altera a Lei nº 6.538, de 22 de junho de 1978, que dispõe sobre os Serviços Postais; e a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, para estabelecer a obrigatoriedade de oferta de mecanismo que permita o rastreamento da entrega de objetos postados, sempre que a contratação de fornecimento de produtos ocorrer fora do estabelecimento comercial.

Autor: Deputado CARLOS HENRIQUE GAGUIM

Relator: Deputado DELEY

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 10.052/2018, de autoria do ilustre Deputado Carlos Henrique Gaguim, objetiva obrigar os prestadores de serviços de transporte e entrega de mercadorias a disponibilizarem mecanismo que permita o rastreamento de encomendas postadas, sempre que a contratação do fornecimento do produto ocorrer fora do estabelecimento comercial.

Para tanto, promove duas alterações. A primeira delas acrescenta art. 12-A à Lei nº 6.538, de 1978, que dispõe sobre os Serviços Postais, para estabelecer que a entrega de objetos postados por meio do serviço postal de que trata o §3º, do art. 7º, da referida Lei, deve contar com ferramenta que possibilite o rastreamento das encomendas.

A segunda modificação proposta visa à inserção do art. 49-A, no Código de Proteção e Defesa do Consumidor, no sentido de obrigar o fornecedor de produto comercializado fora do estabelecimento comercial a realizar a entrega por meio de serviço que permita o rastreamento dessa encomenda.

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

Remetida à apreciação desta Comissão de Defesa do Consumidor, não houve apresentação de emendas no prazo regimental.

II - VOTO DO RELATOR

Vivenciamos uma nova era do consumo, marcada pela modernização das interações entre o fornecedor e o consumidor. A “globalização” das necessidades, o ritmo de vida frenético das grandes cidades e a diminuição das fronteiras da comunicação e da informação têm redesenhado as formas como as pessoas adquirem seus produtos e serviços.

Inserido nesse contexto, o varejo eletrônico vem impulsionando as transações comerciais sob uma nova dinâmica, em que quase tudo ocorre em tempo real. Trata-se de um modelo de negócio que traz consigo um perfil de consumidor que busca nas aquisições feitas à distância uma forma de aliar comodidade, praticidade e rapidez.

Contudo, o fato de a contratação se concretizar à distância não significa que deve ser entregue à sorte do acaso. O que muda é o ambiente da negociação: no entanto, as aspirações de consumo e as expectativas em torno da experiência de compra permanecem as mesmas. O consumidor que é atraído pelas facilidades do comércio virtual também anseia por ter em suas mãos o produto que adquiriu; portanto, nada mais justo que permitir que

acompanhe toda a logística e possa saber a exata localização da mercadoria pela qual já eventualmente já pagou.

Devemos registrar, ademais, que a modalidade de frete escolhido integra o ajuste firmado entre o fornecedor do produto e o seu cliente. Ao adquirir o produto, o consumidor paga, direta ou indiretamente, pelo transporte da mercadoria: bem sabemos que, ainda que o frete seja anunciado como grátis, certamente está diluído no preço dos itens ofertados. Desse modo, cabe ao fornecedor operacionalizar para que esse traslado se concretize na forma ajustada, sem prejuízo da sua responsabilidade por eventuais atrasos, extravios e danos provocados pela transportadora.

Fato é que, tendo o consumidor arcado com o custo do serviço de transporte e sendo dele destinatário, a sua adequada prestação deve, sim, compreender a obrigação, pelo fornecedor, de tornar acessível ao cliente a exata localização da sua encomenda, desde o momento da contratação até a entrega no endereço indicado. Trata-se, nada mais, que a materialização do dever de informar, tal qual previsto no art. 6º, III, do Código de Proteção e Defesa do Consumidor.

Noutra direção, como bem pontua o autor da iniciativa, a rastreabilidade dos produtos comercializados à distância reforça a confiança do consumidor em um segmento de mercado que segue em franca expansão. Matéria publicada pela FECOMERCIO-SP¹ notícia que mais de 55 milhões de brasileiros fizeram pelo menos uma compra virtual ao longo de 2017, representando um crescimento de 15% de consumidores em relação ao ano anterior.

Esse novo panorama, amparado por uma economia digital em constante crescimento, fomenta vários setores produtivos, sobretudo do ramo de logística e transporte. E, sem dúvidas, a medida proposta na iniciativa estimula o desenvolvimento do comércio à distância, tendo em vista que uma maior transparência nos serviços de entrega proporciona ao consumidor,

¹ <http://www.fecomercio.com.br/noticia/comercio-eletronico-fatua-r-47-bilhoes-em-2017-impulsionado-por-aumento-de-pedidos-1>. Acesso em 17/07/2018.

enquanto parte vulnerável, maior segurança e credibilidade para efetuar suas aquisições.

Certo de que a inovação contribuirá de forma positiva para o aprimoramento das relações entre fornecedores e consumidores, meu voto é pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 10.052, de 2018.

Sala da Comissão, em de de 2018.

Deputado DELEY
Relator