



CÂMARA DOS DEPUTADOS

## PROJETO DE LEI N.º 1.016, DE 2021

(Do Sr. Luizão Goulart)

Estabelece diretrizes para a criação da Plataforma Digital Pública de Empreendedorismo e Eficiência Econômica

### **DESPACHO:**

ÀS COMISSÕES DE:  
CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA;  
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO;  
INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS;  
TRABALHO, DE ADMINISTRAÇÃO E SERVIÇO PÚBLICO;  
FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO (MÉRITO E ART. 54, RICD); E  
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD).

EM RAZÃO DA DISTRIBUIÇÃO A MAIS DE TRÊS COMISSÕES DE MÉRITO, DETERMINO A CRIAÇÃO DE COMISSÃO ESPECIAL PARA ANALISAR A MATÉRIA, CONFORME O INCISO II DO ART. 34 DO RICD.

### **APRECIAÇÃO:**

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

(\*) Avulso atualizado em 17/4/23, em virtude de novo despacho.

# **PROJETO DE LEI N° , DE 2021**

## **(Do Sr.LUIZÃO GOULART)**

Estabelece diretrizes para a criação da Plataforma Digital Pública de Empreendedorismo e Eficiência Econômica

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece diretrizes para a criação da Plataforma Digital Pública de Empreendedorismo e Eficiência Econômica.

§1º A Plataforma Digital de Empreendedorismo e Eficiência Econômica será conhecida como “E-Commerce Público”.

§ 2º Será garantido pelos entes federativos uso de metodologias para garantir capacitação e formação dos usuários.

§ 3º Os entes federativos terão autonomia e garantia para desenvolver suas próprias plataformas de “E-Commerce Público”.

Art. 2º O Poder Executivo Federal criará e disponibilizará gratuitamente a qualquer interessado a Plataforma Digital Pública de Empreendedorismo e Eficiência Econômica (PDPEEE), que conterá, no mínimo as seguintes funcionalidades:

- I – Módulo de intermediação de prestação de serviços;
- II – Módulo de intermediação de venda de mercadorias;
- III – Módulo de leilões digitais;
- IV – Módulo de logística integrada;
- V – Módulo de apoio a compra eficiente;
- VI – Módulo de apoio ao empreendedorismo.



Documento eletrônico assinado por Luizão Goulart (REPUBLIC/PR), através do ponto SDR\_56463, na forma do art. 102, § 1º, do RICD c/ o art. 2º, do Ato da Mesa n. 80 de 2016.

Art. 3º O cadastramento na PDPEEE será facultativo tanto a entidades empresariais quanto a pessoas físicas e apenas será validado mediante o reconhecimento da impressão digital vinculada ao Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do pleiteante pessoa física, ou dos administradores da pessoa jurídica solicitante do cadastro.

§ 1º A chave primária do banco de dados da PDPEEE referente a pessoas físicas será o CPF e, referente a pessoas jurídicas, será o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), havendo impossibilidade de mais de um cadastro para cada pessoa física ou jurídica.

§ 2º O Poder Executivo poderá admitir outras formas de validação de cadastro além da forma definida no caput, que deverão garantir identidade entre o solicitante do cadastro e o CPF informado.

Art. 4º O Módulo de intermediação de prestação de serviços terá, no mínimo, as seguintes funcionalidades:

I – Lista detalhada de tipos de serviços, que deverá ser subdividida em subtipos com nível de detalhamento suficiente para caracterizar, com o mínimo de generalidade possível, qualquer serviço que seja prestado;

II – Opção de solicitação de cadastramento pelos participantes de tipos ou subtipos de serviços não previstos pela PDPEEE, cuja conveniência da inclusão será avaliada pelo Poder Executivo;

III - Canal de oferta georreferenciada, que será alimentado pelos usuários ofertantes;

IV – Canal de demanda georreferenciada, que será alimentado pelos usuários demandantes;

V – Consulta, que deverá retornar listagens ordenadas do serviço consultado segundo critérios de ordenação definidos pelo usuário;

VI – Geração de relatórios georreferenciados de preços praticados e preços ofertados;

VII – Geração de relatórios sobre o histórico georreferenciado de consultas realizadas até um ano da data da consulta.



\* c d 2 1 3 1 5 5 7 6 8 5 0 0 \*

Art. 5º O Módulo de intermediação de venda de mercadorias terá, no mínimo, as seguintes funcionalidades:

I – Lista detalhada de tipos de mercadorias, com sistema classificatório definido pelo Poder Executivo, que privilegiará padrões amplamente aceitos para identificação de produtos e marcas, bem como envidará esforços para a padronização de identificação de produtos de natureza animal ou vegetal, além de promover uma classificação específica complementar para produtos artesanais;

II – Opção de solicitação de cadastramento pelos participantes de novas mercadorias não previstas no sistema classificatório estabelecido no inciso I, cuja conveniência da inclusão será avaliada pelo Poder Executivo;

III - Canal de oferta georreferenciada, que será alimentado pelos usuários ofertantes e contará com a possibilidade de captura de imagem para auxílio na identificação da mercadoria em conformidade com o sistema classificatório previsto no inciso I deste artigo;

IV – Canal de demanda georreferenciada, que será alimentado pelos usuários demandantes;

V – Consulta, que deverá retornar listagens ordenadas da mercadoria consultada segundo critérios de ordenação definidos pelo usuário;

VI – Geração de relatórios georreferenciados de preços praticados e preços ofertados;

VII – Geração de relatórios sobre o histórico georreferenciado de consultas realizadas até um ano da data da consulta

Art. 6º O Módulo de leilões digitais será isento do pagamento de taxa devida pela prestação de serviço de leiloeiro.

Art. 7º O Módulo de logística integrada terá, no mínimo, as seguintes funcionalidades:

I – Cadastramento de hubs logísticos, que deverão manter atualizadas, no mínimo, as seguintes informações:

a) horário de funcionamento;



- b) localização;
- c) equipamentos de transbordo;
- d) limites dimensionais de carga;
- e) tempo máximo de processamento, definido como o tempo entre o recebimento da mercadoria e preparação para a próxima entrega;
- f) preço de estocagem;
- g) valor máximo segurado livre, definido como o limite de valor de mercadoria apta a adentrar o hub com lastro em apólice de seguro contratado pelo hub logístico.

II – Cadastramento de transportadores, que deverão manter atualizadas, no mínimo, as seguintes informações:

- a) área de abrangência de coleta;
- b) área de abrangência de entrega;
- c) prazo máximo de transporte;
- d) quantidade mínima de carga para transporte;
- e) preço de transporte;
- f) valor máximo segurado livre, definido como o limite de valor de mercadoria apta a ser transportada com lastro em apólice de seguro contratado pelo transportador

III – Demanda de frete, que será alimentada por usuários demandantes diretos ou, automaticamente, em decorrência de operações de compra e venda dentro da própria PDPEEE, e conterá, no mínimo, endereço e horário de coleta, endereço de entrega e horário hábil de recebimento, valor de carga, dimensões e pesos de carga e prazo de entrega;

IV – Rotas eficientes, que será a resposta dada ao demandante de frete automaticamente pela PDPEEE e apresentará as combinações de hubs logísticos e transportadores cadastrados que propiciem menor preço do frete dentro do prazo de entrega estipulado.



\* c d 2 1 3 1 5 5 7 6 8 5 0 0 \*

Parágrafo único. Previamente ao início das operações, os hubs logísticos e transportadores previstos nos incisos I e II deste artigo deverão contratar apólices de seguro suficientes para indenização de eventuais prejuízos causados a todas as mercadorias sob guarda.

Art. 8º O Módulo de apoio a compra eficiente terá, no mínimo, as seguintes funcionalidades:

I – Opção de cadastramento de custo do tempo do usuário, que será a avaliação pessoal do usuário de quanto vale uma hora de seu tempo disponível e será sugerida a inclusão de seu salário por hora;

II – Opção de cadastramento de lista de compras por digitação, arquivo, captura de código de barras, captura de imagem ou comando verbal;

III – Consulta de preço praticado por área de abrangência e tempo;

IV – Geração automática de rota eficiente de compra, que considerará o custo de tempo do usuário, gasto estimado com deslocamento e custo das mercadorias presentes na lista de compras;

IV – Opção de alerta de oportunidade de abastecimento, que alertará ao usuário a proximidade de algum posto de combustível com menor preço num perímetro pré-definido pelo usuário.

Parágrafo único. O Poder Executivo Federal envidará esforços para estabelecer convênios com Estados e o Distrito Federal para o compartilhamento e padronização de informações extraídas de notas fiscais eletrônicas, que, dentre outras fontes, alimentarão o banco de dados que permitirá a construção das rotas eficientes.

Art. 9º O Módulo de apoio ao empreendedorismo terá, no mínimo, as seguintes funcionalidades:

I – Informações, instruções e mecanismos para a constituição e extinção de pessoas jurídicas empresariais;

II – Informações sobre obrigações tributárias, trabalhistas, previdenciárias e administrativas que devem ser satisfeitas pelos Microempreendedores Individuais;



\* c d 2 1 3 1 5 5 7 6 5 0 0 \*

III – Mercado de crédito: opção de empreendedores franquearem o acesso de seus históricos de transações dentro da PDPEEE a instituições financeiras e solicitarem propostas de crédito, que serão listadas ao solicitante em ordem crescente de custo efetivo total;

IV – Minutas de contratos: campo com modelos de minutas de contratos sugeridas a transações recorrentes na PDPEEE;

V – Promoção cooperativista: campo com informações e contatos de cooperativas existentes na área geográfica do consulente e possibilidade de manifestação de interesse na formação de cooperativas produtivas de segmentos não abrangidos na área geográfica do consulente;

VI – Apoio técnico: campo com informações e contatos de entidades públicas ou privadas na área geográfica do consulente destinadas ao desenvolvimento técnico em segmentos de interesse do consulente;

VII – Materiais técnicos: campo alimentado com arquivos técnicos disponíveis para download sobre segmentos de interesse do consulente;

Art. 10 Será franqueada a possibilidade de contratação e pagamento dentro da própria PDPEEE.

§ 1º O Poder Executivo poderá limitar o volume financeiro de transações semelhantes realizadas por pessoas físicas, com o fim de coibir atividade empresarial realizada por pessoas não formalizadas como empresárias.

§ 2º No caso de operações de venda de mercadorias, o usuário demandante poderá, caso o usuário ofertante disponibilize a venda com frete FOB, optar pelo uso do módulo de logística da PDPEEE para a entrega da mercadoria.

§ 3º A PDPEEE permitirá a emissão automática de documentos fiscais quando da realização operação de venda de mercadorias ou prestação de serviços;



\* c d 2 1 3 1 5 5 7 6 8 5 0 0 \*

§ 4º As secretarias de fazenda dos entes federativos interessados poderão ter acesso às transações realizados por contribuintes sujeitos à tributação dos respectivos entes.

§ 5º Tanto demandantes como ofertantes serão informados das obrigações tributárias decorrentes das transações realizadas e, para os ofertantes, previamente à publicação do anúncio serão informados os tributos incidentes sobre a operação comercial decorrente do anúncio.

Art. 11 Os participantes serão avaliados, na forma definida em regulamento, por suas contrapartes da plataforma.

§ 1º No caso de usuários que tenham sofrido penalidade de suspensão, todas as suas avaliações realizadas até a data em que tiver sido declarada a sua suspensão serão desconsideradas.

§ 2º Nenhum usuário poderá avaliar mais de uma vez outro usuário, havendo, entretanto, a possibilidade de alteração de avaliação já realizada.

§ 3º Serão liberadas aos usuários, além da avaliação da pessoa jurídica consultada, todas as avaliações de outras pessoas jurídicas que tenham o mesmo administrador.

Art. 12 Os critérios de ordenação dos resultados de consultas serão constituídos, no mínimo, pela georreferenciação, pelo preço, pela avaliação, pela data de cadastramento da informação e pelo número de transações realizadas pela contraparte consultada.

Art. 13 O Poder Executivo padronizará, quando conveniente, contratos específicos de seguros para transações recorrentes dentro da PDPEEE, cuja contratação será opcional e permitirá a oferta de apólices por sociedades seguradoras.

§ 1º Todas as transações serão realizadas, por padrão, sem a contratação de seguro, havendo a contratação do seguro apenas quando houver a solicitação expressa do usuário.

§ 2º As ofertas de apólice serão apresentadas em ordem crescente de valor do prêmio.



\* c d 2 1 3 1 5 5 7 6 8 5 0 0 \*

Art. 14 Os anunciantes que assim optarem permitirão a divulgação de seus contatos no retorno de consultas realizadas, caso não optem por essa divulgação, será permitida a comunicação entre demandante e ofertante dentro da própria PDPEEE.

Art. 15 Os relatórios gerados com usos de dados extraídos da PDPEEE serão anonimizados.

Parágrafo único. Os usuários, individualmente, poderão solicitar o histórico de suas transações com autenticação digital da PDPEEE.

Art. 16 Os usuários que incorrerem em qualquer das seguintes infrações serão sancionados com advertência ou suspensão de seu cadastro na plataforma e, caso incorram na infração atuando no interesse de pessoa jurídica da qual seja administrador, provocarão a suspensão da participação da respectiva pessoa jurídica:

I – Promover avaliação fictícia, que ocorrerá quando um usuário avaliar uma contraparte com a qual não concretizou ou não deu início efetivo à concretização de uma transação prevista pela plataforma;

II – Oferecer bens e serviços com características ou preços divergentes do que foi anunciado;

III – Não retirar anúncio de bens e serviços que não estejam mais disponíveis;

IV – Manipular indevidamente o sistema de avaliação para artificialmente elevar a avaliação de qualquer usuário.

§ 1º Caso a infração prevista no inciso IV deste artigo se concretize mediante participação de grupos, todas os envolvidos estarão sujeitos à sanção.

§ 2º A dosimetria da sanção será estabelecida mediante regulamento, que considerará, dentre outros, a magnitude de eventuais prejuízos causados, vantagem econômica auferida, existência de dolo, reincidência na infração e poder econômico do infrator.

Art. 17 Os entes federativos deverão promover campanhas publicitárias permanentes sobre o “E-Commerce Público”.



\* c d 2 1 3 1 5 5 7 6 8 5 0 0 \*

Art. 18 Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

O nosso objetivo com a apresentação da presente proposição é, a um só tempo, conectar eficientemente prestadores de serviços e comerciantes a seus clientes, ampliar significativamente o acesso a mercados tanto por empresários atuais quanto por novos entrantes, reduzir a assimetria de informação na relação cliente/prestador de serviços, criar condições favoráveis para o surgimento de microempresários e promover controle de preços mediante informação útil, tempestiva e abrangente do mercado.

A plataforma digital será conhecida também como “**E-Commerce Público**”.

Acreditamos que a criação de uma plataforma digital que congregue várias funcionalidades de interesse público não apenas seja desejável, mas seja fundamental para permitir o encontro entre forças existentes de demanda e oferta, reduzir a capacidade de empresários aumentarem preços em proveito da pobreza de informação dos consumidores, fornecer orientações e ferramentas a todos aqueles potenciais empreendedores que encontram barreiras de acesso a mercados e reduzir a capacidade ociosa tanto de capital físico quanto humano na sociedade brasileira.

Foram concebidas várias funcionalidades que julgamos efetivas para a concretização dos objetivos expostos no parágrafo anterior, e, para que se tenha ideia do alcance de cada módulo, bem como dos motivos de sua concepção, serão fartamente exemplificadas situações de baixa eficiência produtiva que poderiam ser corrigidas com a implantação da plataforma proposta por essa proposição.

Consideremos o mercado de bares e restaurantes localizados na pequena região da Vila Planalto, bairro vizinho à Praça dos Três Poderes. Lá existem mais de 60 estabelecimentos do gênero. Imaginemos que uma pessoa se disponha a almoçar na região pela primeira vez. O que a faz decidir



\* c d 2 1 3 1 5 5 7 6 8 5 0 0 \*

pelo local onde vai comer? O primeiro estabelecimento que vê? A Indicação de um amigo? Quantidade de clientes no estabelecimento? Qualquer que seja a escolha, é muito improvável que, dentre as 60 opções, o estabelecimento mais adequado ao seu perfil, em termos de preço e qualidade, seja exatamente aquele em que se sentou. O que se dizer de um restaurante simples, com fachada sem destaque, localizado em rua de pouco movimento, capaz de preparar uma excelente refeição a preços competitivos, mas com pouco sucesso comercial? E a cozinheira desempregada da Vila Planalto que conseguiria obter renda preparando refeições na própria casa, mas não tem acesso imediato ao mercado por falta de exposição?

Vejamos o mercado de alguns prestadores de serviços. Comecemos com o mercado de serviços de limpeza doméstica no Distrito Federal e entrono. Certamente há bastante demanda de diaristas em residências do Lago Sul, muitas delas residem em locais como Águas Lindas de Goiás ou Cidade Ocidental (mais de 50km distantes). Da mesma forma, muitas diaristas que trabalham em Águas Claras são residentes em Itapoã ou Paranoá (regiões próximas ao Lago Sul). Essas trabalhadoras cruzam a cidade para prestar o mesmo serviço, quando poderiam, caso houvesse informação eficiente no mercado, trabalhar em residências muito mais próximas de suas casas. Além disso, sabe-se que os valores pagos por uma diarista no Distrito Federal oscilam entre R\$ 150,00 e R\$ 250,00. Tenha-se em mente que R\$ 150,00 durante 22 dias úteis, significariam R\$ 3.300,00, três vezes o salário mínimo atual. É muito natural supor que muitas pessoas desempregadas aceitariam valores bastante inferiores a esse piso, e, da mesma forma, potenciais contratantes desses serviços não realizam a contratação porque, com informação pobre, não conseguem localizar as diaristas desempregadas que ofereceriam os serviços pelo preço que o potencial contratante estaria disposto a pagar.

Tomemos o caso de serviços prestados de forma infrequente, dos quais os consumidores têm baixa consciência de valor justo, bem como de informação de qualidade. Suponhamos que haja necessidade de reparos elétricos numa residência e seja necessária a contratação de um eletricista. Existem bons e maus eletricistas, e o consumidor tem poucas ferramentas para



saber se quem o atende é um bom profissional, um profissional ruim ou mesmo uma pessoa de má fé, e, sendo esse último caso, existem várias possibilidades de exploração do consumidor: invenção de serviços desnecessários, armadilha do contrato verbal (contratar um preço baixo com o propósito de majorar o preço final com infundáveis aditivos), prática de preço abusivo, etc. A falta de informação permite a perpetuação de profissionais ruins, o prejuízo do cliente e, principalmente, a falta de exposição ao mercado de todos os bons profissionais que têm qualidade e bom preço, como seria o exemplo de um eletricista recém formado no SENAI.

Para se ter ideia do potencial em termos de economia e oportunidade de geração de renda, é suficiente trazer à mente a revolução causada por plataformas como a UBER. Com a entrada da empresa no mercado, tornou-se perfeitamente possível conectar demandantes e ofertantes a preço justo. Houve o desenvolvimento de um grande mercado que estava represado por obra dos altos preços de corridas por meio de táxis, que afugentavam uma larga demanda disposta a pagar um preço inferior, mas ainda economicamente atrativo aos prestadores. Segundo dados da empresa de agosto de 2020, naquela data havia cerca de um milhão de motoristas parceiros e 22 milhões de usuários. Ressalte-se a magnitude dos números: atualmente há cerca de 14 milhões de desempregados no Brasil, os motoristas cadastrados na empresa representam 7% dessa fração. Ao fim e ao cabo, o que houve? Informação eficiente de mercado, pois a demanda e a oferta potencial já existiam. E hoje, quantas pessoas desempregadas não teriam condições de prontamente adentrar ao mercado como “maridos de aluguel”, pintores, executores de pequenos reparos, cuidadores de crianças e idosos, passeadores de cães, manicures, maquiadoras, cozinheiras, professores particulares, etc. Do outro lado, quantas pessoas se disporiam a terceirizar essas tarefas em troca de maior lazer ou maior tempo para executar o próprio trabalho? Da mesma forma como ocorreu com os serviços de transporte pessoal, não seria possível desenvolver uma rica interação econômica entre esses agentes?

Imagine-se o potencial não explorado em termos de logística decorrente da ociosidade de tantas casas e edifícios que poderiam servir de



\* c d 2 1 3 1 5 5 7 6 8 5 0 0 \*

hubs intermediários de recebimento, armazenamento e expedição de mercadorias? Ou de caminhões com compartimento de carga incompleto, carros de passeio que rodam milhares de quilômetros com porta-malas vazios, motociclistas e ciclistas ociosos capazes de fazer entregas de ponta final?

Para se ter ideia da oportunidade perdida, tenha-se em mente que um vendedor poderia despachar todo seu estoque vendido em um hub logístico residencial localizado no mesmo bairro do vendedor. Esse hub que acabou de receber a mercadoria poderia consolidar cargas que vão para um mesmo destino, de forma que as cargas se desloquem de hub em hub da forma mais eficiente possível até chegar ao hub final. Lá, no hub final, um ciclista, motociclista ou um motorista do bairro, com pouco deslocamento poderia entregar a encomenda no destino. E, mesmo que houvesse falha de entrega por ausência do recebedor, o que é, atualmente, um custo relevante para transportador, não seria tão grave na hipótese levantada, pois o transportador reside nas proximidades.

As possibilidades de renda extra para viajantes são vastas. Um carro de passeio, por exemplo, que tem viagem marcada do Rio de Janeiro a São Paulo poderia se cadastrar como transportador e levar cargas em seu porta-malas de um hub carioca para um hub paulistano sem necessidade de desvio substancial de sua rota original. Há possibilidades mesmo dentro de uma cidade, seria o caso do cidadão que sai para trabalhar e durante o caminho coleta mercadorias de um hub próximo a sua residência e o entrega em um hub próximo a seu trabalho.

Poderia ser aventada a ideia de que o mercado não se desenvolveria por obra do risco implícito de furtos ou extravio de cargas. Mas a imposição de que cada operador contrate apólices de seguro e não armazene ou transporte qualquer carga em valor superior ao valor segurado, eliminaria esse risco.

Na linha de microempresários produtores a ideia prossegue, não seria possível conectar diretamente pequenos produtores rurais a seus clientes, sem que percam rendimento pela cadeia de intermediários? Artesãos,



\* c d 2 1 3 1 5 5 7 6 8 5 0 0 \*

boleiras e cervejeiros artesanais alcançariam um mercado muito mais abrangente do que a vizinhança onde produz.

Na linha de controle de preços, os benefícios seriam inegáveis, inclusive com efeitos sensíveis macroeconômicos. É sabido que alguns consumidores despendem tempo e recursos em busca de melhores preços, enquanto a maioria, simplesmente, por comodidade, faz suas compras no estabelecimento mais próximo. Nos dois casos existe uma perda relevante para os consumidores, e, ao mesmo tempo, uma oportunidade largamente explorada por comerciantes para aumentarem marginalmente seus preços sem que sejam punidos pelo mercado, o que, em seu efeito agregado, pode significar um mecanismo amplificador da inflação pela forte realimentação implícita. Mais uma vez, se houvesse informação útil, tempestiva e acessível, toda essa ineficiência seria quebrada.

Um passo inicial já foi dado pelo Poder Público. Muito útil, mas ainda distante do ideal é o aplicativo público “Menor Preço Brasil”, disponível em alguns Estados, inclusive no Distrito Federal. Por meio dele, um consumidor pode capturar o código de barras de um produto e acessar os preços do mesmo produto nos estabelecimentos das imediações em que se encontra (o sistema é alimentado pelas secretarias da fazenda, que têm acesso às notas fiscais emitidas no Estado). As diferenças de preços são impressionantes, a margem de variação facilmente ultrapassa 200% quando se compara preços de medicamentos. Entretanto, julgamos inadequada a forma como a informação é disponibilizada.

É fácil entender: o que o consumidor deseja é uma resposta rápida a sua pesquisa sem perda de tempo para digitar ou capturar códigos de barras, ele quer sair de casa e, por comando de voz, ter resposta imediata para onde deve ir de forma a obter maior economia. E o conceito de maior economia deve ser amplo: o sistema deveria calcular automaticamente qual rota o consumidor deve fazer de forma a fazer a melhor compra, aí incluso o próprio custo de deslocamento. Ou seja, numa eventual compra mensal, talvez a compra ótima exija que o consumidor segregue suas compras por dois ou mais estabelecimentos. Caso houvesse larga utilização da plataforma, tão logo um estabelecimento aumentasse seus preços desproporcionalmente a seus



\* c d 2 1 3 1 5 5 7 6 8 5 0 0 \*

concorrentes, logo seria penalizado pelo próprio mercado, o que frearia as pequenas, mas constantes remarcações de preços.

Será que um posto de combustível conseguiria manter o preço de seu combustível dez centavos acima de seu concorrente que está a um quilômetro de distância? Hoje é possível, porque o consumidor, inconsciente da oportunidade, considera que o preço está dentro de uma margem de aceitação e realiza o abastecimento. Mas se o consumidor souber, de antemão, que outro posto, ainda no caminho de seu destino, tem preços melhores, é certo que optará pelo preço inferior. Nessas condições, o que ocorreria quando um empresário de postos de combustíveis majorasse seus preços? Veria uma queda brusca de demanda e cuidaria de aumentar os preços apenas quando houvesse uma pressão real de custos que atingisse indistintamente todos seus concorrentes.

As funcionalidades da plataforma vão muito além da mera intermediação de mercados, ela é, também, um instrumento de identificação de oportunidades de mercado, pois permitiria a geração de relatórios de demandas em mercados específicos. Dessa forma, seria possível a um potencial investidor identificar em qual região da cidade existe maior demanda para as mercadorias ou serviços que pretende oferecer. O que é um forte mecanismo de ajuste entre oferta e demanda.

A plataforma permitiria não apenas o anúncio de ofertantes, mas, também, de demandantes, pois determinados mercados funcionam melhor por essa lógica. O mercado de peças de automóveis é um desses. Um único veículo pode ser constituído de mais de dez mil peças, sendo inconveniente o cadastramento de todas as peças de um carro que acabou de entrar no estoque de algum estabelecimento de desmontagem de veículos. Mais adequado é o anúncio do comprador, pois lançado o anúncio, os potenciais vendedores, de pronto, teriam consciência da existência ou não existência da peça solicitada.

A possibilidade de avaliação, com mecanismos que coibam o desvirtuamento do sistema de avaliação, traria segurança aos consumidores, expulsaria os maus fornecedores, criaria valor econômico na qualidade e



\* c d 2 1 3 1 5 5 7 6 8 5 0 0 \*

reduziria investimentos em marketing de fornecedores que sejam capazes de entregar um produto adequado.

Até esse ponto é muito natural surgir o questionamento de por que haveria a necessidade de o Poder Público desenvolver semelhante plataforma, pois se a ideia tem potencial mercadológico, a própria iniciativa privada haveria de desenvolver. A resposta encontra-se em quatro motivos: existência de significativas externalidades positivas não capturadas pela iniciativa privada, acesso estruturado a bancos de dados públicos, efeito rede e o pequeno risco da iniciativa frente o tamanho do Estado.

No que tange às externalidades positivas, nenhum agente privado, além do próprio Estado, se beneficiaria diretamente da geração de empregos propiciada pela plataforma, do controle de preços potencial, ou da redução de deslocamentos urbanos desnecessários.

O uso de bancos de dados públicos seria fundamental para alimentar o sistema, como é o caso relativo a notas fiscais emitidas para a consulta de preços.

A geração de efeito rede é, possivelmente, o maior desafio para que um aplicativo privado decole. É necessário que uma grande quantidade de pessoas faça parte simultaneamente de uma plataforma de intermediação, pois, se um novo ofertante entra na plataforma e não encontra clientes, logo descarta a opção, o mesmo mecanismo se repete na ponta dos clientes. É por esse motivo que a Uber, em suas fases iniciais, oferecia uma remuneração horária a cada motorista cadastrado para tão somente estar disponível e visível aos clientes. O importante era garantir que nenhum cliente testaria a plataforma sem que tivesse algum retorno. É muito dispendioso criar efeito rede, e a perpetuação dessa situação por muito tempo pode levar uma plataforma à ruína financeira. Uma plataforma pública multipropósito, além de conectar fornecedores e clientes de diversos mercados, ofereceria facilidades que, por si só, reteriam os participantes, como é o exemplo da construção de rotas de compras de menor preço.

É um desperdício descomunal a criação de plataformas específicas para a realização de uma tarefa que, ao fim e ao cabo, não passa



\* c d 2 1 3 1 5 5 7 6 8 5 0 0 \*

de promover o encontro de demandantes e ofertantes. Qual o sentido do alto dispêndio para o desenvolvimento de uma plataforma privada para o aluguel de veículos entre particulares, outra para o aluguel de ferramentas, outra para a disponibilização de quartos para hospedagem, outra para o transporte pessoal, outra para intermediação de serviços, etc. E se houvesse apenas uma plataforma, capaz de congregar não apenas esses serviços, mas qualquer outro em que haja mercado consumidor e fornecedor, que pudesse entregar o mesmo serviço com uma massa de usuários muito maior e, melhor ainda, sem custos de intermediação? É exatamente esse o propósito do presente projeto.

Os riscos envolvidos por operadores privados no lançamento de plataformas são muito elevados, o que é facilmente comprovado pela quantidade de aplicativos que não sobrevivem aos primeiros meses de existência. Entretanto, dada a magnitude estatal, esses riscos são residuais para a iniciativa pública. Além do mais, quando as plataformas privadas alcançam sucesso comercial, forçosamente serão compelidas a cobrarem altas taxas de intermediação para a compensação dos investimentos iniciais, o que pode reduzir significativamente a margem de lucro de seus parceiros.

Em termos econômicos existem vantagens financeiras evidentes para o Estado, pois um cidadão desempregado que passa a auferir reduz a demanda de serviços estatais e, ao mesmo tempo, aumenta a arrecadação tributária, ou seja, diminui-se o gasto do Estado e aumenta-se a arrecadação. **O que seriam os custos de desenvolvimento da plataforma em comparação às vantagens auferidas pelo Estado?**

Para algumas propostas apresentadas nessa indicação, já existem soluções privadas, como é o caso da plataforma “Getnjinjas”, que intermedeia prestadores de serviços diversos a potenciais demandantes. Apesar do relativo sucesso da plataforma, o desconhecimento de sua existência por grande parte da população limita o efeito rede, ademais, ainda que não seja cobrada taxa para oferecer um serviço, o contato de um potencial cliente só será liberado mediante pagamento de uma taxa, o que não ocorreria numa plataforma pública.



\* c d 2 1 3 1 5 5 7 6 8 5 0 0 \*

Frise-se que a inovação da plataforma proposta é justamente reunir em um só lugar várias soluções de interesse público, o que é muito mais poderoso do que um conjunto de plataformas isoladas com reduzido número de participantes.

Meditemos sobre o lugar comum que sempre ouvimos daqueles que se dizem conscientes do que falta ao desenvolvimento do Brasil. É sempre o mesmo discurso, repetida incansavelmente: custo Brasil, alta carga tributária, Estado inchado, etc. Ainda que tenham alguma razão, prenderam-se ao medo de ousar pensar algo novo, fiaram-se ao discurso aceito por todos e ficaram seguros em suas certezas sem provas. Ignoremos o mantra ideológico contrário a qualquer atuação do Estado na economia e tentemos olhar a realidade como ela é: existe uma força produtiva latente no seio do País para a qual é possível oferecer mecanismos realistas em prol de seu desenvolvimento.

Portanto, se faz necessário, que Estados, Distrito Federal e Municípios tenham autonomia e garantias para estabelecerem suas próprias plataformas de “E-Commerce Público”, juntamente com campanhas publicitárias permanentes visando esclarecer e informar nossa população de sua existência.

Essa proposta é justamente uma prova de que o Estado pode ser um indutor do desenvolvimento econômico. E nós, representantes mais próximos daqueles que nos deram nossos mandatos, temos o dever de fazer cumprir a promessa constitucional de que nosso País se fundamenta no valor social do trabalho, na livre iniciativa e, principalmente, na dignidade da pessoa humana.

Neste sentido, solicitamos o apoio dos Nobres Pares na aprovação da proposta.

Sala das Sessões, em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2021.

**LUIZÃO GOULART**  
**Deputado Federal Republicanos/PR**



\* c d 2 1 3 1 5 5 7 6 8 5 0 0 \*

**FIM DO DOCUMENTO**