



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 6.226, DE 2023

(Do Sr. Pedro Paulo)

Acrescenta inciso ao art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:
DEFESA DO CONSUMIDOR; E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD).

APRECIAÇÃO:

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

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

PROJETO DE LEI N° , DE 2023.
(Do Sr. PEDRO PAULO)

Acrescenta inciso ao art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso XV:

“Art. 39.....

.....
XV – deixar de destacar, tanto na oferta de produtos ou serviços quanto na respectiva nota fiscal, cupom fiscal, comprovante de pagamento ou recibo de pagamento, os valores reais a que aqueles se referem, colocando em apartado os percentuais e custos relativos à cobrança de taxas de débito, crédito, parcelamento ou pix, quando o meio de pagamento for eletrônico nas máquinas portáteis (ponto de venda) ou link gerado.” (NR)

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



LexEdit
* C D 2 3 0 0 0 0 5 5 9 6 0 0 *

JUSTIFICAÇÃO

A Política Nacional das Relações de Consumo tem como objetivo, dentre outros, a transparência e harmonia das relações de consumo.

Nessa linha, foi consagrado como princípio a educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo.

Fazendo coro, é direito básico do consumidor a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de suas características, composição, tributos incidentes e preço.

Noutro giro, impõe a legislação consumerista que a publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique.

E, ao proibir a publicidade enganosa, considera-se como tal tanto a que ocorre por ação quanto por omissão.

Ou seja: é enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

Nesse cenário, é preocupante a publicidade e a ausência de informação precisa e clara no pagamento à vista (via pix ou débito) ou no pagamento à prazo (crédito à vista e crédito parcelado), quando efetuado através das “maquininhas portáteis de cartão” (POS - uma sigla em inglês que significa Point of Sale ou, “ponto de venda”), diretamente ou através de link gerado.

Segundo balanço efetuado pela Associação Brasileira de Cartões de Crédito e Serviços (ABECS), relativo a 2022 e divulgado em 16 de fevereiro de 2023¹, o valor total transacionado por meios eletrônicos de pagamento atingiu R\$ 3,31 trilhões e encerrou 2022 com crescimento de 24,6%:



Conforme esses dados, não há dúvida da extrema importância desse meio de pagamento para movimentar o mercado de consumo.

¹ Extraído do link <https://api.abecs.org.br/wp-content/uploads/2023/02/Abecs-Apresentacao-2022.pdf>, captado em 20/12/2023.



lexEdit
* C D 2 3 0 0 0 5 5 9 6 0 *

Contudo, não há transparência quanto aos valores efetivamente pagos pelo produto ou serviço e os demais valores que são pagos às instituições envolvidas no sistema de leitura e transmissão das informações financeiras.

Diante disso, faz-se necessária a atuação do legislador: a publicidade e a oferta imprecisas induzem o consumidor a erro, na medida em que não este não tem plena consciência dos valores pagos no ato de consumo; e a ausência de destaque na nota fiscal, cupom fiscal, comprovante de pagamento ou recibo de pagamento carecem de transparência e precisão, em afrontando a legislação consumerista.

À guisa de esclarecimento, os atores envolvidos na operação de pagamento eletrônico são:

- a) instituições financeiras;
- b) sociedades titulares de bandeiras de cartão de crédito;
- c) administradoras de cartão de crédito;
- d) credenciadoras (adquirentes e subadquirentes);
- e) comerciante do produto ou serviço que utiliza as “maquininhas portáteis de cartão” ou link nelas gerado.

Já em relação às taxas cobradas, tem-se, exemplificadamente:

- a) taxa de MDR (Merchant Discount Rate) ou Taxa de Desconto do Comerciante (cobrada dos prestadores de serviço em troca da estrutura oferecida pela máquina de pagamento. A MDR costuma ser negociada entre as empresas de cartão e os adquirentes, sendo repassando como um custo adicional)²;
- b) taxa de Antecipação (pontual – oscilante – ou automática – juros simples e *pró rata*).

Para melhor compreensão de como funciona a sistemática na qual os valores são “embutidos no preço do produto ou serviço”, exemplifica-se:

Ril possui um comércio varejista e anuncia um produto por R\$ 2.000,00, valor que pode ser pago à vista ou parcelado em 8 vezes sem juros. Considerado que a sua taxa de MDR para parcelamento de 7 a 12 vezes é de 2,98% e sua taxa de antecipação é de 1,99%, qual o preço real do produto anunciado?

² Extraído do site <https://granitopagamentos.com.br/blog/financas/taxa-mdr/> . Disponível em 20/12/2023.



LexEdit
* C D 2 3 0 0 0 0 5 5 9 6 0 0 *

Primeiro Passo: subtrair a Taxa de MDR

R\$2.000,00 - 2,98% (MDR) = R\$ 1.940,40

Segundo Passo: Descobrir o valor das parcelas que ela iria receber no prazo normal

R\$1.940,40 / 8 = R\$242,55 por mês

Terceiro Passo: Aplicar a taxa de antecipação nas parcelas

R\$1.766,59

1^a Parcela R\$242,55 - 1,99% = R\$237,72
 2^a Parcela R\$242,55 - (1,99% + 1,99%) = R\$232,89
 3^a Parcela R\$242,55 - (1,99% + 1,99% + 1,99%) = R\$228,06
 4^a Parcela R\$242,55 - (1,99% + 1,99% + 1,99%) = R\$223,24
 5^a Parcela R\$242,55 - (1,99% + 1,99% + 1,99% + 1,99%) = R\$218,41
 6^a Parcela R\$242,55 - (1,99% + 1,99% + 1,99% + 1,99% + 1,99%) = R\$213,58
 7^a Parcela R\$242,55 - (1,99% + 1,99% + 1,99% + 1,99% + 1,99% + 1,99%) = R\$208,76
 8^a Parcela R\$242,55 - (1,99% + 1,99% + 1,99% + 1,99% + 1,99% + 1,99% + 1,99%) = R\$203,93

Nesse exemplo o preço real do produto é R\$ 1.766,59. E a diferença (R\$ 233,41) é embutida e repassada ao consumidor como custo do produto, quando, na realidade, se refere a valores destinados aos envolvidos no meio de pagamento eletrônico.

Na prática, o consumidor foi prejudicado, arcando com valores embutidos na operação com a propaganda enganosa de que o “preço à vista pode ser parcelado em X vezes sem juros”.

Diante do contexto acima, propõe-se que seja inserido no CAPÍTULO V (Das Práticas Comerciais), SEÇÃO IV (Das Práticas Abusivas), artigo 39 (É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas), um novo inciso (XV) (destaque em amarelo), com o seguinte teor:

SEÇÃO IV

Das Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

(...)

XV – deixar de destacar, tanto na oferta de produtos ou serviços quanto na respectiva nota fiscal, cupom fiscal, comprovante de pagamento ou recibo de pagamento, os valores reais a que aqueles se referem, colocando em apartado os percentuais e custos relativos à cobrança de taxas de débito, crédito, parcelamento ou pix, quando o meio de pagamento for eletrônico nas máquinas portáteis (ponto de venda) ou link gerado.

Busca-se, na inserção desse novo inciso, proteger e municiar o consumidor brasileiro com elementos de convicção para que exerça, com absoluta liberdade e consciência, a melhor forma de pagamento do ato de consumo.

Conto o apoio dos nobres pares para o aprimoramento e posterior aprovação do Projeto.

Sala das Sessões, em 22 de dezembro de 2023.

Deputado PEDRO PAULO
PSD/RJ



LexEdit



CÂMARA DOS DEPUTADOS
CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

**LEI N° 8.078, DE 11 DE
SETEMBRO DE 1990**

<https://normas.leg.br/?urn=urn%3Alex%3Abr%3Afederal%3Alei%3A1990-09-11%3B8078>

FIM DO DOCUMENTO