



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 5.467-A, DE 2009

(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 (relator: DEP. LUIZ BITTENCOURT).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

DEFESA DO CONSUMIDOR;

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (MÉRITO E ART. 54, RICD)

APRECIÇÃO:

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
- 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 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 de a 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;

III – 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 30 (trinta) dias, 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 subsequente 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 atenuie as disposições deste artigo.

Art. 3º Sem prejuízo do disposto nesta lei, a assembléia 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, confirmam-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 24 de junho de 2009.

DEPUTADO VINICIUS CARVALHO

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI**

LEI Nº 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.

.....
.....

DECRETO Nº 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.

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 em epígrafe atribui responsabilidade solidária à entidade responsável pela administração de shopping center, centro de compras ou equivalente - que denomina: administradora, por qualquer infração contra a legislação que disciplina a oferta e as formas de afiação de preços para o consumidor praticada por estabelecimento comercial ou de prestação de serviços, que o projeto de lei denomina: administrado.

A iniciativa em foco também prevê que o contrato, convenção ou instrumento equivalente à atividade de administração firmado entre a administradora e o administrado deve incluir cláusula que permita à administradora, diretamente ou por terceiros, verificar se o administrado cumpre a legislação referente à oferta e afiação de preços ao consumidor, bem como, em caso de não cumprimento da legislação, impor-lhe multa em valor não inferior ao praticado pelo órgão de defesa do consumidor da localidade. Conforme o disposto na iniciativa, a falta de previsão contratual não exime a administradora da responsabilidade solidária, nem a exime de culpa concorrente pela inobservância das normas pelo administrado.

São deveres da administradora: realizar inspeção para verificar se a legislação está sendo cumprida; notificar o administrado para que regularize a situação no prazo de trinta dias; abrir prazo de sete dias para que o administrado justifique o não cumprimento da legislação; e notificar o órgão de defesa do consumidor, no prazo de sete dias, caso o administrado não regularize sua situação.

A iniciativa ainda abre a possibilidade de que a administradora, com a concordância da maioria simples dos administrados e sob a supervisão do

Poder Público, possa vir a realizar inspeções relativas a normas de segurança, vigilância sanitária e direitos do consumidor.

Dentro do prazo regimental, não foram apresentadas emendas.

II - VOTO DO RELATOR

É inegável a crescente importância dos shopping centers no comércio varejista e na economia do Brasil. Milhões de consumidores frequentam diariamente esses locais, que se caracterizam por reunir em um só lugar dezenas ou centenas de estabelecimentos comerciais e de utilidade pública destinados a atender as necessidades do consumidor.

O shopping center e seus congêneres costumam ser administrados por uma entidade cuja função é organizar suas atividades, inclusive em aspectos relacionados à administração e ordem públicas, como o estacionamento de veículos, regulação da publicidade, limpeza dos espaços frequentados pelo público e até mesmo a segurança dos lojistas e consumidores. Outra função típica da administradora de shopping center é, em diversas situações, representá-lo e ao conjunto de estabelecimentos que o compõe junto aos órgãos públicos.

Sendo assim, consideramos adequado a iniciativa atribuir responsabilidade solidária à administradora de shopping center pelas infrações praticadas por lojistas dentro das dependências do shopping. Pois, do mesmo modo que cada um dos estabelecimentos que compõem o shopping tem personalidade própria, o shopping também tem sua personalidade própria, isto é, tem um nome e uma imagem reconhecidos pelo consumidor e representados juridicamente pela entidade que o administra. Assim, uma infração à lei cometida nas dependências de um shopping pode implicar, naturalmente, a responsabilidade solidária da administradora do shopping.

Entretanto, acreditamos que não seria razoável atribuir a responsabilidade solidária pelas infrações sem conceder à administradora os meios necessários para compelir seus administrados a cumprirem a lei. Nesse sentido, a proposição sob análise autoriza a administradora a fiscalizar o administrado e multá-lo, em caso de infração, por valor equivalente ao que seria fixado pelo órgão local de

defesa do consumidor, bem como concede ao administrado o direito de defesa. Dessa forma, consideramos a proposta adequada.

É notório que são muitas e cotidianas as infrações às normas de afixação de preços cometidas por estabelecimentos sediados em shopping centers. Igualmente é notória a insuficiência do número de fiscais à disposição dos órgãos de defesa do consumidor. Portanto, estamos convictos de que, se aprovada, a proposição sob análise conferirá maior efetividade às normas de proteção e defesa do consumidor brasileiro. Além de abrir a possibilidade de que, mediante aprovação da maioria simples dos administrados, a administradora habilite-se também a inspecionar normas referentes à segurança, à vigilância sanitária e à defesa do consumidor em geral.

Pelas razões expostas acima, nosso voto é pela aprovação do Projeto de Lei nº 5.467, de 2009.

Sala da Comissão, em 3 de novembro de 2009.

Deputado LUIZ BITTENCOURT

Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou o Projeto de Lei nº 5.467/2009, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Luiz Bittencourt.

Estiveram presentes os Senhores Deputados Walter Ihoshi e Vinicius Carvalho - Vice-Presidentes; Antonio Cruz, Celso Russomanno, Chico Lopes, Dimas Ramalho, Dr. Nechar, Edson Aparecido, Filipe Pereira, Leo Alcântara, Luiz Bittencourt, Elismar Prado, Júlio Delgado e Leandro Vilela.

Sala da Comissão, em 23 de junho de 2010.

Deputado CLAUDIO CAJADO

Presidente

FIM DO DOCUMENTO
