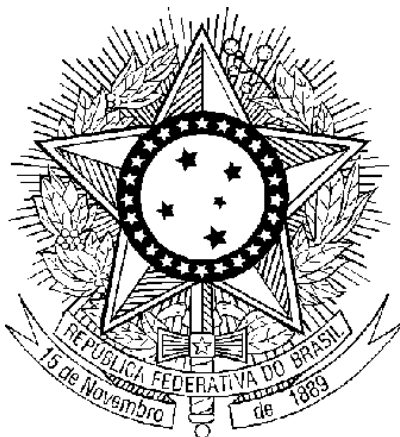


**AVULSO NÃO
PUBLICADO –
REJEIÇÃO
NAS COMISSÕES
DE MÉRITO**



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 417-B, DE 2011

(Do Sr. Eli Correa Filho)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, a fim de incluir o Artigo 44-A; tendo pareceres: da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, pela rejeição (relator: DEP. ÂNGELO AGNOLIN); e da Comissão de Defesa do Consumidor, pela rejeição (Relator: DEP. CÉSAR HALUM).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO;
DEFESA DO CONSUMIDOR E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (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 Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio:

- parecer do relator
- parecer da Comissão
- voto em separado

III – Na Comissão de Defesa do Consumidor:

- parecer do relator
- parecer da Comissão

O Congresso Nacional decreta:

Art . 1º - Acrescenta-se o art. 44 – A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990:

“Art. 44 A - As 10 (dez) primeiras empresas mais reclamadas e relacionadas no Cadastro das Reclamações dos PROCONS Estaduais, ficam obrigadas a fixar, em local visível e em todas as dependências: lojas, filiais, agências e postos de atendimento, cartaz que contenha a posição no “ranking”, o nome fantasia, razão social, número total de reclamações, número de reclamações atendidas e número de reclamações não atendidas.

§1º - O descumprimento do previsto nesta lei, sujeita o infrator às seguintes sanções:

I – advertência;

II – multa;

III – suspensão temporária das atividades.

§2º - A fiscalização e a aplicação das sanções serão exercidas concorrentemente pelos órgãos de proteção e defesa do consumidor da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, nas suas respectivas áreas de atuação administrativa.

§3º - No cumprimento desta Lei, observar-se-ão os dispositivos previstos na Lei que regula o processo administrativo no âmbito da Administração Pública .

§4º- As penalidades previstas somente poderão ser aplicadas após decisão da autoridade administrativa competente, sendo assegurado o contraditório e a ampla defesa no processo administrativo.”

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

JUSTIFICAÇÃO

Os cadastros mantidos pelos PROCONS Estaduais têm que servir como indicador/referência para o consumidor.

Pouco se divulga, durante a vigência anual do cadastro, brilhante trabalho (deve-se ter legislação obrigando a inclusão em lugar legível do cadastro nos estabelecimentos que encontram-se nas 10 primeiras posições).

“Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: [\(Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995\)](#)

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

- a) por iniciativa direta;
- b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;
- c) pela presença do Estado no mercado de consumo;
- d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica ([art. 170, da Constituição Federal](#)), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.”

O objetivo da propositura é ajudar a transformar a “lista” em um indicador efetivo de referência para o consumidor, que terá a informação visível quando entrar em qualquer loja, agência ou posto de atendimento das empresas com mais reclamações.

Sala das Sessões, em 16 de fevereiro de 2011..

**Deputado Eli Corrêa Filho
DEM/SP**

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

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 II
DA POLÍTICA NACIONAL DE RELAÇÕES DE CONSUMO

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: *“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995*

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Art. 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:

I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;

II - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;

III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;

IV - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;

V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

§ 1º (VETADO).

§ 2º (VETADO).

CAPÍTULO V DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

Seção VI Dos Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

Art. 44. Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor.

§ 1º É facultado o acesso às informações lá constantes para orientação e consulta por qualquer interessado.

§ 2º Aplicam-se a este artigo, no que couber, as mesmas regras enunciadas no artigo anterior e as do parágrafo único do art. 22 deste código.

Art. 45. (VETADO).

COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 417, de 2011, acrescenta artigo ao Código de Defesa do Consumidor de forma a estipular a obrigatoriedade de as dez empresas mais reclamadas e relacionadas no Cadastro das Reclamações dos Procons afixarem, em todas as suas dependências como lojas, filiais, agências e postos de atendimento, cartaz que contenha a posição no “ranking” desse cadastro, bem como o seu nome de fantasia, a razão social, o número total de reclamações, o número de reclamações atendidas e o número de reclamações não atendidas.

A proposição estabelece ao infrator as sanções de advertência, multa e suspensão temporária das atividades, e dispõe que a fiscalização e a aplicação das sanções serão exercidas concorrentemente pelos órgãos de proteção e defesa do consumidor da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

Por fim, a proposição estabelece que a aplicação de seus dispositivos será efetuada de acordo com as regras estabelecidas na Lei que regula o processo administrativo no âmbito da Administração Pública e que as penalidades previstas

somente poderão ser aplicadas após decisão da autoridade administrativa competente, sendo assegurado o contraditório e a ampla defesa.

Na justificação da proposição, o autor aponta que os cadastros mantidos pelos Procons estaduais têm que servir como referência para o consumidor, devendo ser um indicador efetivo a ser amplamente utilizado. Assim, defende que, caso uma empresa seja relacionada como uma das dez mais reclamadas, deverá afixar de maneira visível e em todas as suas lojas, filiais, agências e postos de atendimento a lista que apresente a sua posição no “*ranking*” do Procon, entre outras informações.

A proposição em análise tramita em regime ordinário e será apreciada pelas comissões de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, Defesa do Consumidor, e de Constituição e Justiça e de Cidadania.

No prazo regimental, não foram apresentadas emendas.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

A proposição em análise estabelece regras adicionais para o Cadastro de Reclamações Fundamentadas elaborado pelos Procons estaduais.

A esse respeito, deve-se esclarecer, preliminarmente, que a elaboração do Cadastro de Reclamações Fundamentadas atende ao art. 44 do Código de Defesa do Consumidor, que estipula que *os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor.*

De acordo com a proposição, as dez empresas mais reclamadas relacionadas no Cadastro das Reclamações Fundamentadas dos Procons devem afixar em local visível de suas lojas, filiais, agências e postos de atendimento cartaz que contenha a posição – ou seja, o *ranking* – da empresa no referido cadastro, bem como o número total de reclamações fundamentadas que recebeu, o número de reclamações atendidas e número de reclamações não atendidas, além de seu nome de fantasia e razão social.

Assim, o objetivo da proposição é transformar o Cadastro de Reclamações Fundamentadas, no caso das dez empresas mais reclamadas, em um efetivo indicador de referência para o consumidor, que terá a informação visível quando adentrar o estabelecimento comercial.

Compreendemos que as intenções do autor são meritórias, pois buscam conferir maior publicidade a um indicador que já existe e que é considerado confiável.

Não obstante, apesar do aspecto meritório das intenções do autor, entendemos que a proposição poderá gerar efeitos indesejados caso seja aprovada.

Uma das questões que deve ser suscitada refere-se ao fato de que o cadastro oferece informações pretéritas sobre a atividade da empresa. Assim, mesmo no caso de a empresa já ter tomado medidas efetivas para a redução das

reclamações, deverá ainda assim ostentar a lista que a relaciona como uma das mais reclamadas.

Desta forma, a obrigatoriedade de afixação de cartazes mencionando o *ranking* da empresa na lista de reclamações poderá acarretar reflexos negativos em sua atividade empresarial futura, ao passo que entendemos ser mais razoável que as consequências das reclamações apontadas sejam sanções impostas no âmbito administrativo ou judicial.

Em outras palavras, provocar a *estigmatização* dessas empresas não parece ser a solução mais adequada em um Estado democrático de direito.

Além desse aspecto, a lista elaborada pelos Procons aponta, em regra, o número absoluto de reclamações, sem ponderação quanto à sua base de clientes. Desta forma, é possível que uma pequena empresa tenha, proporcionalmente, um número significativamente maior de reclamações do que uma das dez empresas mais reclamadas, que podem estar no topo do *ranking* por apresentarem uma base numérica de clientes muito significativa.

Sob esse aspecto, empresas de portes diferentes mas que tenham um mesmo número proporcional de reclamações serão tratadas de maneira profundamente desigual, visto que uma delas pode ser obrigada a afixar o cartaz informativo, ao passo que as outras não serão submetidas a esse ônus simplesmente por terem uma menor base de clientes. Nesse caso, entendemos que haveria um tratamento que não seria isonômico, conferindo sanções econômicas desiguais a partir de fatos semelhantes.

Desta forma, entendemos que a solução mais razoável para a redução das reclamações poderia passar, alternativamente, pelo agravamento de penalidades pecuniárias e, principalmente, pelo fortalecimento das instituições responsáveis pela defesa do consumidor.

Assim, apesar das nobres intenções do autor, ante o exposto **votamos pela rejeição do Projeto de Lei nº 417, de 2011.**

Sala da Comissão, em 16 de junho de 2011.

Deputado **ÂNGELO AGNOLIN**
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, em reunião ordinária realizada hoje, rejeitou o Projeto de Lei nº 417/2011, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Ângelo Agnolin, contra o voto do Deputado Carlos Roberto. O Deputado Carlos Roberto apresentou voto em separado.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

João Maia - Presidente, Felipe Bornier, Natan Donadon e Romero Rodrigues - Vice-Presidentes, André Moura, Ângelo Agnolin, Antonio Balhmann, Camilo Cola, Francisco Praciano, João Lyra, José Augusto Maia, Miguel Corrêa, Ronaldo Zulke, Valdivino de Oliveira, Carlos Roberto, Dr. Ubiali, Giacobbo e Simão Sessim.

Sala da Comissão, em 3 de agosto de 2011.

Deputado JOÃO MAIA
Presidente

VOTO EM SEPARADO DO DEPUTADO CARLOS ROBERTO

I – RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 417, de 2011, acrescenta artigo ao Código de Defesa do Consumidor de forma a estipular a obrigatoriedade de as dez empresas mais reclamadas e relacionadas no Cadastro das Reclamações dos Procons afixarem, em todas as suas dependências como lojas, filiais, agências e postos de atendimento, cartaz que contenha a posição no “ranking” desse cadastro, bem como o seu nome de fantasia, a razão social, o número total de reclamações, o número de reclamações atendidas e o número de reclamações não atendidas.

A proposição estabelece ao infrator as sanções de advertência, multa e suspensão temporária das atividades, e dispõe que a fiscalização e a aplicação das sanções serão exercidas concorrentemente pelos órgãos de proteção e defesa do consumidor da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. Por fim, a proposição estabelece que a aplicação de seus dispositivos será efetuada de acordo com as regras estabelecidas na Lei que regula o processo administrativo no âmbito da Administração Pública e que as penalidades previstas somente poderão ser aplicadas após decisão da autoridade administrativa competente, sendo assegurado o contraditório e a ampla defesa.

Na justificação da proposição, o autor aponta que os cadastros mantidos pelos Procons estaduais têm que servir como referência para o consumidor, devendo ser um indicador efetivo a ser amplamente utilizado. Assim, defende que, caso uma empresa seja relacionada como uma das dez mais reclamadas, deverá afixar de maneira visível e em todas as suas lojas, filiais, agências e postos de atendimento a lista que apresente a sua posição no “*ranking*” do Procon, entre outras informações.

A proposição em análise tramita em regime ordinário e será apreciada pelas comissões de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, Defesa do Consumidor, e de Constituição e Justiça e de Cidadania. No prazo regimental, não foram apresentadas emendas.

II - VOTO

O Relator em seu parecer manifestou-se contrário à aprovação da propositura.

A proposição em análise estabelece regras adicionais para o Cadastro de reclamações Fundamentadas elaborado pelos Procons estaduais. A esse respeito, deve-se esclarecer, preliminarmente, que a elaboração do Cadastro de Reclamações Fundamentadas atende ao art. 44 do Código de Defesa do Consumidor, que estipula que *os órgãos públicos de defesa do consumidor*

manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor.

De acordo com a proposição, as dez empresas mais reclamadas relacionadas no Cadastro das Reclamações Fundamentadas dos Procons devem afixar em local visível de suas lojas, filiais, agências e postos de atendimento cartaz que contenha a posição – ou seja, o *ranking* – da empresa no referido cadastro, bem como o número total de reclamações fundamentadas que recebeu, o número de reclamações atendidas e número de reclamações não atendidas, além de seu nome de fantasia e razão social.

Assim, o objetivo da proposição é transformar o Cadastro de Reclamações Fundamentadas, no caso das dez empresas mais reclamadas, em um efetivo indicador de referência para o consumidor, que terá a informação visível quando adentrar o estabelecimento comercial. Compreendemos que as intenções do autor são meritórias, pois buscam conferir maior publicidade a um indicador que já existe e que é considerado confiável. Não obstante, apesar do aspecto meritório das intenções do autor, entendemos que a proposição poderá gerar efeitos indesejados caso seja aprovada.

Uma das questões que deve ser suscitada refere-se ao fato de que o cadastro oferece informações pretéritas sobre a atividade da empresa. Assim, mesmo no caso de a empresa já ter tomado medidas efetivas para a redução das reclamações, deverá ainda assim ostentar a lista que a relaciona como uma das mais reclamadas. Desta forma, a obrigatoriedade de afixação de cartazes mencionando o *ranking* da empresa na lista de reclamações poderá acarretar reflexos negativos em sua atividade empresarial futura, ao passo que entendemos ser mais razoável que as consequências das reclamações apontadas sejam sanções impostas no âmbito administrativo ou judicial.

Em outras palavras, provocar a *estigmatização* dessas empresas não parece ser a solução mais adequada em um Estado democrático de direito.

Além desse aspecto, a lista elaborada pelos Procons aponta, em regra, o número absoluto de reclamações, sem ponderação quanto à sua base de clientes. Desta forma, é possível que uma pequena empresa tenha, proporcionalmente, um número significativamente maior de reclamações do que uma das dez empresas mais reclamadas, que podem estar no topo do *ranking* por apresentarem uma base numérica de clientes muito significativa. Sob esse aspecto, empresas de portes diferentes, mas que tenham um mesmo número proporcional de reclamações serão tratadas de maneira profundamente desigual, visto que uma delas pode ser obrigada a afixar o cartaz informativo, ao passo que as outras não serão submetidas a esse ônus simplesmente por terem uma menor base de clientes. Nesse caso, entendemos que haveria um tratamento que não seria isonômico, conferindo sanções econômicas desiguais a partir de fatos semelhantes. Desta forma, entendemos que a solução mais razoável para a redução das reclamações poderia passar, alternativamente, pelo agravamento de penalidades pecuniárias e, principalmente, pelo fortalecimento das instituições responsáveis pela defesa do consumidor. Assim, apesar das nobres intenções do autor, ante o exposto **votamos pela rejeição do Projeto de Lei nº 417, de 2011.**

III – DA CONCLUSÃO

Os cadastros mantidos pelos PROCONS Estaduais têm que servir como indicador/referência para o consumidor. Pouco se divulga, durante a vigência anual do cadastro, brilhante trabalho (deve-se ter legislação obrigando a inclusão em lugar legível do cadastro nos estabelecimentos que encontram-se nas 10 primeiras posições).

“Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.”

O objetivo da propositura é ajudar a transformar a “lista” em um indicador efetivo de referência para o consumidor, que terá a informação visível quando entrar em qualquer loja, agência ou posto de atendimento das empresas com mais reclamações.

Do exposto, manifestamo-nos pela aprovação do PL 417/2011.

Sala das Comissões, em 03 de agosto de 2011.

Deputado **CARLOS ROBERTO**

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

I – RELATÓRIO

A proposição epigrafada pretende incluir artigo na Lei nº 8.078, de 1990, Código de Defesa do Consumidor, para obrigar as dez empresas com maior número de reclamações registradas por consumidores contra elas nos PROCONs a afixarem, em suas dependências, cartaz que informe sua posição no *ranking* das dez mais reclamadas, bem como informe o número de reclamações atendidas e o número de reclamações não atendidas, sob pena de sofrer advertência, multa ou suspensão temporária das atividades.

O objetivo da proposição é utilizar a lista ou o *ranking* das empresas mais reclamadas como um indicador efetivo de referência para todos os consumidores, mesmo para aqueles que não costumam consultar a lista disponível nos PROCONs, pois, ao ler os cartazes afixados nas dependências do estabelecimento, seriam alertados sobre a situação da empresa quanto a reclamações de consumidores.

A proposição em análise foi rejeitada pela Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio e, dentro do prazo regimental, não recebeu emendas no âmbito deste órgão técnico.

II - VOTO DO RELATOR

É muito sensata a intenção do nobre Apresentante da matéria sob análise. Sem dúvida, seria muito útil e prático para o consumidor, ao adentrar um estabelecimento com intenção de adquirir bem ou serviço, ser informado, mediante um cartaz, acerca do número de reclamações que pesam contra aquele fornecedor, e se ele é um dos dez primeiros colocados no *ranking* dos mais faltosos em relação aos clientes.

Porém, o critério proposto dá margem a distorções e tende a induzir o consumidor em erro, porque considera apenas o número absoluto de reclamações existentes e não o número relativo, que indicaria com mais precisão a qualidade do fornecedor. Pelo critério proposto, bancos, companhias de serviço telefônico e outros fornecedores que atendem milhões de clientes por dia em todo o Brasil, estariam continuamente condenados a ostentarem os cartazes de piores fornecedores do mercado, pois, naturalmente, devido ao imenso número de atendimentos que realizam diariamente, têm registradas contra si um número maior de reclamações do que empresas que atuam apenas no estado, na cidade ou no bairro, mesmo que essas empresas sejam fornecedores muito piores do que o banco ou a operadora de telefonia.

Devemos ainda considerar que o art. 44 da Lei nº 8.078, de 1990, além de obrigar os órgãos públicos de defesa do consumidor a manterem cadastros atualizados de reclamações contra fornecedores de produtos e serviços e obrigá-los

a publicar, anualmente, tais cadastros, os obrigam a facultar o acesso para orientação e consulta de qualquer interessado, sendo, portanto, perfeitamente possível ao consumidor inteirar-se da situação de qualquer fornecedor, antes de adquirir produto ou serviço.

Pelas razões acima expostas, nosso voto é pela rejeição do Projeto de Lei nº 417, de 2011.

Sala da Comissão, em 08 de maio de 2012.

Deputado CÉSAR HALUM
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião ordinária realizada hoje, rejeitou o Projeto de Lei nº 417/2011, nos termos do Parecer do Relator, Deputado César Halum, contra os votos dos Deputados Ivan Valente, Henrique Oliveira, Reguffe, Eli Correa Filho e Deley.

Participaram da votação nominal os Senhores Deputados Eli Correa Filho, Fernando Coelho Filho, Francisco Chagas, Henrique Oliveira, Ivan Valente, José Chaves, Júlio Delgado, Paulo Wagner, Reguffe, Ricardo Izar, Sérgio Brito, Severino Ninho, César Halum, Deley, Nelson Marchezan Junior e Walter Ihoshi.

Sala da Comissão, em 17 de abril de 2013.

Deputado **JOSÉ CARLOS ARAÚJO**
Presidente

FIM DO DOCUMENTO
