

COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO INDÚSTRIA E COMÉRCIO

PROJETO DE LEI Nº 683, DE 2011

Estabelece condições para o comércio varejista e dá outras providências.

Autor: Deputado WELITON PRADO

Relator: Deputado ÂNGELO AGNOLIN

I – RELATÓRIO

Trata-se de projeto de lei que propõe aos estabelecimentos comerciais de venda direta ao consumidor a obrigação de divulgar, em local de fácil acesso e em páginas da internet, a relação de todos os seus bens disponíveis para venda, contendo informações atualizadas sobre marca, preço e peso do produto.

Define, ainda, que as listas publicadas na internet deverão estar em páginas próprias de cada estabelecimento, demonstrando com linguagem clara e compreensiva serem páginas oficiais dedicadas à publicação das informações e tomadas de preços.

O projeto estabelece, ainda, limitação de prazo para o tempo de espera do cliente para o pagamento de suas compras em 15 minutos.

Fica estabelecida, ainda, multa de R\$ 2.000,00 a R\$ 20.000,00, atualizada pela taxa SELIC, para o descumprimento do disposto no projeto.

As disposições do projeto não se aplicam aos estabelecimentos comerciais classificados como pequenas empresas e microempresas.

Justifica o ilustre Autor que o Código de Defesa do Consumidor garante o direito à informação adequada e clara sobre os produtos e serviços e tal determinação correntemente não é cumprida, razão pela qual propõe a citada obrigação.

A matéria ainda será apreciada nas Comissões de Defesa do Consumidor e Constituição e Justiça e de Cidadania, para avaliação de admissibilidade, e está sujeita à apreciação conclusiva das Comissões, em regime de tramitação ordinária.

Não foram apresentadas emendas no prazo regimental.

É o relatório.

II – VOTO DO RELATOR

Cabe à Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio proferir parecer sobre o mérito econômico da matéria em tela.

Inicialmente, vale ressaltar que a legislação que disciplina os direitos do consumidor no Brasil tem evoluído continuamente no sentido de aprimorar as condições de acesso à informação por parte do consumidor sobre produtos e serviços oferecidos no mercado. Do ponto de vista econômico, a escolha do consumidor deve ser a mais transparente possível, como forma de propiciar um melhor julgamento sobre a qualidade, a utilidade, a adequação e o real custo de cada produto ou serviço que pretenda consumir.

Somente com o livre acesso a todas as informações relevantes para sua escolha é que o consumidor se torna soberano, influenciando positivamente a concorrência entre as firmas, o aprimoramento dos serviços, as inovações e a redução dos custos no longo prazo.

Nesse sentido, só podemos louvar a iniciativa do ilustre Autor. No entanto, é preciso que haja um equilíbrio nas exigências legais,

balanceando os custos impostos às empresas, com o efetivo ganho de transparência pretendido.

O projeto de lei em análise, a nosso ver, exorbita, quando pretende que todos os estabelecimentos comerciais de venda direta ao consumidor mantenham páginas próprias na internet para divulgação de todos os bens disponíveis para venda e seus preços. Claramente há um alto custo de criação, alimentação e manutenção desses sítios, para que o consumidor possa ter acesso facilitado e remoto a essas informações.

Além disso, é preciso reconhecer que o próprio mercado tem a capacidade de se autorregular nessa questão. Há óbvio interesse das empresas em prestar atendimento com mais eficiência e celeridade ao consumidor, porque isto concorre para atrair maior clientela e efetuar maiores vendas. De outra parte, o próprio consumidor, com o seu poder de escolha, contribui para que tais investimentos sejam realizados, porque, se não for bem atendido, tem o poder de migrar para concorrentes que lhe ofereçam melhores serviços.

O empreendedor, que arrisca seu capital na busca do sucesso, é movido pelo interesse de bom atendimento ao consumidor porque reconhece que provém deste o sucesso do seu negócio. E serão bem sucedidos aqueles que souberem se adequar às exigências do consumidor nos mercados em que estão inseridos. Por esta razão, discordamos dos pressupostos básicos que orientam a proposição.

Obviamente, aquelas empresas que hoje já possuem tais facilidades, e são muitas, são aquelas que realizam uma escala de vendas que justifique tal investimento. Não há uma predisposição das empresas em esconder do consumidor essas informações por esse meio. Ao contrário, esta é uma meta de muitas que só não o fazem porque não possuem os recursos para tal.

Ademais, a facilidade obtida pelo acesso remoto do consumidor a essas listas pode ser obtida por outros meios como a visita direta ou o contato telefônico. As atuais exigências de clareza de preços e de características de produtos já são suficientes para orientar a escolha do consumidor, não estando necessariamente relacionadas à exigência de uma nova forma de apresenta-las.

A nosso ver, a obrigatoriedade pretendida pelo projeto impõe custos excessivos a diversos estabelecimentos comerciais sem que o consumidor esteja necessariamente desatendido. Mais ainda, interfere na decisão de oferecer mais visibilidade e acesso ao consumidor de maneira mais econômica sem violar os princípios da legislação do consumidor.

Diante do exposto, **votamos pela rejeição do Projeto de Lei nº 683, de 2011.**

Sala da Comissão, em de de 2011.

Deputado ÂNGELO AGNOLIN
Relator