

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI N.º 1512, DE 2011

Dispõe sobre o lançamento de modelos de veículos automotores produzidos por montadoras e fabricantes instalados no País.

Autora: Deputada Eliane Rolim

Relator: Deputado Gean Loureiro

VOTO EM SEPARADO DO DEPUTADO JOSÉ CARLOS ARÚJO

O Projeto de Lei nº 1512, de 2011, de autoria da ilustre deputada Eliane Rolim, pretende vedar às montadoras e aos fabricantes de veículos motores o “lançamento comercial de modelos de veículos automotores com periodicidade superior à anual”.

Considera como alteração de modelo a modificação do veículo automotor efetuada pela montadora no qual ocorra alteração no design do carro, inclusive no que se refere às formas e dimensões exteriores do veículo e alterações de peças e componentes que , em seu conjunto, representem mais de 2,5 % do valor médio de venda do veículo.

Estabelece, ainda, que por ocasião do lançamento comercial de um modelo a montadora deverá associar esse modelo a um ano de referência, que poderá ser o ano corrente do lançamento comercial ou ano subsequente àquele em que ocorreu o lançamento comercial, hipótese em que não poderá ser realizado antes do mês de setembro.

O projeto determina como sanção ao descumprimento da nova norma a obrigação de a montadora restituir ao consumidor a diferença de preço entre o veículo de modelo novo lançado e o do ano anterior adquirido pelo consumidor.

O relator da matéria, nobre deputado Gean Loureiro, apresentou parecer pela aprovação do projeto, sem emendas.

Em 14 de setembro, vindo a matéria à discussão desse colegiado, solicitei vista do processo para melhor examinar o seu mérito, no que fui acompanhado pelos ilustres deputados Walter Ithoshi e Carlos Sampaio.

Com todo o respeito a iniciativa da autora e do parecer do relator, que externam justas preocupações com a defesa do consumidor, somos obrigados a discordar das premissas que fundamentam a proposição e dos fins pretendidos, nos termos que tentarei expor a seguir.

Inicialmente, cabe observar que a redação constante do caput do art. 2º parece-me que contém um equívoco, pois não retrata o objetivo pretendido no projeto, conforme exposto na justificativa. Nos termos como está redigido o artigo contraria toda a argumentação lógica do projeto ao “vedar o lançamento comercial de modelos de veículos automotores com periodicidade superior à anual”. Tal dispositivo confronta também com o disposto no art. 4º, que fixa o mês de setembro, como data a partir da qual o fabricante poderá realizar o lançamento comercial de novo modelo. Este aspecto, evidentemente, poderia ser superado, a meu ver com uma emenda propondo substituir a expressão “superior” por “inferior”. Entendemos, entretanto, que mesmo admitindo-se a superação deste ponto, o projeto, no seu mérito, não merece prosperar, por julgarmos que não produzirá, como pretendido, reais benefícios ao consumidor e a sociedade.

O ponto fundamental a ser observado é a pretendida aplicação de restrições à indústria automotiva, no caso por meio de fixação de datas e regras rígidas para que possa efetuar o lançamento de novos modelos, com previsão de sanções ao seu descumprimento. No nosso modo de ver, estas medidas representam um desestímulo a novos investimentos e à inovação tecnológica, capazes de ocasionar prejuízos à esse importante segmento industrial, à atividade econômica e aos consumidores.

No fundo, as regras pretendidas representam uma ingerência na área da iniciativa privada, contrariando o preceito constitucional do livre exercício da atividade econômica. Com efeito, além da afronta ao preceito constitucional, a ingerência excessiva do Estado na economia, com imposições desta ordem ao setor privado, está em desacordo com o que tem sido adotado nas economias modernas, nas quais os setores produtivos buscam se adaptar às exigências dos mercados consumidores.

Convém observar que, com a velocidade dos avanços tecnológicos, a globalização e modernização das economias e dos mercados, o consumidor passou a exigir, cada vez mais, produtos de qualidade, a preços razoáveis e com condições de financiamentos acessíveis. Ou seja, os próprios consumidores anseiam por lançamentos de novos produtos, tecnologicamente mais avançados. Assim ocorre em vários segmentos de mercado, como na indústria de equipamentos eletro-eletrônicos (computadores, laptops, palmtops, televisores, aparelhos de telefonia celular etc) e, evidentemente, na indústria automobilística.

Lançar produtos novos, periodicamente, vai ao encontro da característica e exigência atual do mercado. Novos lançamentos, independentemente do intervalo de tempo, anual ou em periodicidade menor, estimulam a competitividade na indústria como um todo. E isto é desejável, pois significa melhoria constante da qualidade dos produtos ofertados ao consumidor.

Por outro lado, toda regulação excessiva de mercado corre o risco de produzir resultados perversos no sistema. É do interesse do País e da sociedade buscar novas tecnologias, proteger-se do atraso, sob o risco de ficar a reboque da modernidade e fora do contexto das nações desenvolvidas. Em última análise, combater a estagnação tecnológica significa também realizar a defesa dos interesses do consumidor.

No caso da indústria automobilística, isto se aplica com bastante propriedade, considerando tratar-se de um mercado altamente competitivo, onde a livre concorrência internacional se faz cada vez mais intensa. Com as constantes mudanças de tendências, muitas vezes um carro é lançado no mercado, tem boa aceitação, mas não atende a algumas particularidades. No decorrer do ano, os fabricantes buscam suprir essas exigências, lançando novos modelos de veículos, como importante estratégia de venda. Dessa forma, entendemos que o consumidor se beneficia com a variedade de modelos e com a consolidação do veículo no

mercado. Pelo que se observa, lançamentos de novos modelos, no primeiro semestre do ano, não são a regra, mas quando acontecem não nos parece que trazem necessariamente perdas significativas ao consumidor, além da desvalorização do produto novo.

Por último, não se pode deixar que reconhecer que a indústria automotiva, segundo dados de 2010, é responsável por uma participação de 19, 5% do PIB industrial , pela geração de 137.862 empregos ,tendo exportado mais de 767 mil unidades, gerando uma receita de exportação acima de US\$ 20 bilhões.

Vê-se, assim, que a evolução que o setor automotivo duramente conquistou ao longo dos anos e o estágio atual em que se encontram o parque industrial e o mercado nacional, com tendência de expressivo crescimento, aliada a pressão exercida pelas importações de veículos estrangeiros com altas inovações tecnológicas, são fatores que desaconselham impor ao setor, sobretudo mediante lei federal, amarrações de datas e de regras rígidas, para que empresas venham a lançar seus produtos, posto que são medidas que não se adequam às exigências das economias modernas.

É factível prever-se que a fixação do mês de setembro, ou de outro qualquer, como data para início de lançamentos de novos veículos, trará impacto direto nas vendas dos meses imediatamente anteriores, considerando que o consumidor, sabendo antecipadamente da data da ocorrência do lançamento, certamente esperaria a chegada daquele mês para efetivar sua compra, o que produziria impactos nos níveis de produção e geração de renda. Adicionalmente, poderia trazer grande perda de competitividade do produto exportado, uma vez que outros países não apresentam este tipo de limitação.

Observem ainda que, sem desejar examinar o mérito e a eficácia da decisão governamental, acabamos de assistir a adoção de medidas fiscais da parte do Governo impondo restrições a importação de veículos estrangeiros, com elevação acentuada da carga tributária. Há que se esperar a reação advinda do mercado e dos segmentos atingidos, para se avaliar o real impacto dessa política.

Assim, considerando os argumentos expostos, votamos pela REJEIÇÃO do Projeto de Lei nº 1512, de 2011.

Sala da Comissão, em de setembro de 2011.

Deputado José Carlos Araújo