



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 3.463, DE 2012 **(Do Sr. Eliene Lima)**

Dispõe sobre a oferta e a prática comercial referentes à venda coletiva de produto ou serviço.

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL 1232/2011.

APRECIÇÃO:

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

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A oferta em qualquer meio de comunicação, inclusive na rede mundial de computadores e a prática comercial referentes à venda coletiva de produto ou serviço sujeitam-se às normas estabelecidas nesta lei.

Art. 2º A oferta referida no artigo anterior, deve identificar de forma clara seu veiculador, o gestor de pagamentos e o fornecedor do produto ou serviço, bem como deve conter, no mínimo, as seguintes informações em caracteres ostensivos e legíveis a respeito de cada um deles:

I – Nome empresarial;

II – Endereço do estabelecimento sede;

III – Número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

IV – Número telefônico e endereço eletrônico do Serviço de Atendimento ao Consumidor.

Art. 3º As pessoas referidas no artigo anterior ficam obrigadas a dispor um Serviço de Atendimento ao Consumidor que possa ser acessado por telefone e por correio eletrônico e não implique qualquer ônus ao consumidor.

Art. 4º A oferta referida no art. 1º deve assegurar informações claras e precisas em caracteres ostensivos e legíveis sobre:

I – Quantidade mínima de compradores necessária para a efetivação da oferta;

II – Prazo de validade da oferta, que não poderá ser inferior a três meses;

III – Quantidade de clientes que serão atendidos por dia, bem como a forma de agendamento para a efetivação da oferta;

Art. 5º Caso a quantidade mínima de compradores necessária para a efetivação da oferta não seja atingida, a devolução dos valores pagos deverá ser feita em, no máximo, 72 (setenta e duas) horas.

Art. 6º O veiculador da oferta e o fornecedor do produto ou serviço respondem solidariamente por eventuais danos causados ao consumidor, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

Art. 7º A infração dos dispositivos desta lei, bem como dos dispositivos dos contratos firmados, a qualquer tempo, entre o veiculador da oferta ou o fornecedor de produto ou serviço e o consumidor, sujeita os primeiros às sanções previstas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 1990, sem prejuízo de outras sanções previstas em lei.

Art. 8º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A popularização do uso de tecnologias avançadas de computação de dados e de comunicação traz uma nova realidade ao campo das relações de consumo. A utilização da internet como meio de veiculação de publicidade e como espaço de comércio de produtos e serviços faz surgir novas modalidades de compra e venda que, naturalmente, reclamam uma regulamentação que proteja o consumidor de práticas abusivas.

Uma dessas novas modalidades é a venda de produto ou serviço a um número pré-estabelecido de consumidores, conhecida como “venda coletiva” ou “compra coletiva”. Nessa forma de comércio, o veiculador da oferta oferece produto ou serviço de determinado fornecedor a preço mais vantajoso e, em contrapartida, exige-se que seja atingido um número mínimo de compradores para concretizar a venda. O preço mais vantajoso é consequência da economia de escala obtida pelo fornecedor em razão do grande número de produtos ou serviços vendidos.

A veiculação desse tipo de oferta pode acontecer em qualquer meio de comunicação, mas tem acontecido notadamente no espaço virtual da rede mundial de computadores, onde já está presente em aproximadamente dois mil sítios, entretanto tem gerado muitas reclamações junto aos Procons. As principais reclamações são: a ausência de identificação dos responsáveis pela oferta, o que impede o consumidor de tomar medidas judiciais; a impossibilidade de comunicação, pois muitos sites não divulgam sequer um número de telefone para comunicação com o consumidor; a demora excessiva e até mesmo a não devolução do valor pago

quando o número de compradores não atinge o número mínimo exigido e; o atendimento defeituoso, sempre que o número de consumidores se mostra superior à capacidade de atendimento do fornecedor.

A presente iniciativa pretende estabelecer uma regulamentação de caráter geral para esse tipo de atividade, com foco na defesa do consumidor. Para tanto, obriga a identificação de todos os participantes da cadeia de fornecimento, inclusive do gestor de pagamentos, de modo que o consumidor possa dirigir-se diretamente ao responsável por cada uma das etapas da operação comercial. Obriga a publicação de informações de interesse do consumidor, tais como a quantidade mínima de compradores para a realização da oferta, o prazo de validade da oferta, a capacidade de o fornecedor atender a demanda, bem como fixa um prazo máximo para devolução da quantia paga, em caso de não realização da oferta. Adicionalmente, estabelece a responsabilidade solidária entre o veiculador da oferta e o fornecedor do produto ou serviço, como forma de aumentar as garantias do consumidor em caso de ação judicial. Além disso, estabelece punição aos infratores.

Entendemos que a adoção de uma legislação federal única, de caráter geral, para regular a atividade de venda coletiva, dispensa a edição de dezenas de leis estaduais sobre o mesmo assunto e, desse modo, facilita a defesa do consumidor e o desenvolvimento da atividade de venda coletiva.

Pelas razões apontadas acima, solicitamos o indispensável apoio dos nobres Pares para a aprovação da presente iniciativa.

Sala das Sessões, em 15 de março de 2012.

Deputado ELIENE LIMA

**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:

.....

CAPÍTULO VI
DA PROTEÇÃO CONTRATUAL

.....

Seção III
Dos Contratos de Adesão

.....

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de

julho de 1985 , os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. (Redação dada pela Lei nº 8.656, de 21.05.1993, DOU 22.05.1993 - Ed. Extra)

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (UFIR), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. (Parágrafo acrescentado pela Lei nº 8.703, de 06.09.1993, DOU 08.09.1993)

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO