



PARECER Nº 002 DE 2015. - CDC

Da COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR sobre o Projeto de Lei Nº 1.892, de 2014, que "garante ao consumidor levar gratuitamente o produto que tiver diferença entre o preço anunciado dentro do estabelecimento comercial e o registrado no caixa em todo o Distrito Federal".

AUTOR: Deputado Robério Negreiros

RELATOR: Deputado Chico Vigilante

I - RELATÓRIO

Chega a esta Comissão para exame, de autoria do Deputado Robério Negreiros, o Projeto de Lei nº 1.892, de 2014, o qual obriga estabelecimentos comerciais, tais como supermercados, padarias, lojas e afins, a conceder ao consumidor, gratuitamente, uma unidade do produto anunciado em gôndola, vitrine, cartaz, encarte ou propaganda veiculada em qualquer mídia, quando o preço registrado no caixa for diferente do preço anunciado, conforme estabelecido no art. 1º.

O §1º art. 1º estabelece que o consumidor, para ter o direito de levar o produto sem pagar por ele, deverá identificar a diferença de preços antes de fazer o pagamento, e procurar o gerente ou o responsável pelo estabelecimento para informá-lo sobre o problema.

O §2º do art. 1º assegura que o consumidor terá direito a apenas uma unidade gratuita, pelas demais deverá pagar o menor preço computado.

Para a fiscalização do cumprimento da Lei, conforme disposto no art. 2º, será firmado termo de compromisso entre a Defensoria Pública do Distrito Federal, por meio do Núcleo de Defesa do Consumidor (NUDECON) e "órgãos similares do Sistema Estadual de Defesa do Consumidor, como PROCON", além de associações de supermercados e outros estabelecimentos comerciais.

O art. 3º estabelece que o descumprimento da Lei sujeita os infratores às seguintes sanções, sucessivamente: advertência, com prazo de cinco dias úteis para o cumprimento da obrigação; multa de R\$ 1.000,00 por dia, cobrada em dobro em caso de descumprimento por período superior a um mês; cassação da licença e do



CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL

Gabinete do Deputado Chico Vigilante



alvará de funcionamento do estabelecimento, em caso de reincidência do descumprimento por mais de três vezes.

Segue tradicional cláusula de vigência.

Na justificção, o autor inicia com a afirmação de que o Distrito Federal tem legitimidade para legislar, juntamente com a União, sobre matérias referentes à produção e consumo, segundo o art. 24, inciso V, da Constituição Federal. Destaca, também, da Lei Orgânica do DF, que entre os princípios a serem observados pela ordem econômica, a defesa do consumidor (art. 158, V).

O autor argumenta que estabelecimentos comerciais, por descuido ou intencionalmente, anunciam valores atrativos para levar o consumidor a comprar, mas, na hora do pagamento, os valores são divergentes dos divulgados. Muitos consumidores, pela pressa ou confiança no estabelecimento, não percebem a discrepância de preços e terminam lesados. Tal prática é muito vantajosa para os estabelecimentos, que engordam seus lucros, às custas do consumidor.

Assim, conforme o autor, a proposta de garantir pelo menos um produto gratuito, em caso de discrepância de preços, é uma maneira útil de minimizar o problema, obrigando os responsáveis a corrigir imediatamente o preço, seja na gôndola, na propaganda ou qualquer veiculação de mídia. Com isso, o consumidor exerceria o papel de protagonista na fiscalização de seus direitos.

Durante o prazo regimental, não foram apresentadas emendas.

O Projeto foi lido em 29 de abril de 2014 e encaminhado a esta Comissão de Defesa do Consumidor para análise de mérito; posteriormente, seguirá para a Comissão de Constituição e Justiça para análise de admissibilidade.

É o relatório.

II – VOTO DO RELATOR

O Projeto que chega para análise desta Comissão trata de matéria relativa a medida de proteção e defesa do consumidor, ao garantir gratuidade de produto, em caso de discrepância de preços. Dessa forma, inclui-se entre aqueles projetos cujo mérito deve ser analisado por esta Comissão de Defesa do Consumidor, de acordo com o art. 66, inciso I, *a*, do Regimento Interno da Câmara Legislativa do Distrito Federal.

As relações de consumo são frequentemente desiguais, pois de um lado encontra-se o produtor, distribuidor e comercializador de produtos e serviços e de outro aquele que precisa desses produtos e serviços. Para equilibrar essa relação em favor do consumidor é que a Constituição Federal de 1988 contemplou alguns dispositivos. O art. 5º, inciso XXXII, determina que "o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor"; no Título VII, Da Ordem Econômica e Financeira, Capítulo I, Dos Princípios Gerais da Atividade Econômica, está contemplado o seguinte:



CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL

Gabinete do Deputado Chico Vigilante



*Art. 170. A **ordem econômica**, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os **seguintes princípios**:*

.....
V - **defesa do consumidor**; (grifo nosso)

Ainda na Constituição Federal, exemplo da importância que os constituintes destinaram ao tema, no Título X, Ato das Disposições Constitucionais, o art. 48 estabelece, ao Congresso Nacional, prazo de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, para elaborar o Código de Defesa do Consumidor - CDC.

Assim, foi aprovada a Lei federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, o chamado Código de Defesa do Consumidor, com o objetivo de garantir a proteção ao consumidor, definido na Lei como sendo "toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final" (art. 2º).

O CDC, em seu art. 6º, estabelece os direitos do consumidor, entre os quais destacamos:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

*III - a **informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços**, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e **preço**, bem como sobre os riscos que apresentem; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012)*

*IV - a **proteção contra a publicidade enganosa e abusiva**, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;*

..... (grifo nosso)

Além disso, o art. 7º estabelece que "os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade".

Assim, o CDC institui como direito do consumidor a informação adequada e clara sobre os produtos e serviços e sobre preços, além de proteção contra publicidade enganosa e abusiva no fornecimento de produtos e serviços. É nesse contexto que se insere o Projeto em comento, ao garantir ao consumidor o não pagamento de produto que apresentar diferença entre o preço anunciado e o registrado no caixa, no momento do pagamento.

Segundo a Revista do Instituto de Defesa do Consumidor – IDEC, nº 16, de 2012, quem não presta atenção aos preços dos produtos que pretende comprar pode sair no prejuízo. Em supermercados, segundo a publicação, a diferença entre o valor



CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL

Gabinete do Deputado Chico Vigilante



apresentado na gôndola e o que aparece no caixa na hora de pagar é um dos problemas mais comuns enfrentados pelos consumidores. Esses abusos são comuns também em lojas (de roupas, sapatos, eletrônicos, brinquedos etc.). Nesses casos, ocorre que o preço exposto na vitrine pode ser diferente do valor fixado nas peças à venda no interior da loja, ou que uma única peça apresenta o preço errado, no meio de peças com o preço correto. Segundo o IDEC, as normas que regem as relações de consumo devem sempre ser interpretadas a favor do consumidor, como estabelece o art. 47 do CDC.

Especificamente em relação à essa discrepância entre preços, o CDC prevê o seguinte:

*Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços **recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade**, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:*

*I - **exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;***

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos. (grifo nosso)

Portanto, o CDC, assegura que o consumidor tem direito de que seja garantido os termos da oferta, apresentação ou publicidade, ou seja, o preço menor.

Da mesma forma, a 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.

*Art. 5º No caso de **divergência de preços** para o mesmo produto entre os sistemas de informação de preços utilizados pelo estabelecimento, o **consumidor pagará o menor dentre eles.** (grifo nosso)*

Sobre o assunto, matéria divulgada pelo jornal O Globo, de 15 de janeiro de 2014, revela que foi firmado um termo de compromisso entre a Defensoria Pública do Rio, os órgãos do Sistema Estadual de Defesa do Consumidor e a Associação de Supermercados do Rio de Janeiro – Asserj e a Associação Brasileira de Supermercados – Abras. Com base nesse acordo, fica garantido ao consumidor gratuidade para uma unidade do produto, quando encontrar diferença de preço entre o anunciado na gôndola e o registrado no caixa, em mais de 300 supermercados do Estado. Essa iniciativa foi denominada “De olho no preço”.

Ainda segundo a matéria, para ter direito a levar o produto sem pagar por ele, o consumidor deve identificar a diferença de preço antes de fazer o pagamento, e procurar o gerente ou o responsável pelo estabelecimento para informá-lo sobre o problema. Independentemente da quantidade que deseja levar do produto encontrado com preço diferente, o consumidor receberá apenas uma unidade gratuita. Ou seja, se o cliente quiser comprar mais de uma unidade, a primeira sairá de graça, mas as demais terão o menor preço computado.

Os estabelecimentos que participam da campanha são identificados com cartazes. A iniciativa não contempla produtos das seções de têxteis,



CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL

Gabinete do Deputado Chico Vigilante



eletroeletrônicos, áudio e vídeo ou equipamentos para veículos. Segundo o presidente da Asserj, essa seria uma forma de gratificar o consumidor que está atento aos preços dos produtos ao passar pelo caixa.

Acreditamos que essa iniciativa tenha sido a base para a elaboração da proposição em comento, pois trata-se de uma experiência concreta de viabilização da ideia. Entretanto, há algumas diferenças entre o proposto e o que ocorreu no RJ. Em primeiro lugar, lá a medida partiu de acordo firmado entre a Defensoria Pública, os órgãos de defesa do consumidor e os representantes dos estabelecimentos envolvidos. Segundo, a proposta se restringe a supermercados, especificamente, aos que aceitaram os termos do acordo. Por último, o supermercado que aderiu à campanha é identificado por meio de cartazes.

Entretanto, mesmo postas essas diferenças, não consideramos que a proposta apresente óbice para prosperar, garantidas as adequações necessárias, relativas à técnica legislativa e à redação, uma vez que se insere no princípio estabelecido pelo CDC de que as relações de consumo devem ser interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor. Porém, algumas questões merecem uma consideração, o disposto nos arts. 2º e 3º.

O CDC, no Capítulo VII, Das Sanções Administrativas estabelece o seguinte:

Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias. (grifo nosso)

O Decreto federal nº 2.181, de 20 de março de 1997, que dispõe, entre outros, sobre a organização do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC e estabelece as normas gerais de aplicação das sanções administrativas previstas na Lei nº 8.078, de 1990, sobre a fiscalização das relações de consumo dispõe o seguinte:

Art. 9º A fiscalização das relações de consumo de que tratam a Lei no 8.078, de 1990, este Decreto e as demais normas de defesa do consumidor será exercida em todo o território nacional pela Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça, pelos órgãos federais integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, pelos órgãos conveniados com a Secretaria e pelos órgãos de proteção e defesa do consumidor criados pelos Estados, Distrito Federal e Municípios, em suas respectivas áreas de atuação e competência. (grifo nosso)

Do exposto, fica claro que cabe ao Estado o papel de fiscalizar e controlar o mercado de consumo, por meio de órgãos criados para esse fim, os PROCONs. Não cabe, portanto, ao Estado, no caso o DF, firmar termo de compromisso com entidades da sociedade civil, como associações de supermercados e de outros estabelecimentos comerciais, para fiscalizar o cumprimento do disposto na Lei,



CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL

Gabinete do Deputado Chico Vigilante



conforme dispõe o art. 2º do Projeto. No exemplo do RJ, o termo de compromisso tinha como fim viabilizar a implementação da proposta, que não tinha força de lei. Assim, é necessário corrigir o disposto no referido artigo, motivo pelo qual apresentamos Emenda Modificativa em anexo.

Voltando ao CDC, ainda sobre as Sanções Administrativas, dispõe o seguinte:

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. (grifo nosso)

Assim, verificamos que **advertência** não se encontra entre as punições existentes no caso de infrações às normas de defesa do consumidor, o que nos leva a sugerir que essa sanção seja retirada da proposição sob análise. Em função disso, apresentamos Emenda Supressiva em anexo. As necessárias adequações em relação à técnica legislativa e redação ficam por conta da CCJ.

Feitas essas considerações, manifestamo-nos pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 1892, de 2014, quanto ao mérito, com as Emendas Modificativa e Supressiva, no âmbito desta Comissão de Defesa do Consumidor.

Sala das Comissões, em

2015.

DEPUTADO CHICO VIGILANTE
Relator

