

DA INEXISTÊNCIA DO DEVER DE PRATICAR PREÇOS IGUAIS NAS VENDAS À VISTA E NO CARTÃO

*Hugo de Brito Machado**

1 Introdução. 2 Os princípios da legalidade e da igualdade. 3 Distinção entre venda à vista e no cartão. 4 Liberdade de iniciativa econômica. 5 Proteção ao consumidor. 6 A quem realmente interessa a imposição. 7 Manifestações jurisprudenciais. 8 Responsabilidade pessoal do agente público no combate ao arbítrio. 9 Conclusões.

RESUMO

Este trabalho aborda a questão da suposta obrigatoriedade, na visão dos órgãos estatais de proteção ao consumidor, de estabelecimentos comerciais praticarem exatamente os mesmos preços nas vendas feitas para pagamento à vista, e nas vendas cujo pagamento do preço, pelo consumidor, opera-se com o uso de cartão de crédito ou instrumento congêneres. Nele se avalia, primeiramente, se esta suposta igualdade nos preços tem amparo legal. Em seguida, cuida-se de saber se o fato de o preço ser pago a vista, ou com a intermediação de empresa administradora de cartão, que efetua o pagamento depois de algum tempo, e com a cobrança de comissão sobre o valor da venda, não é uma condição legítima para a concessão de descontos na primeira hipótese. Finalmente, o texto examina se essa alegada obrigatoriedade de pagar-se um mesmo preço, nas vendas a vista e nas vendas a cartão de crédito, não beneficia, na verdade, as empresas administradoras de cartão de crédito, e não o consumidor, que tem violada a sua liberdade de não usar o cartão de crédito e beneficiar-se com isso.

PALAVRAS-CHAVE: Liberdade de iniciativa. Proteção ao consumidor. Preço. Equiparação. Venda à vista. Cartão de crédito.

1 INTRODUÇÃO

Com a manchete “Decon autua 4 livrarias por preço diferenciado”, noticia-se que estão sendo multados estabelecimentos comerciais “por estarem

*Professor Titular de Direito Tributário da UFC. Presidente do Instituto Cearense de Estudos Tributários.

praticando preços diferenciados nas modalidades de pagamento à vista, cartão de débito automático e cartão de crédito.” Diz a notícia que “os fiscais identificaram que os descontos concedidos nas compras à vista não eram concedidos também nas outras modalidades.”¹

Essa prática repressiva, geralmente adotada contra pequenas e médias empresas comerciais, bem demonstra como é difícil ser empresário neste País, onde as autoridades vivem inventando formas de restringir a liberdade empresarial. A aplicação de multa pela prática de preços diferenciados conforme a modalidade de pagamento é um atentado a essa liberdade. Fazer uma compra e venda com pagamento à vista, ou no cartão de débito ou de crédito, é opção do comprador e do vendedor, que se acertam no preço e nas condições. É o exercício da liberdade de iniciativa econômica prometida expressamente por nossa Constituição Federal.

É certo que a Constituição promete também a defesa do consumidor, mas esta há de ser entendida de modo a que não se instaure um conflito com a liberdade econômica. Os diversos dispositivos da Constituição devem ser interpretados de sorte que um não anule o outro. A melhor interpretação de cada um deles será aquela que os ponha a todos em harmonia, e quanto aos que dizem respeito à liberdade econômica e aqueles que dizem respeito à proteção ao consumidor essa harmonia é perfeitamente possível como adiante vamos demonstrar.

A tese segundo a qual o comerciante tem o dever de praticar preços iguais nas vendas à vista e com pagamento mediante cartões de crédito ou de débito tem sido sustentada a pretexto da defesa do consumidor, mas pode ser que interesse muito mais às empresas administradoras de cartões. A defesa do consumidor pode ser apenas um pretexto. Um discurso politicamente correto, que pode não corresponder à verdadeira intenção de quem o faz. Ou decorrer de uma análise superficial e equivocada da situação, onde a aparência predomina sobre a realidade.

Seja como for, importante é a investigação dos elementos estritamente jurídicos para que se possa a final firmar posição nessa importante questão de saber se existe, ou não, em nosso ordenamento jurídico, do dever de praticar nas vendas com pagamento feito mediante cartão de crédito ou de débito, o mesmo preço praticado nas vendas à vista.

É o que vamos fazer neste estudo.

2 OS PRINCÍPIOS DA LEGALIDADE E DA IGUALDADE

Entre os direitos e garantias fundamentais está o direito de não ser obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei.² E também o direito à igualdade, uma vez que todos são iguais perante a lei.³

A determinação do alcance desses dois princípios é de grande importância para a solução adequada da questão de saber se o comerciante é, ou não é

obrigado a praticar nas vendas para pagamento com cartão de crédito, ou de débito, os mesmos preços praticados nas vendas para pagamento à vista. Os que defendem a resposta afirmativa sustentam que se trata de um direito do consumidor, porque a venda com pagamento efetuado mediante cartão é uma venda à vista. Citam doutrina de Orlando Gomes, segundo a qual essa venda não caracteriza venda a crédito, porque o comprador, ao assinar a nota de venda, atribui a esta a condição de um título pro soluto em relação a quem a firmou.

Não existe, porém, lei estabelecendo esse dever do comerciante, de praticar nas vendas para pagamento com cartão de crédito, os mesmos preços praticados nas vendas para pagamento à vista. E se existisse, a nosso ver seria inconstitucional, como adiante será demonstrado. De todo modo, por enquanto fica a afirmação de que não existe lei. Pretender obrigar o comerciante a praticar os mesmos preços nas vendas à vista e no cartão viola, sem dúvida, o princípio da legalidade.

Além de violar o princípio da legalidade, a tese que afirma a obrigação de igualdade de preços nas vendas à vista e no cartão viola também o princípio da igualdade, ou isonomia jurídica. Os elementos de fato que consubstanciam a diferença entre uma venda e a outra, vale dizer, a diferença entre uma venda à vista e uma venda com pagamento no cartão, são critérios discriminatórios razoáveis para ensejar a prática de preços diferentes. Embora a venda no cartão não configure uma venda a crédito, vez que o vendedor não precisa ter cadastro, nem confiança no comprador, em face da responsabilidade da empresa administradora do cartão, certo é que o dinheiro não é recebido no momento da venda, mas vários dias depois. Por outro lado, o comerciante que faz uma venda para pagamento no cartão paga comissão à administradora deste, restando assim a operação onerada, de sorte que não se confunde de nenhum modo com a venda à vista. Também aquele que compra e faz o pagamento com cartão de crédito na verdade não desembolsa imediatamente o dinheiro correspondente. Não está, portanto, em situação igual à daquele que faz uma compra à vista.

A igualdade consiste em tratar igualmente os que estão em situações iguais, e desigualmente os que estão em situações desiguais. Nas palavras de Léon Duguit,

l'égalité véritable, celle qui consiste, suivant une vieille formule, à traiter également les choses égales et inégalement les choses inégales. L'égalité absolue, mathématique des hommes, comprise à la manière de 1793, est, on l'a dit très justement, le paradoxe de l'égalité; elle aboutit, en réalité, à l'inégalité.

A verdadeira igualdade consiste precisamente em tratar desigualmente os desiguais na medida de suas desigualdades. Este é o sábio ensinamento de Duguit, reproduzindo pensamento de Aristóteles, divulgado no Brasil pelo inesquecível Rui Barbosa, nestes termos:

A regra da igualdade não consiste senão em aquinhear desigualmente aos desiguais, na medida em que se desigualam.

Nesta desigualdade social, proporcionada à desigualdade natural, é que se acha a verdadeira lei da igualdade. Tratar com desigualdade a iguais, ou a desiguais com igualdade, seria desigualdade flagrante, e não igualdade real. Os apetites humanos conceberam inverter a norma universal da criação, pretendendo, não dar a cada um, na razão do que vale, mas atribuir o mesmo a todos, como se todos se equivalessem.⁴

Vendedor e comprador, nas vendas à vista, estão em situações diversas daquelas em que se colocam nas vendas para pagamento no cartão. Devem ser tratados desigualmente, portanto, para que se realize o princípio da isonomia. E esse tratamento desigual pode consistir, com certeza, na prática de preços diferentes.

3 DISTINÇÃO ENTRE VENDA À VISTA E NO CARTÃO

A venda à vista é diferente da venda com pagamento mediante cartão de crédito ou de débito. Na venda à vista o vendedor entra imediatamente na posse do dinheiro, podendo com o mesmo satisfazer obrigações vencidas ou com vencimento iminente. Na venda com pagamento mediante cartão de crédito essa disponibilidade demora alguns dias, tal como também o comprador não desembolsa desde logo o valor correspondente. Na venda com pagamento no cartão de débito ocorre tal disponibilidade imediata, mas, mesmo assim, essa venda não é igual à venda à vista. É que se o pagamento é feito mediante cartão, seja de crédito ou de débito, o vendedor é obrigado a pagar uma comissão à empresa administradora do cartão.

Podemos dizer, portanto, que as diferenças entre a venda à vista e no cartão são evidentes. Em se tratando de cartão de débito o pagamento da comissão que onera o vendedor. E em se tratando de cartão de crédito, além da comissão a demora no efetivo recebimento do preço.

Ressalte-se que as manifestações doutrinárias, geralmente invocadas por quem sustenta que deve ser praticado o mesmo preço nas vendas à vista e no cartão, no sentido de que a venda no cartão é uma venda à vista, destinam-se a explicar simplesmente que a venda no cartão não é uma venda a prazo, ou a crédito. Em outras palavras, o tratamento fiscal e contábil dessas vendas deve ser o mesmo dado às vendas à vista. Mas isto não quer dizer que não possam ser praticados preços diferentes.

Aliás, preços diferentes podem ser praticados mesmo em vendas à vista. Diferentes em razão, por exemplo, da quantidade de mercadorias. Ou da fidelidade do comprador. Ou de outros elementos que podem fazer diferença, a juízo do vendedor. A rigor, as partes contratantes são livres e podem livremente estabelecer os preços correspondentes. Isto é da essência do regime de liberdade de iniciativa econômica, consagrado em nosso sistema jurídico.

4 LIBERDADE DE INICIATIVA ECONÔMICA

A Constituição Federal estabelece que a ordem econômica é fundada na valorização do trabalho e da livre iniciativa, e deve observar, entre outros princípios, o da livre concorrência⁵. Essa liberdade significa que o vendedor pratica o preço que lhe parecer conveniente. E o comprador compra a quem lhe convier. Se um comerciante pratica preços mais elevados o comprador é livre para procurar outros fornecedores. Nisso reside a livre concorrência.

É certo que a Constituição coloca também como princípio de observância obrigatória na ordem econômica a defesa do consumidor.⁶ Essa proteção, todavia, há de ser entendida em harmonia com a livre concorrência e não em contraposição a esta.

5 PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR

Realmente, é perfeitamente possível a coexistência da proteção ao consumidor com a liberdade de iniciativa econômica. A imposição de preços iguais nas vendas à vista e mediante pagamento no cartão, todavia, viola o princípio da liberdade de iniciativa. E protege muito mais as empresas administradoras de cartões do que o consumidor.

A proteção ao consumidor, constitucionalmente garantida, diz respeito a práticas necessárias a assegurar a sua liberdade de comprar ou não comprar estes ou aqueles produtos conhecendo efetivamente o que lhe está sendo oferecido. Assim, essa proteção se realiza pela garantia do direito à informação. Seja no que concerne às quantidades e qualidades do produto, seja quanto ao preço deste, coisas que aliás geralmente andam juntas, e muitas vezes ensejam práticas que de certa forma podem ser até qualificadas como fraude.

Assim, nas embalagens de certos produtos deve ser indicada a respectiva quantidade, geralmente referida ao peso respectivo. A presença dessa informação e a correspondência da mesma à realidade devem ser asseguradas ao consumidor, para que este possa exercer com segurança a sua liberdade ao comprar. Por isto mesmo o Superior Tribunal de Justiça já decidiu que:

I – É necessária a colocação de etiquetas em todos os produtos, mesmo se adotado mecanismo de código de barras com os esclarecimentos nas gôndolas correspondentes.

II – Por ser assegurado ao consumidor o direito de informação adequada e clara sobre os produtos e serviços, não há que se falar em ‘intervenção abusiva no domínio econômico’, com desrespeito aos arts. 1º, IV, 170, *caput* e inciso II, e 174, *caput*, todos da CF/88, ...⁷

Garantir ao contribuinte o direito a todas as informações necessárias a que possa decidir se compra ou não determinado produto não interfere com a

liberdade de iniciativa econômica. Pelo contrário, de certa forma a completa, pois o comprador pode eventualmente estar, também, exercendo atividade empresarial. E mesmo como consumidor, sua liberdade está protegida com o direito a informação correta sobre os preços, inclusive para o caso de pagamento com cartão de crédito.⁸

Em diversas outras situações também é devida a proteção ao consumidor, como, por exemplo, nas questões relacionadas à garantia dos produtos, direito à substituição ou a devolução, assim como no que concerne à propaganda que certamente não pode ser enganosa, vale dizer, não pode veicular informação que não corresponda à verdade.

6 A QUEM REALMENTE INTERESSA A IMPOSIÇÃO

O Tribunal de Justiça do Distrito Federal, ao decidir adotando a referida tese, utilizou, entre outros argumentos, o da existência de contrato realizado entre o estabelecimento comercial e a administradora de cartão de crédito com cláusula estabelecendo que

O estabelecimento deverá cobrar nas transações realizadas mediante uso de cartão, preço igual ao praticado nas vendas realizadas a dinheiro, sem acréscimo de quaisquer encargos ou taxas de qualquer natureza, oferecendo aos portadores as mesmas condições e/ou vantagens promocionais oferecidas a outros meios e formas de pagamento.⁹

Esse argumento bem demonstra que a prática dos mesmos preços nas vendas à vista e no cartão é na verdade do interesse das administradoras de cartão, porque dessa forma ficaria assegurada ao comprador, portador do cartão, uma condição vantajosa em relação aos que pagam à vista, com moeda corrente do País, pois todos sabem que as administradoras de cartão concedem prazo ao portador deste, que não faz o pagamento imediatamente.

Não temos dúvida de que em relação à administradora do cartão o comerciante vendedor tem um dever contratual de praticar os mesmos preços, se assim estiver estabelecido no contrato correspondente. Isto, porém, não quer dizer que exista um dever legal, nem muito menos um dever jurídico na relação com o consumidor.

Muitos comerciantes adotam como norma a igualdade de preços nos vendas à vista e no cartão. Consideram que a imensa maioria de seus clientes prefere pagar no cartão e a estes é que pretende agradar. Não aos que pagam à vista, uma minoria insignificante. Mas não se diga que ao estabelecerem os preços de seus produtos esses comerciantes não inclui neles os custos da venda no cartão, vale dizer, as comissões que pagam às administradoras de cartões. Incluem sim, até porque a tanto são obrigados pelas leis da economia. E desta

forma quem compra à vista termina pagando o mesmo ônus que a rigor somente deveria ser suportados pelos usuários de cartões.

Assim, o interesse do consumidor de ter preços mais baixos termina sendo atingido, revelando falacioso o argumento de que a igualdade de preços é exigida na defesa do consumidor. O interesse protegido com a igualdade de preços na verdade é apenas o das empresas administradoras de cartões, ao tornar praticamente obrigatório o uso desses instrumentos.

7 MANIFESTAÇÕES JURISPRUDENCIAIS

O Tribunal de Justiça do Distrito Federal decidiu que:

A compra e venda efetuada por meio de cartão de crédito caracteriza-se como operação 'à vista', não se trata de venda a crédito, pois o cartão nada mais é do que uma substituição da moeda. Em assim sendo, o comprador imediatamente faz o pagamento de produtos combustíveis em troca de sua aquisição.¹⁰

Idêntico tem sido o entendimento do Tribunal Regional Federal da 1ª Região.

Nesse entendimento, ressalte-se, há um equívoco na invocação da doutrina segundo a qual a venda no cartão não é a prazo, nem a crédito, porque essa doutrina foi construída com outras finalidades. Visou simplesmente a adequação contábil e tributária de tais operações. Nada tem a ver com a paridade de preços.

Curioso, porém, é observar entre os argumentos utilizados no citado julgamento o de que o cartão é uma opção para o vendedor, que o aceita porque quer, e sendo assim não pode praticar preço diferenciado de forma a repassar para o comprador o ônus dessa forma de pagamento. Se quiserem, podem rescindir seus contratos com as administradoras de cartões e passar a fazer somente vendas a dinheiro ou cheques.

É evidente que ninguém é obrigado a aceitar pagamentos em cartões de crédito, e por isto mesmo é que o vendedor pode cobrar preços mais elevados como condição para aceitar tal forma de pagamento. Quem pode o mais, que é deixar de aceitar o cartão, certamente pode o menos, que é cobrar preço diferenciado em face dessa modalidade de pagamento. Se o consumidor não aceita pagar o preço maior, terá a opção de comprar à vista, ou em outro estabelecimento vendedor que pratique preço menor. Isto sim é liberdade de iniciativa econômica.

O Tribunal Regional Federal da 3ª Região tem se manifestado no sentido de que a diferença de preços nas vendas à vista e no cartão de crédito não constitui prática abusiva.¹¹ O Tribunal Regional Federal da 5ª Região manifestou-se

já no mesmo sentido, prestigiando a liberdade de iniciativa econômica. Tem decidido que a venda no cartão não é uma venda à vista.¹²

O Superior Tribunal de Justiça confirmou esse entendimento, decidindo:

VENDAS COM CARTÃO DE CRÉDITO – PREÇOS SUPERIORES AOS PRATICADOS À VISTA – ABUSO DO PODER ECONÔMICO – AUSÊNCIA – INICIATIVA PRIVADA.

O Estado exerce suas funções de fiscalização e planejamento, sendo este apenas indicativo para o setor privado.

Não configura abuso de poder econômico a venda de mercadoria no cartão de crédito a preços superiores aos praticados à vista.

Recurso improvido.¹³

Na verdade o regime de livre iniciativa econômica implica, indiscutivelmente, a liberdade de preços e a insistência de setores do Estado em punir empresários por exercitarem essa liberdade configura, isto sim, abuso de autoridade. Simples resquício do autoritarismo dos tempos da famosa SUNAB, e órgãos semelhantes que se propunham a controlar os preços e na verdade jamais conseguiram impedir a inflação.

8 RESPONSABILIDADE PESSOAL DO AGENTE PÚBLICO NO COMBATE AO ARBÍTRIO

No combate ao arbítrio estatal, que no caso configura-se com a aplicação de penalidade a empresários pela prática de preços diferenciados nas vendas à vista e no cartão, é oportuno o uso da responsabilidade pessoal do agente público.

Realmente, no mais das vezes o valor da multa aplicada não justifica o ingresso em juízo, que se faz antieconômico. Como o empresário em geral raciocina em termos da relação custo benefício, ele não se dispõe a gastar com a ação judicial mais do que valor da multa, ainda que tenha a certeza de seu direito, e tenha como certa a procedência da ação que poderia promover. Por isto prefere pagar a multa e passar a utilizar mecanismos nem sempre lícitos para esconder aquilo que na verdade não é ilícito – a prática de preços diferenciados – mas pode ensejar novas penalidades. Tal conduta, porém, não se pode recomendar. Mas também não se pode recomendar a submissão ao arbítrio. Recomendável, portanto, é a utilização da responsabilidade pessoal do agente público, pelo dano que decorre da prática arbitrária.

Realmente, pode o empresário ao qual tenha sido aplicada multa pela prática de preços diferenciados nas vendas à vista e no cartão, promover ação para anular o auto de infração respectivo, colocando também como réu o agente

público responsável por sua lavratura, do qual cobrará a indenização pelos danos correspondentes. Danos moral e material. O primeiro com valor a ser arbitrado pelo juiz, e o segundo com valor equivalente ao das despesas realizadas pelo empresário em sua defesa.

9 CONCLUSÕES

Pelas razões expendidas, podemos afirmar seguramente as seguintes conclusões:

1ª) Não existe lei que obrigue a igualdade de preços em vendas à vista e no cartão, e se existisse seria inconstitucional.

2ª) Realmente, a garantia constitucional de livre iniciativa econômica implica a liberdade do comerciante para estabelecer os preços das mercadorias que vende, assim como eventuais variações desses preços de acordo com as condições nas quais a compra e venda é praticada.

3ª) O princípio constitucional da defesa do consumidor deve ser entendido de forma que se harmonize com o princípio da liberdade econômica e a livre concorrência, de sorte que a proteção do consumidor não pode consistir na interferência estatal no que concerne a fixação de preços, mas na garantia de informações que permitam, também ao consumidor, a liberdade de comprar ou não comprar sabendo com segurança o que lhe está sendo oferecido.

4ª) Não obstante para alguns efeitos legais a venda com pagamento mediante cartão de crédito seja equiparada à venda à vista, é inegável que nesta o vendedor, além de não suportar nenhum risco porque recebe no ato o pagamento em moeda corrente do País, não tem o ônus da comissão que, em se tratando de pagamento no cartão, é obrigado a pagar à administradora desse instrumento de pagamento.

5ª) O fato de ser a aceitação do cartão de crédito uma opção do vendedor não decorre o impedimento à prática de preço diferenciado, mas a possibilidade dessa prática, pois quem pode o mais, que é recusar o cartão, certamente pode o menos, que é aceitá-lo sob condição mais onerosa para o comprador.

6ª) Quando o comerciante, seja por receio de ser punido, seja porque a grande maioria de seus clientes prefere pagar no cartão, decide praticar preços iguais nas vendas à vista e no cartão, não está vendendo no cartão a preço de avista, mas o contrário, está vendendo à vista pelo preço da venda no cartão. Em outras palavras, ele está cobrando os ônus da venda no cartão mesmo daqueles que compram à vista.

7ª) Havendo no contrato firmado pelo comerciante vendedor com a administradora de cartão, cláusula na qual aquele se obrigue a vender no cartão pelo preço de venda à vista, a prática de preço diferenciado poderá consubstanciar um descumprimento do contrato, que somente às partes cabe questionar.

8ª) O maior interessado na imposição da prática de preços iguais para as vendas à vista e no cartão não é consumidor, mas as empresas administradoras de cartões.

9ª) A melhor forma de combate ao arbítrio estatal, nesse caso, é a propositura de ação anulatória do auto de infração, tendo também como réu o agente público responsável por sua lavratura, de quem deve ser cobrada a indenização pelos danos morais e materiais decorrentes do ato arbitrário.

¹ DECON autua 4 livrarias por preço diferenciado. *Diário do Nordeste*, Fortaleza, 10.jan.2007. Negócios, p. 1.

² Constituição Federal de 1988, art. 5º, inciso II.

³ Constituição Federal de 1988, art. 5º, *caput* e inciso I.

⁴ BARBOSA. Rui. *Oração aos moços*. Rio de Janeiro: Casa de Rui Barbosa, 1949, p. 33-34.

⁵ Constituição Federal de 1988, art. 170, *caput* e inciso IV

⁶ Constituição Federal de 1988, art. 170, *caput* e inciso V.

⁷ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Mandado de Segurança n. 5.943/DF. 1ª Seção. Relatora Ministra Nancy Andrighi. DJU I, 27.mar.2000. Cf. MORAES, Alexandre de. *Constituição do Brasil interpretada*. São Paulo: Atlas, 2002, p. 1823.

⁸ _____. Superior Tribunal de Justiça. 2ª Turma. Recurso Especial n. 81.269/SP. Relator Ministro Castro Filho. Julgamento em 08.mai.2001. DJU I, 25.jun.2001, p. 150. *Revista do Superior Tribunal de Justiça*, v. 145, p. 197.

⁹ _____. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Apelação Cível e Remessa *Ex-officio* n. 2003.01.1.118551-7. Brasília, 8.ago. 2005.

¹⁰ _____. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. Apelação Cível e Remessa *Ex Officio* n. 2003.01.118551-7. 5ª Turma Cível. Brasília, 8.ago. 2005.

¹¹ _____. Tribunal Regional Federal da 3ª Região. Apelação em Mandado de Segurança n. 94030116854/SP. Relatora Juíza Cecília Marcondes. São Paulo, 26.mai.99. DJU, 21.jul.1999, p. 39.

¹² _____. Tribunal Regional Federal da 5ª Região. Apelação Cível n. 73.785/SE. Rel. Desembargador Federal Geraldo Apoliano. Recife, 08.mai.97. DJU I, 18.mai.98, p. 381.

¹³ _____. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 229.586/SE. Primeira Turma. Relator Ministro Garcia Vieira. Brasília, 16.dez.1999. DJU I, 21.fev.2000, p. 103. *Revista do Superior Tribunal de Justiça*, v. 133, p. 142.

ON THE INEXISTENCE OF THE OBLIGATION TO DETERMINE IDENTICAL PRICES FOR CASH AND CREDIT CARD SALES

ABSTRACT

This piece of work deals with the issue concerning the presumed obligation of determining the same price for cash and credit card sales, as State organs dedicated to consumer protection stand for. Initially, the author examines whether such exigence is legal or not. Afterwards, the author verifies whether the fact of the price being paid cash or through a credit card company, which pays the business after some time and that charges taxes for their services, is a legitimate condition for offering price reductions in sales paid by cash. Finally, the text examines whether the presumed obligation of charging the same price benefits credit card companies and not the consumers, which have their freedom for not using the credit card violated and could benefit from choosing not to pay with it.

KEYWORDS: Freedom of initiative. Consumer protection. Price. Equalization. In cash sales. Credit card.

DE L'INEXISTENCE DU DEVOIR DE REMETTRE DES PRIX SIMILAIRES POUR LES VENTES EN LIQUIDE OU PAR CARTE BANCAIRE

RÉSUMÉ

Ce travail aborde la question de la prétendue obligation, ainsi considérée par les agences étatiques brésiliennes de protection au consommateur, pour les établissements commerciaux de pratiquer exactement les mêmes prix dans les ventes en liquide et dans les ventes dont le paiement du prix par le consommateur s'opère avec l'utilisation d'une carte de crédit ou instrument congénère. Ici, on prétend évaluer, premièrement, si cette prétendue égalité dans les prix possède fondement légal. Ensuite, on cherche à savoir si le fait de payer le prix en liquide, ou avec l'intermédiation d'une société de gestion de carte de crédit, qui n'effectue le paiement qu'après quelque temps, et avec la rétribution par une

commission sur la valeur de la vente, ce n'est pas une condition légitime pour la concession de remises dans la première hypothèse. Finalement, l'article examine si cette supposée obligation de maintenir le même prix, pour des opérations de vente en liquide et par carte de crédit, ne bénéficie pas, en vérité, les sociétés gestionnaires des cartes de crédit, et non pas le consommateur, qu'au contraire, est atteint dans sa liberté de ne pas utiliser la carte de crédit et pouvoir en profiter.

MOTS-CLÉS: Liberté d'initiative. Protection au consommateur. Prix. Égalisation. Vente en liquide. Carte de crédit.