

**AVULSO NÃO  
PUBLICADO  
PARECERES  
DIVERGENTES**



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

## **\*PROJETO DE LEI N.º 2.849-B, DE 2015** **(Do Sr. Rômulo Gouveia)**

Altera a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, para obrigar os fornecedores a informar o histórico de preços dos produtos e serviços ofertados em promoção; tendo parecer: da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços, pela rejeição (relator: DEP. LAERCIO OLIVEIRA); e da Comissão de Defesa do Consumidor, pela aprovação, com emenda (relator: DEP. VINICIUS CARVALHO).

### **NOVO DESPACHO:**

ÀS COMISSÕES DE:

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS;

DEFESA DO CONSUMIDOR E

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

### **APRECIÇÃO:**

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário - Art. 24 II, 'g'

**(\*) Atualizado em 05/2/20, para inclusão de apensados (8)**

## SUMÁRIO

I - Projeto inicial

II - Na Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços:

- Parecer do relator
- Parecer da Comissão

III - Na Comissão de Defesa do Consumidor:

- Parecer vencedor
- Emenda oferecida pelo relator
- Parecer da Comissão
- Emenda adotada pela Comissão
- Votos em separado (2)

IV - Projetos apensados: 9420/17, 9832/18, 11019/18, 29/19, 1048/19, 1162/19, 6057/19 e 6532/19

### **O Congresso Nacional decreta:**

Art. 1º O Art. 31 da Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 31. ....

§ 1º As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével.

§ 2º A oferta promocional de produtos e serviços, em estabelecimentos físicos ou por meio eletrônico ou similar, deve assegurar, além das informações obrigatórias descritas no caput, o histórico de preços do produto ou serviço nos 30 (trinta) dias anteriores à promoção.” (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias após a data de sua publicação oficial.

### **JUSTIFICAÇÃO**

A Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Proteção e Defesa do Consumidor – CDC), prestigia o dever fundamental de transparência e boa-fé nas relações de consumo, exigindo, tanto na oferta quanto na publicidade dos produtos e serviços, informação adequada, precisa e clara aos consumidores.

A racionalidade subjacente é a de que, somente aparelhado com todos os dados relevantes acerca do produto ou serviço, poderá o consumidor exercer de forma verdadeiramente livre e consciente o ato de consumo.

Em sentido contrário, infelizmente, tem-se presenciado no País as falsas promoções, campanhas enganosas que, apesar da divulgação maciça, ou trazem descontos irrisórios ou trazem descontos “maquiados”: precedidos de aumentos severos nos preços-base, dias antes dos eventos, para simular grandes margens de desconto.

Essa prática perversa ilude enorme contingente de consumidores que, capturados pelas agressivas campanhas de marketing de descontos fictícios, restam por adquirir, por impulso, produtos e serviços cujos preços, na realidade, nada têm de atraentes.

O objetivo deste Projeto é acrescentar parágrafo ao art. 31 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (que trata dos elementos compulsórios na oferta de produtos e serviços) para obrigar os fornecedores a divulgar, nas promoções, o histórico de preços nos últimos 30 dias, tanto no ambiente físico quanto no virtual. Essa ferramenta permitirá que o consumidor, sem grandes dificuldades, monitore a veracidade da promoção.

Conto com a preciosa colaboração dos meus nobres Pares para o aprimoramento e posterior aprovação deste Projeto de lei.

Sala das Sessões, em 2 de setembro de 2015

Deputado **RÔMULO GOUVEIA**  
**PSD/PB**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**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:

TÍTULO I  
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO V  
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

**Seção II**  
**Da Oferta**

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. [\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11. 989, de 27/7/2009, publicada no DOU de 28/7/2009, em vigor 180 \(cento e oitenta\) dias após a sua publicação\)](#)

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

**COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS**

**I – RELATÓRIO**

Vem a esta Comissão para exame o Projeto de Lei nº 2.849, de 2015, do Sr. Rômulo Gouveia, que pretende *Obrigar os fornecedores a informar o histórico de preços dos produtos e serviços ofertados em promoção.*

Após despacho do Presidente da Câmara dos Deputados, vêm à Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços para que seja analisado os

pressupostos de conveniência e oportunidade da matéria.

Aberto prazo, não foram apresentadas emendas.

É o relatório.

## II – VOTO

Conforme o disposto no art. 32, inciso VI, alínea “c”, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, é de competência deste órgão colegiado analisar assuntos relativos à política e atividade industrial, comercial e agrícola.

O Projeto de Lei em análise pretende alterar a Lei nº 8.078/90, que institui o Código de Defesa do Consumidor, com a finalidade de obrigar os fornecedores a informar o histórico de preços dos produtos e serviços ofertados em promoção nos últimos 30 dias, tanto no ambiente físico quanto no ambiente virtual.

Em que pese o nobre intuito do autor da proposição, tem-se que a mesma não prestigia o dever fundamental de transparência, tal como justifica o proponente. Ao contrário, torna mais complexas as relações comerciais, levando em conta que obriga o comerciante a afixar juntamente aos produtos em oferta, o histórico de promoção durante o período passado de 30 dias.

É de se observar que o CDC já dispõe expressamente sobre os direitos do consumidor, seja no que pertine ao seu direito de obter informação clara e precisa sobre os diferentes produtos e serviços, com a especificação correta do preço (art. 6º, III, do CDC), bem como lhe foi garantida a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais e, ainda, contra práticas e cláusulas abusivas no fornecimento de produtos e serviços (art. 6º, IV, CDC).

Preceitua também a lei consumerista em seu art. 31 que a oferta deve assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa, dentre outros.

Visa dizer que as afirmações falsas ou enganosas, ou omissões relevantes sobre preço ou garantia de produtos ou serviços, constituem crime sujeito a penas de detenção e multa (art. 66 do CDC). Com isso, não nos parece correto acrescentar mais um dispositivo ao Diploma Legal impondo custos e interferindo na operação dos estabelecimentos comerciais, tudo implicando em burocracia inimaginável, maior preço, inibição da concorrência e não bastasse, desestímulo às promoções, cujo objetivo é vender mais e cativar o cliente.

A relevância do direito de informações do consumidor é defendida diuturnamente por este parlamentar, que apoia todas as iniciativas que visam garanti-lo. Entretanto, impõe dizer que o projeto ora apresentado, além de não possuir viabilidade prática, não se faz necessário para atingir a finalidade pretendida, de modo que este, se convertido em lei, não trará resultados práticos e benéficos para a sociedade.

Cumprе mencionar que, embora o CDC tenha criado o sistema de proteção ao consumidor, não nos parece de todo correto analisar a questão das relações de consumo de uma forma unilateral, como se os consumidores sujeitos apenas de direitos. É bom ressaltar que a relação, apesar de ser de consumo, não deixa de ser bilateral, e o CDC não deverá ser instrumento de injustiça e de abuso de direito, eis que muitos consumidores às vezes agindo de forma desleal para com o fornecedor, usam de prerrogativas legais como instrumento de favorecimento próprio, em detrimento do fornecedor de boa-fé, dos ideais de harmonia e

equilíbrio das relações de consumo, imaginados pelo legislador, encaram um pleito de vultosas indenizações sob as quais, através de uma criteriosa análise de fatos, não têm qualquer direito.

Com todo o respeito ao nobre colega autor da proposição, obrigar o fornecedor a divulgar, tanto no ambiente físico quanto no virtual, e em suas promoções, o histórico dos preços dos últimos 30 dias, permitirá que o consumidor monitore a veracidade da promoção, apenas poderá incentivar uma litigância excessiva que poderia incorrer em desestímulo a investimentos na atividade produtiva.

Ante o exposto opino, no mérito, pela **rejeição** do Projeto de Lei nº 2.849, de 2015.

Sala das Comissões, em 05 de dezembro de 2016.

Deputado **LAÉRCIO OLIVEIRA**  
Relator

### **III - PARECER DA COMISSÃO**

A Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços, em reunião ordinária realizada hoje, rejeitou o Projeto de Lei nº 2.849/2015, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Laercio Oliveira.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Lucas Vergilio - Presidente, Vinicius Carvalho - Vice-Presidente, Adail Carneiro, Adérmis Marini, Cesar Souza, Helder Salomão, Keiko Ota, Laercio Oliveira, Marcelo Matos, Marcos Reategui, Mauro Pereira, Renato Molling, Vaidon Oliveira, Walter Ihoshi, Zé Augusto Nalin, Aureo, Conceição Sampaio e Joaquim Passarinho.

Sala da Comissão, em 19 de abril de 2017.

Deputado **LUCAS VERGILIO**  
Presidente

### **COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

#### **PARECER VENCEDOR**

Em reunião ordinária realizada hoje, em virtude da rejeição do Parecer do nobre Relator, Deputado Guilherme Mussi, fui designado relator do parecer vencedor ao PL nº 2.849/2015 e proferi em Plenário o seguinte parecer, considerando o conteúdo do voto em separado do Deputado Heuler Cruvinel, subscrito por mim e pelos Deputados Weliton Prado, Marcos Rotta, Chico Lopes e Severino Ninho, o qual transcrevo a seguir, bem como a sugestão apresentada pelo Dep. Weliton Prado, durante a discussão do parecer.

### **I – RELATÓRIO**

O PL nº 2849, de 2015, de autoria do nobre Deputado Rômulo Gouveia, tem por finalidade obrigar os fornecedores de produtos ou serviços ofertados no mercado de consumo a informar o histórico de preços daqueles postos em promoção, exatamente no intuito de fortalecer o dever fundamental da transparência, boa-fé objetiva e informação adequada nas relações de consumo.

Em seu bojo, a proposição sob exame promove alteração do artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor, incluindo o parágrafo segundo estabelecendo que, nos casos de oferta promocional de produtos ou serviços, seja em meio presencial ou eletrônico, deve ser informado ao consumidor também o histórico de preços daqueles itens em oferta, nos trinta dias antecedentes à data da promoção.

No prazo regimental, não foram apresentadas emendas ao projeto, competindo a esta Comissão manifestar-se quanto ao mérito, na forma do artigo 32, V, "a" e "b" do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

## II – VOTO

Com a devida vênia ao nobre relator Deputado Guilherme Mussi, seu parecer, quanto ao mérito, não merece prosperar, eis que, ao manifestar seu voto pela rejeição do PL nº 2.849/2015, sob o argumento de excesso de intervenção do Estado na atividade econômica, alegando que o CDC já prevê a forma como a informação deve ser veiculada, no caput do artigo 31, bem como que já há previsão no artigo 66 quanto à publicidade falsa ou enganosa de preços de produtos ou serviços, sob o risco de inviabilizar a concorrência e o exercício do comércio, não é irrazoável, tampouco mera obrigação a mais.

Diversamente do relator, não considero que tais alterações propostas pelo Autor venham acarretar efeito contrário ao pretendido, tampouco acho que a previsão do artigo 106 do CDC quanto às ações do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor dispostas no seu inciso I sejam razão ou justificativa limitante ou exclusiva da iniciativa que ora se apresenta.

Ora, as atividades de comércio, em sua essência, derivam do direito contratual civil, devendo considerar a função social dos contratos, (trocas úteis e justas) disposta nos artigos 187 e 421 do Código Civil; a Teoria do Risco do Negócio, disposta no art. 14 (responsabilidade objetiva do fornecedor em face dos riscos e da hipossuficiência econômica, técnica e jurídica dos consumidores); a obrigatoriedade da ação governamental na coibição e repressão eficientes dos abusos e fraudes praticados no mercado de consumo, a teor do disposto nos artigos 4º incisos II e VI; a garantia à informação/oferta adequadas, conforme disposto nos artigos 20 e 31; e a proteção contra publicidade enganosa e abusiva, disposta no artigo 6º incisos III e IV, e 37 §§ 1º e 2º.

Nesse contexto, entendo que estabelecer regras específicas e complementares à oferta de produtos e serviços em situações especiais como a das "promoções" do comércio em geral, criando mecanismo eficaz de garantia ao consumidor quanto à boa-fé do fornecedor, é medida acertada, legítima e legalmente

respaldada, a teor dos argumentos e fundamentos supra, a qual se impõe, face à escalada de um tipo nefasto de publicidade/oferta nas promoções de varejo, travestido muitas vezes de um pseudo selo de qualidade importado e desvirtuado em nosso país: as sextas-feiras promocionais ou “black Fridays”. Ano após ano, mesmo em tempos de crise econômica, na mesma proporção em que o volume de vendas no varejo durante tais datas “especiais” tem recebido forte incremento, os indicadores de “maquiagem” de preços também aumentam, só que em maior proporção, levando muitos consumidores mais conscientes a darem a tais datas a pecha de “Black Fraude”<sup>1</sup>. Não há qualquer prova de que a divulgação obrigatória do histórico de preços vá prejudicar ou aumentar os custos de fornecedores no comércio, ao contrário, promoverá uma seleção natural daqueles que respeitam os princípios e normas do CDC, promovendo efetivamente a boa-fé nas relações de consumo. Anoto que, por sugestão do Deputado Weliton Prado, concordei em incluir emenda ao projeto, alterando o prazo para divulgação do histórico de preços dos produtos ou serviços em promoção de 30 (trinta) para 90 (noventa) dias.

Parafraseando um grande fornecedor de produtos e serviços do capitalismo moderno (Henry Ford), alerto que, sendo o consumidor o elo mais fraco da corrente que representa a economia, devemos primar por um equilíbrio de forças entre seus outros elos, sob pena de o “galho quebrar do lado mais fraco”: o consumidor.

Por todo o exposto, voto pela aprovação do PL nº 2849, de 2015, com a emenda anexa, conclamando meus pares nesta Comissão a apoiar sua aprovação, por ser medida de grande envergadura e importância socioeconômica à população, especialmente na atual conjuntura de crise ética e moral pela qual passamos no país.

Sala da Comissão, em 6 de julho de 2016.

Deputado **VINICIUS CARVALHO**  
Relator do Vencedor

### **EMENDA Nº 1**

Dê-se ao § 2º do art. 31 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, incluído pelo art. 1º do Projeto de Lei nº 2.849/2015, a seguinte redação:

§ 2º A oferta promocional de produtos e serviços, em estabelecimentos físicos ou por meio eletrônico ou similar, deve assegurar, além das informações obrigatórias descritas no caput, o histórico de preços do produto ou serviço nos 90 (noventa) dias anteriores à promoção. (NR)

Sala da Comissão, em 6 de julho de 2016.

Deputado **VINICIUS CARVALHO**  
Relator do Vencedor

---

<sup>1</sup> <http://g1.globo.com/economia/noticia/2014/11/da-pra-confiar-na-black-friday-no-brasil.html>

### III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião extraordinária realizada hoje, aprovou, com emenda, o Projeto de Lei nº 2.849/2015, nos termos do Parecer Vencedor do Relator, Deputado Vinicius Carvalho. Os Deputados Chico Lopes, Heuler Cruvinel, Marcos Rotta, Severino Ninho e Weliton Prado apresentaram voto em separado.

O parecer do Deputado Guilherme Mussi passou a constituir voto em separado.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Marco Tebaldi - Presidente, Nelson Marchezan Junior, Marcos Rotta e Maria Helena - Vice-Presidentes, Antônio Jácome, Dimas Fabiano, Eli Corrêa Filho, Eliziane Gama, Eros Biondini, Iracema Portella, Ivan Valente, José Carlos Araújo, Severino Ninho, Vinicius Carvalho, Weliton Prado, Aureo, Cabo Sabino, Chico Lopes, Júlio Delgado, Marcelo Belinati, Márcio Marinho e Sérgio Brito.

Sala da Comissão, em 6 de julho de 2016.

Deputado MARCO TEBALDI  
Presidente

#### EMENDA ADOTADA PELA CDC AO PL Nº 2.849, DE 2015

Dê-se ao § 2º do art. 31 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, incluído pelo art. 1º do Projeto de Lei nº 2.849/2015, a seguinte redação:

“§ 2º A oferta promocional de produtos e serviços, em estabelecimentos físicos ou por meio eletrônico ou similar, deve assegurar, além das informações obrigatórias descritas no caput, o histórico de preços do produto ou serviço nos 90 (noventa) dias anteriores à promoção.” (NR)

Sala da Comissão, em 6 de julho de 2016.

Deputado MARCO TEBALDI  
Presidente

#### VOTO EM SEPARADO DOS DEPUTADOS HEULER CRUVINEL, WELINTON PRADO, SEVERINO NINHO, VINICIUS CARVALHO, MARCOS ROTA E CHICO LOPES

##### I - RELATÓRIO:

O PL nº 2849, de 2015, de autoria do nobre Deputado Rômulo Gouvêia, tem por finalidade obrigar os fornecedores de produtos ou serviços ofertados no mercado de consumo a informar o histórico de preços daqueles postos em promoção, exatamente no intuito de fortalecer o dever fundamental da transparência, boa-fé objetiva e informação adequada nas relações de consumo.

Em seu bojo, a proposição sob exame promove alteração no artigo 31 do supracitado diploma consumerista, incluindo um parágrafo segundo estabelecendo que nos casos de oferta promocional de produtos ou serviços, seja em meio presencial ou eletrônico, deve ser informado ao consumidor também o histórico de preços daqueles itens em oferta, nos trinta dias antecedentes à data da promoção.

No prazo regimental, não foram apresentadas emendas ao projeto, competindo a essa Comissão manifestar-se quanto ao mérito, na forma do artigo 32, V, “a” e “b” do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

## **II - VOTO:**

Com a devida *vênia* ao nobre relator Deputado Guilherme Mussi, seu parecer, quanto ao mérito, não merece prosperar, eis que, ao manifestar seu voto pela rejeição do PL nº 2.849/2015 sob o argumento de excesso de intervenção do Estado na atividade econômica, alegando que o CDC já prevê a forma como a informação deve ser veiculada, no caput do artigo 31, bem como que já há previsão no artigo 66 quanto à publicidade falsa ou enganosa de preços de produtos ou serviços, sob o risco de inviabilizar a concorrência e o exercício do comércio; não é irrazoável nem tampouco mera obrigação a mais.

Diversamente do relator, não vejo que tais alterações propostas pelo Autor venham acarretar efeito contrário ao pretendido, nem tampouco acho que a previsão do artigo 106 do CDC quanto às ações do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor dispostas no seu inciso I sejam razão ou justificativa limitante ou exclusiva da iniciativa que ora se apresenta.

Ora, as atividades de comércio, em sua essência, derivam do direito contratual civil, devendo considerar a função social dos contratos (trocas úteis e justas) disposta nos artigos 187 e 421 do Código Civil; a Teoria do Risco do Negócio disposta no art. 14 (responsabilidade objetiva do fornecedor em face dos riscos e da hipossuficiência econômica, técnica e jurídica dos consumidores); a obrigatoriedade da ação governamental na coibição e repressão eficientes dos abusos e fraudes praticados no mercado de consumo, a teor no disposto nos artigos 4º incisos II e VI; a garantia à informação/oferta adequadas conforme disposto nos artigos 20 e 31; e a proteção contra publicidade enganosa e abusiva disposta no artigos 6º incisos III e IV, e 37 §§ 1º e 2º.

Nesse contexto, entendo que estabelecer regras específicas e complementares à oferta de produtos e serviços em situações especiais como a das “promoções” do comércio em geral,

criando mecanismo eficaz de garantia ao consumidor quanto à boa-fé do fornecedor, é medida acertada, legítima e legalmente respaldada, a teor dos argumentos e fundamentos supra, a qual se impõe, face à escalada de um tipo nefasto de publicidade/oferta nas promoções de varejo, travestido muitas vezes de um pseudo selo de qualidade importado e desvirtuado em nosso país: as sextas feiras promocionais ou “black Fridays”. Ano após ano, mesmo em tempos de crise econômica, na mesma proporção em que o volume de vendas no varejo durante tais datas “especiais” tem recebido forte incremento, os indicadores de “maquiagem” de preços também aumentam, só que em maior proporção, levando muitos consumidores mais conscientes a darem a tais datas a pecha de “Black Fraude”<sup>2</sup>. Não há qualquer prova de que a divulgação obrigatória do histórico de preços dos últimos trinta dias antes das promoções vá prejudicar ou aumentar os custos de fornecedores no comércio, ao contrário, promoverá uma seleção natural daqueles que respeitam os princípios e normas do CDC, promovendo efetivamente a boa-fé nas relações de consumo.

Parafraseando um grande fornecedor de produtos e serviços do capitalismo moderno (Henry Ford), alerto que sendo o consumidor o elo mais fraco da corrente que representa a economia, devemos primar por um equilíbrio de forças entre seus outros elos, sob pena de o “galho quebrar do lado mais fraco”: o consumidor.

Por todo o exposto, voto **pela aprovação do PL 2849, de 2015**, conclamando meus pares nesta Comissão a apoiar sua aprovação, por ser medida de grande envergadura e importância socioeconômica à população, especialmente na atual conjuntura de crise ética e moral pela qual passamos no país.

Sala da Comissão, em 15 de junho de 2016.

**Deputado HEULER CRUVINEL  
PSD/GO**

**WELINTON PRADO**

**SEVERINO NINHO**

**VINICIUS CARVALHO**

**MARCOS ROTTA**

**CHICO LOPES**

## **VOTO EM SEPARADO DO DEPUTADO GUILHERME MUSSI**

### **I - RELATÓRIO**

Trata-se do Projeto de Lei nº 2.849, de 2015, de autoria do *DD*. Deputado Rômulo Gouveia, apresentado com o objetivo de *alterar a Lei n.º 8.078, de 11 de*

<sup>2</sup> <http://g1.globo.com/economia/noticia/2014/11/da-pra-confiar-na-black-friday-no-brasil.html>

setembro de 1990, para obrigar os fornecedores a informar o histórico de preços dos produtos e serviços ofertados em promoção.

Com esse intuito, o autor do projeto propõe acréscimo de um parágrafo ao art. 31 da Lei mencionada, o Código de Defesa do Consumidor, numerando-o como §2º, renumerando o atual parágrafo único como §1º, *verbis*:

“Art. 1º O Art. 31 da Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

‘Art. 31. ....

§ 1º As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével.

**§ 2º A oferta promocional de produtos e serviços, em estabelecimentos físicos ou por meio eletrônico ou similar, deve assegurar, além das informações obrigatórias descritas no caput, o histórico de preços do produto ou serviço nos 30 (trinta) dias anteriores à promoção.’ (NR)”**

Apresentada no último dia 02 de setembro, a proposição foi distribuída, por ato da Mesa, às Comissões de Defesa do Consumidor e de Constituição e Justiça e de Cidadania, sujeita à apreciação conclusiva pelas Comissões (cf. arts. 24, II, e 54, RICD), em regime de tramitação ordinária.

Designado para relatar a matéria nessa Comissão de mérito, é o que faço, na forma que se segue.

É o relatório.

## II - VOTO

A presente proposição legislativa foi distribuída para esta Comissão em virtude do disposto no art. 32, V, “a” e “b”, do RICD, para manifestação de mérito.

A proposta foi justificada sob o argumento de que o Código de Proteção e Defesa do Consumidor “prestigia o dever fundamental de transparência e boa-fé nas relações de consumo, exigindo, tanto na oferta quanto na publicidade dos produtos e serviços, informação adequada, precisa e clara aos consumidores.”

A racionalidade a ele subjacente, segundo o autor da proposta, é a de que, “somente aparelhado com todos os dados relevantes acerca do produto ou serviço, poderá o consumidor exercer de forma verdadeiramente livre e consciente o ato de consumo”, o que afirma em razão de o País presenciar, de maneira não incomum, “as falsas promoções, campanhas enganosas que, apesar da divulgação maciça, ou trazem descontos irrisórios ou trazem descontos ‘maquiados”’.

Essa é a síntese da proposição ora sob análise desta Comissão. Não

posso, no entanto, concordar com ela; não que discorde da afirmativa de que haja no Brasil falsas promoções. A objeção que ora oponho é ao argumento de que esses fatos estejam a demandar a produção legislativa. Apesar dos bons propósitos do autor da iniciativa, não vejo, dada a vênua, necessidade da norma projetada. Pelo contrário, diante das normas vigentes do Código de Defesa do Consumidor, a introdução do §2º no art. 31 do CDC, conforme proposto, configurará excesso legislativo. É o que adiante se demonstra.

De acordo com a redação atual do CDC, são direitos básicos do consumidor, dentre tantos outros, a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta do preço (art. 6º, III, CDC). Ademais disso, também arrolado como direito do consumidor, está 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 (art. 6º, IV, CDC).

Some-se a isso, o disposto no *caput* do próprio dispositivo em que se pretende asseverar o direito, no sentido de que a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre, dentre tantos outros aspectos, o preço (art. 31, CDC).

Não só isso. A Lei 8078, de 1990, já tipifica a conduta de “fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, **preço** ou garantia de produtos ou serviços”, como crime sujeito a pena de detenção de três meses a um ano e multa (art. 66, CDC).

Não nos parece razoável, portanto, acrescer ao diploma legal em referência, norma no sentido do estabelecimento de mais uma obrigação ao fornecedor.

É dizer, exigir que oferta promocional de produtos e serviços, em estabelecimentos físicos ou por meio eletrônico ou similar, deva assegurar, além das informações obrigatórias já descritas na Lei, o histórico de preços do produto ou serviço nos 30 (trinta) dias anteriores à promoção, corresponde a criação de mais um custo a ser suportado pelo consumidor, desnecessariamente.

Ou seja, a medida, além de não se fazer necessária, como demonstrado, pode levar, em razão dos custos que acarreta, a inviabilidade do exercício do comércio para um grande número de comerciantes na medida em que, para muitos deles, as

exigências legais propostas serão excessivas, a ponto até de impedir a própria promoção que se pretende proteger.

Destaque-se também, nesse contexto, que em uma economia de mercado, na qual estão envolvidos diversos relacionamentos econômicos, a concorrência é fundamental para garantir o melhor preço para o consumidor, possibilitando, ao mesmo tempo, diante da maior variedade de produtos à disposição de todos, o aprimoramento de sua qualidade.

O que não se deve perder de vista, portanto, é a concorrência, pois é ela que garante o desenvolvimento dos mercados; é ela que beneficia os consumidores, favorecidos pelas melhorias decorrentes da competitividade; é ela que contribui para o aprimoramento da economia de um país que almeja ingressar e permanecer competitivo no mercado externo.

Preços promocionais, ofertados por um determinado período de tempo, curto, em razão de certos aspectos, e a fim de retomar o equilíbrio entre quantidades ofertadas e demandadas – tendo em vista a alocação de recursos de forma mais eficiente – constituem incentivos de curto prazo que visam encorajar as vendas, em benefício de seus clientes. Se excessos são cometidos nesta seara, não será a medida proposta que eliminará a prática.

Mesmo porque o CDC já instituiu um sistema nacional de proteção, com órgãos estruturados para planejar, elaborar, propor, coordenar e executar a política nacional de proteção ao consumidor. Além desses órgãos prestarem orientação permanente sobre diversas garantias consumeristas, informa os consumidores, permanentemente, conscientizando-os e motivando-os à defesa de seus próprios direitos (art. 106, CDC).

Isto posto, considerando que já existem mecanismos punitivos que visam coibir as falsas promoções e tendo em vista que a presente regulamentação, caso aprovada, produzirá o efeito oposto ao pretendido, afetando diretamente os consumidores com preços maiores e serviços piores, somos pela rejeição do Projeto de Lei nº 2.849, de 2015.

Sala das Sessões, 13 de outubro de 2015.

Deputado Guilherme Mussi  
PP/SP

# PROJETO DE LEI N.º 9.420, DE 2017

## (Da Sra. Mariana Carvalho)

Regulamenta a publicidade dos produtos e serviços nos dias de ofertas promocionais.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE À(AO) PL-2849/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Esta Lei acrescenta redação ao artigo 30 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor, objetivando assegurar a proteção do consumidor através da apresentação do histórico de preços dos produtos ou serviços veiculados com a promoção ou liquidação.

Art. 2º. A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor, passa a vigorar acrescida da seguinte redação:

“Art.30.....

.....

§.1º. Os estabelecimentos comerciais, deverão dar publicidade, aos consumidores, do histórico dos preços dos últimos 3 (três) meses, dos produtos e serviços, colocados em promoções, com antecedência mínima de 2 (dois) dias do início das promoções. ”  
(NR)

Art. 3º. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

### JUSTIFICATIVA

Criada nos Estados unidos, a “Black Friday”, é um famoso evento do comercio, caracterizado pela grande redução de preços nos produtos. Esse dia de descontos acontece anualmente nos EUA, no dia seguinte ao de ação de Graças.

Inspirados no grande sucesso de vendas americano nessa data, outros países promoveram uma oportunidade semelhante para oferecer descontos. No Brasil, por exempli, ocorre desde 2010 na última sexta-feira do mês de novembro, e vem crescendo gradativamente e atingindo grandes resultados, tanto para as empresas quanto para os consumidores. Além de movimentar a economia, gera empregos consequentemente melhora a qualidade da vida das pessoas.

Em decorrência a este fato, várias empresas estão aumentando valores para realizar descontos acima da média, e iludindo consumidores com fraudes cada vez mais recorrentes anualmente.

A pratica se tornou onerosa aos consumidores, e algumas das empresas vêm adotando medidas para aumentar os custos que passam da expectativa de ganho

mensal e até mesmo anual dos produtos. O que se torna uma crise para o comércio brasileiro.

Percebe-se que a maioria das empresas que aderem ao “Black Friday” não utilizam nenhum critério para demonstrar ao consumidor os produtos que estarão em promoção, bem como o valor real do desconto que será concedido no dia da ação. Existem ainda relatos que as empresas disponibilizam apenas um determinado número de produtos em oferta, apenas como subterfúgio para atraírem clientes às lojas.

Ademais, com a chegada da temporada de ofertas da Black Friday, aumentam as fraudes. De acordo com a empresa especializada em meios de pagamento virtuais, Pagar.me, a época apresenta um crescimento elevado de operações suspeitas que levam à não finalização da compra.

Dessa forma, o presente projeto disciplina de forma clara e objetiva a obrigatoriedade das empresas que quiserem praticar ação promocional utilizando da publicidade “Black Friday” a divulgarem dois dias antes do evento os produtos que entrarão em promoção, bem como a quantidade que será disponibilizada no dia além dos preços atuais sem o desconto, de modo que os clientes consumidores possam comparar o preço real do produto com o preço ofertado no dia do “Black Friday”.

Como as promoções costumam oferecer grandes descontos, até mesmo consumidores que não estão acostumados com o comércio eletrônico se interessam pelos produtos e acabam errando algum detalhe na hora de fechar a compra.

Portanto, a emissão do histórico de preço será realizada no momento da efetivação da operação de compra e deverá conter o preço destacado do produto ou serviço nos 12 últimos meses e para cada mês, o menor preço do produto ou serviço constante em nota fiscal emitida pelo fornecedor.

Face à enorme relevância do tema, conto com o apoio dos nobres pares para analisar, aperfeiçoar e aprovar este projeto de lei com a maior brevidade.

Sala das Sessões, em 19 de dezembro de 2017.

Deputada **MARIANA CARVALHO**  
PSDB/RO

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**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:

TÍTULO I  
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO V  
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

Seção I  
Das Disposições Gerais

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

Seção II  
Da Oferta

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. *(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11. 989, de 27/7/2009, publicada no DOU de 28/7/2009, em vigor 180 (cento e oitenta) dias após a sua publicação)*

**PROJETO DE LEI N.º 9.832, DE 2018**  
(Do Sr. Fábio Ramalho)

Dispõe sobre a obrigação dos comerciantes em disponibilizarem ao PROCON, com 15 dias de antecedência, lista de preços que serão aplicados em datas anunciadas com promoção.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE À(AO) PL-2849/2015.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a obrigação dos comerciantes em disponibilizarem ao PROCON, com 15 dias de antecedência, lista de preços que serão aplicados em datas anunciadas com promoção.

Art. 2º O Descumprimento dessa Lei sujeitará os comerciantes às sanções estabelecidas conforme prevê a Lei Federal N. 8.078, de 1990 – Código de

Defesa do Consumidor.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

### JUSTIFICATIVA

O Brasil tem adotado a prática americana de dar descontos em produtos ofertados pelos comerciantes no feriado de ação de graças, chamado de “Black Friday”, que ocorre no mês de novembro.

Entretanto, nos últimos anos tem-se observado que os descontos nem sempre são muito atrativos, sendo que em alguns casos até há manobras que ludibriam os compradores.

Os consumidores presenciam a elevação dos preços de produtos perto das promoções previamente anunciadas e a redução desses valores durante essas datas. O que causa a falsa sensação no comprador de estar adquirindo um produto por um valor abaixo do normalmente praticado pelo mercado.

Ressalta-se que o fornecedor que aumenta os preços das suas mercadorias durante as promoções, por ele anunciadas, está cometendo “conduta abusiva”, conforme esclarece o artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor – Lei N. 8.078, de 1990:

“Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

.....

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

.....

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços.

.....”

Com o intuito de alertar e proteger o consumidor dessas atitudes abusivas, alguns órgãos de fiscalização dos direitos do consumidor passaram a adotar medidas como: a) a divulgação de listas de empresas que cometeram essa dinâmica, b) o monitoramento de preços dos produtos antes das datas em que se oferecem descontos, dentre outras.

Entretanto, como o número de fornecedores adeptos às datas promocionais é grande, a fiscalização dessas práticas fica aquém do necessário para garantir de fato a proteção dos direitos do consumidor.

Por essa razão, contamos com o apoio dos Nobres Pares desta Casa para a aprovação do Projeto de Lei em tela, que visa aprimorar a relação entre fornecedores e consumidores estabelecendo a obrigatoriedade de os comerciantes apresentarem previamente lista dos preços que serão aplicados durante datas de promoção.

Sala das Reuniões, em 20 de março de 2018.

**Deputado FÁBIO RAMALHO  
(MDB-MG)**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**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:

TÍTULO I  
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....  
CAPÍTULO V  
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS  
.....

**Seção IV  
Das Práticas Abusivas**

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: *“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994*

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo

com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; [\*\(Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994\)\*](#)

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. [\*\(Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994\)\*](#)

XI - *Dispositivo acrescido pela Medida Provisória nº 1.890-67, de 22/10/1999, transformado em inciso XIII, em sua conversão na Lei nº 9.870, de 23/11/1999*

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. [\*\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995\)\*](#)

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. [\*\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.870, de 23/11/1999\)\*](#)

XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo. [\*\(Inciso acrescido pela Lei nº 13.425, de 30/3/2017, publicada no DOU de 31/3/2017, em vigor 180 dias após a publicação\)\*](#)

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.

§ 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.

§ 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

§ 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

## **PROJETO DE LEI N.º 11.019, DE 2018**

### **(Do Sr. Marcos Soares)**

Acrescenta art. 41-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para impor multa ao fornecedor que majorar preço de produto ou serviço acima do que houver praticado nos 30 (trinta) dias imediatamente anteriores ao início do período promocional coletivo do comércio varejista.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE À(AO) PL-2849/2015.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 41-A:

“Art. 41-A. O fornecedor que majorar preço de produto ou serviço acima do que houver praticado nos 30 (trinta) dias imediatamente anteriores ao início do período promocional coletivo do comércio varejista fica sujeito ao pagamento de multa, cominada na forma do art. 57 desta Lei.” (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação oficial.

## **JUSTIFICAÇÃO**

Uma das estratégias de marketing operacional utilizadas pelo comércio varejista para impulsionar vendas em determinados períodos do ano é a articulação coletiva de ações promocionais, em que produtos e serviços são ofertados a preços atrativos, posicionados abaixo dos valores praticados nos meses que antecedem cada iniciativa.

Tal prática, extremamente salutar para o mercado, estimula a concorrência entre fornecedores, que passam a adotar preços cada vez mais competitivos, como forma de, além de aumentar consideravelmente o volume de vendas em curto espaço de tempo, atrair e fidelizar a clientela.

Por outro lado, a sazonalidade das campanhas, realizadas anualmente e em épocas predeterminadas, proporciona ao consumidor a possibilidade de organizar a sua disciplina financeira e direcioná-la à aquisição de determinados bens. Cite-se, como exemplo, a “Black Friday”, que já marca o calendário comercial de diversos países como período anual de alavancagem de vendas e de captação de uma clientela ansiosa pela redução de preços promovida durante a ação e que, não raro, capitaliza-se ao longo de vários meses à conta dessa expectativa.

Fato é que, visando extrair proveito desse estado de predisposição generalizada ao consumo, alguns fornecedores de má-fé elevam artificialmente os preços de seus produtos e serviços antes do início previsto para as campanhas, com o único fim de reduzi-los durante as ações promocionais. Constroem, assim, uma armadilha para os consumidores incautos, que, impulsionados por chamadas publicitárias enganosas, tornam-se presas fáceis de falsas promoções e terminam por adquirir itens por valor ordinário de mercado – ou até mais caro –, crédulos de que firmaram ajuste vantajoso.

A presente iniciativa objetiva coibir tal manobra odiosa, que, além de induzir a erro o consumidor desavisado, também frustra a expectativa daqueles que aguardam durante longos meses por um período que, tradicionalmente, é marcado pela concessão de descontos e propalado em reclames publicitários como propício ao consumo a preços reduzidos, atraindo numerosas pessoas aos estabelecimentos que se anunciam participantes de cada campanha, ávidas em busca de oportunidades.

Certos de que a alteração legislativa ora proposta contribuirá para maior proteção do consumidor, contamos com o apoio dos nobres pares para sua aprovação e aperfeiçoamento.

Sala das Sessões, em 21 de novembro de 2018.

Deputado **MARCOS SOARES**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
 Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
 Seção de Legislação Citada - SELEC

**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:

TÍTULO I  
 DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....  
 CAPÍTULO V  
 DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

.....  
 Seção IV  
 Das Práticas Abusivas

.....  
 Art. 41. No caso de fornecimento de produtos ou de serviços sujeitos ao regime de controle ou de tabelamento de preços, os fornecedores deverão respeitar os limites oficiais sob pena de não o fazendo, responderem pela restituição da quantia recebida em excesso, monetariamente atualizada, podendo o consumidor exigir à sua escolha, o desfazimento do negócio, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

Seção V  
 Da Cobrança de Dívidas

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

Parágrafo único. O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.

.....  
 CAPÍTULO VII  
 DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

.....  
 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. (“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993)

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 único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993)

Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

## **PROJETO DE LEI N.º 29, DE 2019**

### **(Dos Srs. Weliton Prado e Aliel Machado)**

Altera a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, para obrigar os fornecedores a informar o histórico dos últimos 90 (noventa) dias de preços dos produtos e serviços ofertados em promoção.

**DESPACHO:**  
**ÀS COMISSÕES DE:**  
**DEFESA DO CONSUMIDOR; E**  
**CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)**

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O Art. 31 da Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 31. ....

§ 1º As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével.

§ 2º A oferta promocional de produtos e serviços, em estabelecimentos físicos ou por meio eletrônico ou similar, deve assegurar, além das informações obrigatórias descritas no caput, o histórico de preços do produto ou serviço nos 90 (noventa) dias anteriores à promoção.” (NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

Infelizmente, no Brasil, eventos que prometem grandes descontos, como o Black Friday Brasil, realizados principalmente no comércio eletrônico, ganharam até um apelido: "Black Fraude". Isso porque o preço que é anunciado como grande desconto se tornou uma armadilha para o consumidor brasileiro.

Com o objetivo de criar mecanismos para combater esse abuso, a Comissão de Defesa do Consumidor debateu o tema durante tramitação do Projeto de lei nº 2849/2015, que gerou, inclusive votos em separado, sendo um deles de minha autoria.

A presente proposição visa garantir que a oferta promocional de produtos e serviços venha obrigatoriamente com o histórico de preços praticado pelo estabelecimento comercial nos 90 dias anteriores a promoção.

A medida visa impedir campanhas enganosas, maquiagem de preços e as falsas promoções em que se anuncia o valor usual ou até mais alto como oferta. Dias antes dos eventos de promoções, muitas empresas aumentam os preços dos produtos para simular grandes descontos. Os próprios internautas denunciam essa prática.

Ressalta-se ainda que a medida não gera custos para o comércio e garante o direito à informação, à boa fé da empresa e a transparência na negociação, razão pela qual urge a aprovação deste projeto de lei.

Sala das Sessões, 4 de fevereiro de 2019.

**WELITON PRADO**  
**DEPUTADO FEDERAL – PROS/MG**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

### **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:

#### TÍTULO I DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....

#### CAPÍTULO V DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

.....

#### Seção II Da Oferta

.....  
 Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. ([Parágrafo único acrescentado pela Lei nº 11. 989, de 27/7/2009, publicada no DOU de 28/7/2009, em vigor 180 \(cento e oitenta\) dias após a sua publicação](#))

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

.....  
 .....

## **PROJETO DE LEI N.º 11.019, DE 2018**

### **(Do Sr. Marcos Soares)**

Acrescenta art. 41-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para impor multa ao fornecedor que majorar preço de produto ou serviço acima do que houver praticado nos 30 (trinta) dias imediatamente anteriores ao início do período promocional coletivo do comércio varejista.

<p><b>DESPACHO:</b>          APENSE-SE À(AO) PL-2849/2015.</p>
--

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 41-A:

“Art. 41-A. O fornecedor que majorar preço de produto ou serviço acima do que houver praticado nos 30 (trinta) dias imediatamente anteriores ao início do período promocional coletivo do comércio varejista fica sujeito ao pagamento de multa, cominada na forma do art. 57 desta Lei.” (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação oficial.

### **JUSTIFICAÇÃO**

Uma das estratégias de marketing operacional utilizadas pelo comércio varejista para impulsionar vendas em determinados períodos do ano é a articulação coletiva de ações promocionais, em que produtos e serviços são ofertados a preços atrativos, posicionados abaixo dos valores praticados nos meses que antecedem cada iniciativa.

Tal prática, extremamente salutar para o mercado, estimula a concorrência entre fornecedores, que passam a adotar preços cada vez mais competitivos, como forma de, além de aumentar consideravelmente o volume de vendas em curto espaço de tempo, atrair e fidelizar a clientela.

Por outro lado, a sazonalidade das campanhas, realizadas anualmente e em épocas predeterminadas, proporciona ao consumidor a possibilidade de organizar a sua disciplina financeira e direcioná-la à aquisição de determinados bens. Cite-se, como exemplo, a “Black Friday”, que já marca o calendário comercial de diversos países como período anual de alavancagem de vendas e de captação de uma clientela ansiosa pela redução de preços promovida durante a ação e que, não raro, capitaliza-se ao longo de vários meses à conta dessa expectativa.

Fato é que, visando extrair proveito desse estado de predisposição generalizada ao consumo, alguns fornecedores de má-fé elevam artificialmente os preços de seus produtos e serviços antes do início previsto para as campanhas, com o único fim de reduzi-los durante as ações promocionais. Constroem, assim, uma armadilha para os consumidores incautos, que, impulsionados por chamadas publicitárias enganosas, tornam-se presas fáceis de falsas promoções e terminam por adquirir itens por valor ordinário de mercado – ou até mais caro –, crédulos de que firmaram ajuste vantajoso.

A presente iniciativa objetiva coibir tal manobra odiosa, que, além de induzir a erro o consumidor desavisado, também frustra a expectativa daqueles que aguardam durante longos meses por um período que, tradicionalmente, é marcado pela concessão de descontos e propalado em reclames publicitários como propício ao consumo a preços reduzidos, atraindo numerosas pessoas aos estabelecimentos que se anunciam participantes de cada campanha, ávidas em busca de oportunidades.

Certos de que a alteração legislativa ora proposta contribuirá para maior proteção do consumidor, contamos com o apoio dos nobres pares para sua aprovação e aperfeiçoamento.

Sala das Sessões, em 21 de novembro de 2018.

Deputado **MARCOS SOARES**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
 Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
 Seção de Legislação Citada - SELEC

**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:

TÍTULO I  
 DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....  
 CAPÍTULO V  
 DAS PRÁTICAS COMERCIAIS  
 .....

**Seção IV**  
**Das Práticas Abusivas**

.....  
 Art. 41. No caso de fornecimento de produtos ou de serviços sujeitos ao regime de controle ou de tabelamento de preços, os fornecedores deverão respeitar os limites oficiais sob pena de não o fazendo, responderem pela restituição da quantia recebida em excesso, monetariamente atualizada, podendo o consumidor exigir à sua escolha, o desfazimento do negócio, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

**Seção V**  
**Da Cobrança de Dívidas**

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

Parágrafo único. O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.

.....  
 CAPÍTULO VII  
 DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS  
 .....

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. ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993](#))

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 único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993](#))

Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do

registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

.....

.....

## **PROJETO DE LEI N.º 29, DE 2019**

### **(Dos Srs. Weliton Prado e Aliel Machado)**

Altera a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, para obrigar os fornecedores a informar o histórico dos últimos 90 (noventa) dias de preços dos produtos e serviços ofertados em promoção.

**DESPACHO:**  
**ÀS COMISSÕES DE:**  
**DEFESA DO CONSUMIDOR; E**  
**CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)**

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O Art. 31 da Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 31. ....

§ 1º As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével.

§ 2º A oferta promocional de produtos e serviços, em estabelecimentos físicos ou por meio eletrônico ou similar, deve assegurar, além das informações obrigatórias descritas no caput, o histórico de preços do produto ou serviço nos 90 (noventa) dias anteriores à promoção.” (NR)

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

### **JUSTIFICAÇÃO**

Infelizmente, no Brasil, eventos que prometem grandes descontos, como o Black Friday Brasil, realizados principalmente no comércio eletrônico, ganharam até um apelido: "Black Fraude". Isso porque o preço que é anunciado como grande desconto se tornou uma armadilha para o consumidor brasileiro.

Com o objetivo de criar mecanismos para combater esse abuso, a Comissão de Defesa do Consumidor debateu o tema durante tramitação do Projeto de lei nº 2849/2015,

que gerou, inclusive votos em separado, sendo um deles de minha autoria.

A presente proposição visa garantir que a oferta promocional de produtos e serviços venha obrigatoriamente com o histórico de preços praticado pelo estabelecimento comercial nos 90 dias anteriores a promoção.

A medida visa impedir campanhas enganosas, maquiagem de preços e as falsas promoções em que se anuncia o valor usual ou até mais alto como oferta. Dias antes dos eventos de promoções, muitas empresas aumentam os preços dos produtos para simular grandes descontos. Os próprios internautas denunciam essa prática.

Ressalta-se ainda que a medida não gera custos para o comércio e garante o direito à informação, à boa fé da empresa e a transparência na negociação, razão pela qual urge a aprovação deste projeto de lei.

Sala das Sessões, 4 de fevereiro de 2019.

**WELITON PRADO**  
**DEPUTADO FEDERAL – PROS/MG**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**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:

**TÍTULO I**  
**DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR**

.....  
**CAPÍTULO V**  
**DAS PRÁTICAS COMERCIAIS**

.....  
**Seção II**  
**Da Oferta**

.....  
Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. [\*\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11. 989, de 27/7/2009, publicada no DOU de 28/7/2009, em vigor 180 \(cento e oitenta\)\*](#)

dias após a sua publicação)

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

.....

.....

## **PROJETO DE LEI N.º 1.048, DE 2019** (Do Sr. David Soares)

Acrescenta art. 41-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para impor multa ao fornecedor que majorar preço de produto ou serviço acima do que houver praticado nos 30 (trinta) dias imediatamente anteriores ao início do período promocional coletivo do comércio varejista.

<p><b>DESPACHO:</b> APENSE-SE À(AO) PL-11019/2018.</p>
--

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 41-A:

“Art. 41-A. O fornecedor que majorar preço de produto ou serviço acima do que houver praticado nos 30 (trinta) dias imediatamente anteriores ao início do período promocional coletivo do comércio varejista fica sujeito ao pagamento de multa, cominada na forma do art. 57 desta Lei.”  
(NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação oficial.

### **JUSTIFICAÇÃO**

Trata-se de proposta de reapresentação do PROJETO DE Lei nº 11019, de 2018, de autoria do Ex-Deputado Marcos Soares, que Acrescenta art. 41-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para impor multa ao fornecedor que majorar preço de produto ou serviço acima do que houver praticado nos 30 (trinta) dias imediatamente anteriores ao início do período promocional coletivo do comércio

varejista.

O nobre deputado brilhou muito pela sua aprovação, no entanto, como sabemos, o processo legislativo tem seus ritmos próprios, e o projeto não foi aprovado naquela legislatura. Assim, compreendo a importância da proposição rendo homenagens.

Uma das estratégias de marketing operacional utilizadas pelo comércio varejista para impulsionar vendas em determinados períodos do ano é a articulação coletiva de ações promocionais, em que produtos e serviços são ofertados a preços atrativos, posicionados abaixo dos valores praticados nos meses que antecedem cada iniciativa.

Tal prática, extremamente salutar para o mercado, estimula a concorrência entre fornecedores, que passam a adotar preços cada vez mais competitivos, como forma de, além de aumentar consideravelmente o volume de vendas em curto espaço de tempo, atrair e fidelizar a clientela.

Por outro lado, a sazonalidade das campanhas, realizadas anualmente e em épocas predeterminadas, proporciona ao consumidor a possibilidade de organizar a sua disciplina financeira e direcioná-la à aquisição de determinados bens. Cite-se, como exemplo, a “Black Friday”, que já marca o calendário comercial de diversos países como período anual de alavancagem de vendas e de captação de uma clientela ansiosa pela redução de preços promovida durante a ação e que, não raro, capitaliza-se ao longo de vários meses à conta dessa expectativa.

Fato é que, visando extrair proveito desse estado de predisposição generalizada ao consumo, alguns fornecedores de má-fé elevam artificialmente os preços de seus produtos e serviços antes do início previsto para as campanhas, com o único fim de reduzi-los durante as ações promocionais. Constroem, assim, uma armadilha para os consumidores incautos, que, impulsionados por chamadas publicitárias enganosas, tornam-se presas fáceis de falsas promoções e terminam por adquirir itens por valor ordinário de mercado – ou até mais caro –, crédulos de que firmaram ajuste vantajoso.

A presente iniciativa objetiva coibir tal manobra odiosa, que, além de induzir a erro o consumidor desavisado, também frustra a expectativa daqueles que aguardam durante longos meses por um período que, tradicionalmente, é marcado pela concessão de descontos e propalado em reclames publicitários como propício ao consumo a preços reduzidos, atraindo numerosas pessoas aos estabelecimentos que se anunciam participantes de cada campanha, ávidas em busca de oportunidades.

Certos de que a alteração legislativa ora proposta contribuirá para maior proteção do consumidor, contamos com o apoio dos nobres pares para sua

aprovação e aperfeiçoamento.

Sala das Sessões, em 21 de fevereiro de 2019.

**Deputado David Soares**  
**DEM/SP**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**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:

TÍTULO I  
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....  
CAPÍTULO V  
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

.....  
**Seção IV**  
**Das Práticas Abusivas**

.....  
Art. 41. No caso de fornecimento de produtos ou de serviços sujeitos ao regime de controle ou de tabelamento de preços, os fornecedores deverão respeitar os limites oficiais sob pena de não o fazendo, responderem pela restituição da quantia recebida em excesso, monetariamente atualizada, podendo o consumidor exigir à sua escolha, o desfazimento do negócio, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

**Seção V**  
**Da Cobrança de Dívidas**

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

Parágrafo único. O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.

.....  
CAPÍTULO VII  
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

.....  
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. (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993*)

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 único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993)

Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

.....

.....

## **PROJETO DE LEI N.º 1.162, DE 2019**

### **(Do Sr. Dagoberto Nogueira)**

Altera a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, para determinar que os fornecedores informem a média anterior de preços dos produtos e serviços ofertados em promoção.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE À(AO) PL-29/2019.

#### **O Congresso Nacional decreta:**

**Art. 1º** Esta Lei determina a transparência e clareza das informações referentes a preços promocionais por meio da apresentação da média de preços dos produtos e serviços ofertados em promoção.

**Art. 2º** O art. 31 da Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo segundo, renomeando-se o parágrafo único como primeiro:

*“Art. 31 .....*

*§ 1º .....*

*§ 2º A oferta promocional de produtos ou serviços, em estabelecimentos físicos ou em meio eletrônico, deve indicar como valor de referência para os descontos oferecidos a média de preços, pelo menos, dos trinta dias anteriores à data de divulgação da referida oferta, a qual deverá constar com clareza e o devido destaque no anúncio promocional, sob pena de multa constante no artigo 56 dessa lei.*

**Art. 3º** Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

#### **JUSTIFICATIVA**

O art. 31 do Código de Defesa do Consumidor, Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, determina literalmente que a oferta e a apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas e claras. A relação de confiança entre os fornecedores e seus clientes constrói-se com base na veracidade das informações apresentadas por aqueles a esses. Infelizmente, porém, nem o bom senso para a construção da confiança nem a obediência à determinação legal são seguidos à risca. Ainda há muitos comerciantes que tentam levar seus clientes à realização de compras sob falsos incentivos, alegando ofertas especiais e preços

reduzidos quando na verdade os preços ditos promocionais não se diferenciam dos preços padrão, quando não lhes são até mesmo superiores.

Já entrou para o palavreado popular brasileiro a expressão “*black fraude*” para indicar situações promocionais ostensivamente anunciadas, mas que se revelam enganosas pois não entregam uma redução de preços dos produtos ou serviços vendidos, tendo-se como referência os valores anteriores desses mesmos produtos ou serviços.

Nesse sentido, buscando aprimorar o Código de Defesa do Consumidor e possibilitar o cumprimento do que já está determinado em seu art. 31, propomos o presente Projeto de Lei. Para garantir aos consumidores que os produtos oferecidos em promoção efetivamente apresentam uma redução de preços, faz-se necessário que o fornecedor informe a média de preços anterior. Em nosso projeto, consideramos que o tempo mínimo necessário é de trinta dias.

Ante o exposto, conto com o apoio dos nobres pares para a aprovação da proposição ora apresentada.

Sala das Sessões, 26 de fevereiro de 2019.

**Dagoberto Nogueira**

Deputado Federal – PDT/MS

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG

Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL

Seção de Legislação Citada - SELEC

**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:

**TÍTULO I  
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR**

.....  
**CAPÍTULO V  
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS**

**Seção I  
Das Disposições Gerais**

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

**Seção II  
Da Oferta**

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar

informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. ([Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11. 989, de 27/7/2009, publicada no DOU de 28/7/2009, em vigor 180 \(cento e oitenta\) dias após a sua publicação](#))

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

.....

## CAPÍTULO VII DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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.

§ 2º (VETADO).

§ 3º Os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.

§ 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

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. (["Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993](#))

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 único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993](#))

---

---

# PROJETO DE LEI N.º 6.057, DE 2019

## (Do Sr. Flávio Nogueira)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para impor multa ao fornecedor que majorar preço de produto ou serviço acima do que houver praticado nos 40 (quarenta) dias imediatamente anteriores ao início do período promocional coletivo do comércio varejista.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-11019/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 41-A:

“Art. 41-A. O fornecedor que majorar preço de produto ou serviço acima do que houver praticado nos 40 (quarenta) dias imediatamente anteriores ao início do período promocional coletivo do comércio varejista fica sujeito ao pagamento de multa, cominada na forma do art. 57 desta Lei.” (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

### JUSTIFICAÇÃO

No decorrer do ano no comércio varejista, datas promocionais predeterminadas proporcionam ao consumidor a possibilidade de se organizar financeiramente, direcionando-o à aquisição de determinados produtos a um custo bem menor. Temos, como exemplo, o “*Black Friday*”, um dia exclusivamente promocional consolidado em solo norte-americano que consiste numa grande baixa dos preços nas principais lojas, como uma proposta para impulsionar as vendas na última sexta-feira de novembro, após um dos feriados mais importantes da cultura norte-americana, o Dia de Ação de Graças, marcando o início das compras natalinas. Desde então, a “sexta-feira escura” ganha espaço por aqui, e se adapta às peculiaridades dos brasileiros.

No Brasil, as pessoas geralmente buscam descontos e ofertas durante todo o mês de novembro, já que muitas marcas aqui trabalham com a ideia de um ‘*Black November*’ ou de uma ‘*Black Week*’. Apesar dessa estratégia, que é positiva para o movimento do varejo, há receio por parte dos consumidores se o desconto é, de fato, real. “Por conta da data ainda não estar inteiramente consolidada e estende-se a não somente um dia exclusivo, vemos que muitos desconfiam dos descontos e promoções oferecidas. Apesar disso, os consumidores brasileiros estão se tornando cada vez mais entusiastas da data”, comentou Juliana Camargo, chefe

de experiência de compra na América Latina do *eBay*<sup>i</sup>.

Todavia, essa desconfiança dos descontos nas promoções ofertadas não é ao acaso. Um dos grandes problemas da *Black Friday* - mormente no Brasil - é a chamada "maquiagem nos preços", que consiste na sua elevação, com posterior redução, objetivando ludibriar o consumidor, por meio de prática evidentemente abusiva. Ademais, muitos consumidores relatam ter pesquisado antes o valor dos produtos e, durante a *Black Friday*, as empresas colocam um valor maior para então oferecer o falso desconto. Não obstante, nos primeiros anos de realização do evento no país, os abusos foram tão evidentes que o evento acabou sendo conhecido como Black Fraude: tudo pela metade do dobro<sup>ii</sup>

Assim, diante do descrédito gerado no consumidor pelas reiteradas práticas abusivas por parte das empresas e, no intuito de contribuir para a criação de um ambiente de confiança no comércio durante o período promocional, é que apresentamos o referido projeto de lei.

Certos de que a alteração legislativa ora proposta contribuirá para uma maior proteção do consumidor, contamos com o apoio dos nobres pares para sua aprovação.

Sala das Sessões, em 19 de novembro de 2019.

Deputado **FLÁVIO NOGUEIRA**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG

Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL

Seção de Legislação Citada - SELEC

**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:

**TÍTULO I  
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR**

.....  
**CAPÍTULO V  
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS**  
.....

Art. 41. No caso de fornecimento de produtos ou de serviços sujeitos ao regime de controle ou de tabelamento de preços, os fornecedores deverão respeitar os limites oficiais sob pena de não o fazendo, responderem pela restituição da quantia recebida em excesso, monetariamente atualizada, podendo o consumidor exigir à sua escolha, o desfazimento do negócio, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

**Seção V  
Da Cobrança de Dívidas**

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

Parágrafo único. O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.

Art. 42-A. Em todos os documentos de cobrança de débitos apresentados ao consumidor, deverão constar o nome, o endereço e o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas - CPF ou no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ do fornecedor do produto ou serviço correspondente. ([Artigo acrescido pela Lei nº 12.039, de 1/10/2009](#))

.....

CAPÍTULO VII  
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

.....

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. (["Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993](#))

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 único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993](#))

Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

.....

.....

## PROJETO DE LEI N.º 6.532, DE 2019

### (Do Sr. Juninho do Pneu)

Institui a obrigatoriedade em determinar que os fornecedores informem a média anterior de preços dos produtos e serviços ofertados em promoção.

<p><b>DESPACHO:</b> APENSE-SE À(AO) PL-11019/2018.</p>
--

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1. Esta Lei determina a transparência e clareza das informações referentes a preços promocionais por meio da apresentação da média de preços dos produtos e serviços ofertados em promoção.

Art. 2. A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescida da seguinte redação:

“Art. 41-A. O fornecedor que majorar preço de produto ou serviço acima do que houver praticado nos 30 (sessenta) dias imediatamente anteriores ao início do período promocional coletivo do comércio varejista fica sujeito ao pagamento de multa, cominada na forma do art. 57 desta Lei.” (NR)

Art. 3º. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

### JUSTIFICATIVA

Trata-se de Projeto de Lei que visa obrigar que os fornecedores informem a média anterior de preços dos produtos e serviços ofertados em promoção.

Segundo o empresa de reclamação, a edição de 2019, mesmo antes de acabar o dia de ofertas, já opera com um índice de reclamações 59% superior ao visto no ano passado. Propaganda enganosa lidera como principal motivo, seguido por problemas na finalização da compra, atraso na entrega (de promoções antecipadas), divergência de valores e estorno do valor pago.

As propagandas enganosas na Black Friday não são uma novidade no país. A ação, conhecida como “black fraude”, se dá quando um lojista oferece uma promoção inexistente, pois não houve queda no preço ou pior, quando oferta a “metade do dobro” do valor do produto.

Sempre há denúncias e desconfiança de que algumas lojas dão falsos descontos: elas sobem o preço um pouco antes da Black Friday e, no dia, voltam ao preço normal, anunciando como se fosse uma grande oferta.

Vale ressaltar que a intenção é coibir manobra de ludibriar, além de induzir a erro o consumidor, o que também frustra a expectativa daqueles que aguardam durante longos meses por um período que, tradicionalmente, é marcado pela concessão de descontos excepcionais e de elevado porte.

Face à enorme relevância do tema, conto com o apoio dos nobres pares para analisar, aperfeiçoar e aprovar este projeto de lei com a maior brevidade.

Sala das Comissões, 17 de dezembro de 2019.

Deputado **JUNINHO DO PNEU**  
DEM/RJ

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
 Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
 Seção de Legislação Citada - SELEC

**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:

TÍTULO I  
 DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....  
 CAPÍTULO V  
 DAS PRÁTICAS COMERCIAIS  
 .....

**Seção IV**  
**Das Práticas Abusivas**

.....  
 Art. 41. No caso de fornecimento de produtos ou de serviços sujeitos ao regime de controle ou de tabelamento de preços, os fornecedores deverão respeitar os limites oficiais sob pena de não o fazendo, responderem pela restituição da quantia recebida em excesso, monetariamente atualizada, podendo o consumidor exigir à sua escolha, o desfazimento do negócio, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

**Seção V**  
**Da Cobrança de Dívidas**

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

Parágrafo único. O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.

.....  
 CAPÍTULO VII  
 DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS  
 .....

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. ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993](#))

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 único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993](#))

Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do

registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

.....  
.....

<b>FIM DO DOCUMENTO</b>
-------------------------

<sup>i</sup> Disponível em <https://www.dci.com.br/comercio/brasileiro-e-desconfiado-mas-curioso-1.760211>.

<sup>ii</sup> Disponível em <https://economia.uol.com.br/noticias/infomoney/2013/11/29/forbes-ironiza-black-friday-brasileiro-e-diz-que-ele-e-o-dia-da-fraude.htm>