

PROJETO DE LEI Nº _____, 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.

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 de novembro de 2018.

Deputado **MARCOS SOARES**