



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

## **PROJETO DE LEI N.º 2.638, DE 2019**

**(Do Sr. Bacelar)**

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para estabelecer alternativas ao consumidor em caso de descumprimento da oferta de produto ou serviço de preço fracionado.

**DESPACHO:**

APENSE-SE À(AO) PL-2600/2019.

**APRECIÇÃO:**

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

**PUBLICAÇÃO INICIAL**

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, para estabelecer alternativas ao consumidor em caso de descumprimento da oferta de produto ou serviço de preço fracionado.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 35-A:

Art. 35-A. Se o fornecedor de produtos ou serviços cujo preço for fracionado não tiver moeda em espécie para o cumprimento da oferta, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha, exigir o arredondamento do preço para baixo até que seja possível a devolução do troco pelo fornecedor ou aceitar outro produto ou prestação de serviço em substituição ao troco devido.

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

## **JUSTIFICAÇÃO**

Tornou-se verdadeira prática comercial a divulgação de preços de produtos e serviços em valores não exatos ou fracionados. Embora muito utilizada em liquidações para chamar a atenção dos consumidores para ofertas, a técnica acaba por estimular o descumprimento do preço ofertado, uma vez que o fornecedor não costuma dispor de troco suficiente para a devolução devida ao consumidor.

Sabe-se que a fragmentação do preço de um produto ou serviço, além de ser uma estratégia para dificultar a sua comparação, também tem efeito psicológico que leva o consumidor a acreditar que está adquirindo um produto ou serviço abaixo do preço original. Entretanto, independentemente dos métodos que o fornecedor utiliza para convencer o consumidor a adquiri-lo, é imprescindível que ele possa assegurar os meios necessários para o cumprimento da oferta. Assim, se o fornecedor anunciou o produto, por exemplo, por R\$127,34, é indispensável que ele possa devolver o troco devido ao consumidor que paga em espécie.

Entendemos que não deve ser de nenhuma forma tolerado o comportamento usual dos fornecedores, que deixam de dar troco ou que substituem o troco por produtos de valor pequeno pelos quais o consumidor não tem o menor interesse. Por isso, propomos a inclusão de dispositivo no Código de Defesa do Consumidor para deixar claro que cabe a ele a escolha do recebimento do troco em

espécie ou de produto em substituição ao troco. Com relação ao troco, sugerimos que o valor do preço do produto ou do serviço seja arredondado para baixo, em favor do consumidor, até atingir o valor em espécie que o fornecedor tenha disponível para troco.

Em defesa dos consumidores, solicitamos aos nobres pares o apoio para a aprovação do presente projeto.

Sala das Sessões, em 07 de maio de 2019.

Deputado BACELAR

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

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

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

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

**Seção III**

**Da Publicidade**

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços,

manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

.....  
.....

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