

PROJETO DE LEI Nº , 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.

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*ⁱ.

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 dobroⁱⁱ

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 de novembro de 2019.

Deputado **FLÁVIO NOGUEIRA**

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

ⁱⁱ 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>