



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 3.707, DE 2025

(Do Sr. Romero Rodrigues)

Acrescenta §§ 1º e 2º ao art. 30 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para fins de estabelecer isonomia de tratamento entre consumidores e garantir acesso equitativo às ofertas promocionais.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-2309/2023.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

PROJETO DE LEI Nº , DE 2025

(Do Sr. ROMERO RODRIGUES)

Acrescenta §§ 1º e 2º ao art. 30 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para fins de estabelecer isonomia de tratamento entre consumidores e garantir acesso equitativo às ofertas promocionais.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acrescenta §§ 1º e 2º ao art. 30 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para fins de estabelecer isonomia de tratamento entre consumidores e coibir práticas discriminatórias na concessão de ofertas promocionais.

Art. 2º O art. 30 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido dos seguintes §§ 1º e 2º:

"Art. 30.

§ 1º Toda oferta, inclusive de caráter promocional ou por tempo limitado, deve estar disponível para contratação por todos os consumidores interessados na área geográfica de abrangência, inclusive aqueles que já possuam relação contratual vigente com o fornecedor para o mesmo produto ou serviço, sendo vedada qualquer forma de discriminação baseada em tempo de relacionamento, dados de contratação, modalidade tarifária anterior ou promoções similares que configurem tratamento desigual entre consumidores em situação equivalente." (NR)

§ 2º Sem prejuízo da sujeição às sanções previstas no art. 56 e seguintes desta Lei, o fornecedor que descumprir o disposto no caput deste artigo, será obrigado a:

I – estender retroativamente os benefícios da oferta promocional ao consumidor prejudicado, pelo período em que esteve vigente;



II – restituir em dobro os valores cobrados a maior, corrigidos monetariamente e acrescidos de juros legais;

III – adequar imediatamente as condições contratuais pretéritas do consumidor aos termos da melhor oferta disponível.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor após decorridos 90 (noventa) dias de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

A presente proposição legislativa objetiva corrigir alterações estruturais nas relações de consumo que comprometam o vetusto princípio constitucional da isonomia e vulnerem sobremaneira os direitos fundamentais dos consumidores brasileiros. Falamos da prática discriminatória de algumas empresas em oferecer condições promocionais exclusivamente para novos clientes, excluindo consumidores antigos já vinculados ao fornecedor, o que certamente configura um tratamento desigual injustificado que exige intervenção normativa urgente.

Sob o aspecto constitucional, a medida encontra fundamento direto nos artigos 5º, caput, e 170, inciso V, da Constituição Federal, que consagram, respectivamente, o princípio da igualdade e a defesa do consumidor como fundamento da ordem econômica.

Tem-se notícias de um crescimento significativo nas queixas dos consumidores relacionadas às práticas discriminatórias verificadas nos últimos anos, concentrando-se principalmente nos setores de telecomunicações (operadoras de telefonia móvel e TV por assinatura), saúde suplementar (planos de saúde) e serviços financeiros (bancos e *fintechs*). Estudos do setor¹ indicam que os consumidores mais antigos desembolsam frequentemente valores superiores, em até 70%, pelos mesmos serviços em comparação com clientes novos e recém-contratados, configurando um injustificável tratamento não isonômico face aos princípios constitucionais e outros previstos na Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor). É certo

¹ <https://veja.abril.com.br/economia/consumidores-fieis-gastam-quase-70-a-mais-do-que-novos-compradores/>



ainda que esses mesmos estudos indicam uma análise comportamental interessante, a qual revela que práticas discriminatórias geram efeitos deletérios na confiança dos consumidores e distorcem a concorrência setorial. De outro modo, há pesquisas de opinião que demonstram elevado grau de insatisfação dos consumidores com essas práticas discriminatórias reiteradas por parte de algumas empresas, que geram custos de transação socialmente desnecessários em mudanças contratuais mais onerosas motivadas por fatores não relacionados à qualidade do serviço.

Do ponto de vista da teoria econômica, a discriminação temporal de preços configura uma clara falha de mercado quando não fundamentada em diferenças objetivas de custo ou risco. Uma estratégia de "*lock-in*"² baseada na inércia do consumidor constitui, por certo, uma prática anticoncorrencial que reduz o bem-estar social e compromete sobremaneira a eficiência alocativa dos mercados, conforme amplamente documentado na literatura econômica especializada³.

A experiência regulatória setorial na área de Telecomunicações já corrobora a necessidade da medida. A Resolução Anatel nº 632/2014⁴, em seu Anexo I, art. 3º, III, já estabelece, no todo, os princípios semelhantes para telecomunicações e define especificamente o direito do consumidor de receber um "tratamento não discriminatório quanto às condições de acesso e fruição do serviço, desde que presentes as condições técnicas necessárias", mas sua efetividade permanece limitada pela ausência de definições específicas e pela fragmentação normativa. Estados como São Paulo e Rio de Janeiro editaram leis específicas sobre a matéria, mas a competência de direito do consumidor exige harmonização federal para garantir a efetividade nacional.

Importante destacar que a proposição não impede estratégias comerciais legítimas, mas exige que sejam baseadas em objetivos e aplicadas de forma isonômica. A medida preserva a liberdade de iniciativa e de concorrência, estabelecendo apenas que ofertas promocionais não podem

² O *lock-in* — ou aprisionamento — ocorre quando o acesso a um determinado tipo de produto, serviço ou dados é limitado aos clientes pagantes de um único fornecedor.

³ <https://saastisfeito.com.br/o-que-e-efeito-lock-in/>

⁴ <https://informacoes.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/2014/750-resolucao-632>



discriminar consumidores em situação equivalente a critérios temporais arbitrários.

Face ao exposto, e considerando que a isonomia de tratamento para todos os consumidores constitui um de seus direitos fundamentais e decorre do princípio basilar da ordem econômica constitucional, submeto à avaliação desta Casa a presente proposição, na expectativa de que mereça o apoio dos nobres Pares para sua célere tramitação e aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2025.

Deputado ROMERO RODRIGUES

2025-8464



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI
Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

**LEI Nº 8.078, DE 11 DE
SETEMBRO DE 1990**

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:199009-11;8078>

FIM DO DOCUMENTO