



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 4.412, DE 2025 **(Do Sr. Delegado Éder Mauro)**

PROÍBE QUE POSTOS DE COMBUSTÍVEIS EXPONHAM AO CONSUMIDOR VALORES PROMOCIONAIS VINCULADOS A PROGRAMAS DE FIDELIDADE EM MAIOR ESCALA OU TAMANHO SUPERIOR AO DOS VALORES REAIS OFERTADOS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

DESPACHO:

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

APRECIÇÃO:

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

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

PROJETO DE LEI Nº , DE 2025
(Do Sr. Delegado ÉDER MAURO)

PROÍBE QUE POSTOS DE COMBUSTÍVEIS
EXPONHAM AO CONSUMIDOR VALORES
PROMOCIONAIS VINCULADOS A
PROGRAMAS DE FIDELIDADE EM MAIOR
ESCALA OU TAMANHO SUPERIOR AO DOS
VALORES REAIS OFERTADOS, E DÁ
OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1.º Fica proibido, que enquanto estiverem abertos ao público, os postos de combustíveis exponham ao consumidor valores promocionais vinculados a programas de fidelidade em maior escala e tamanho do que os valores reais ofertados ao público em geral.

§ 1º. Incorre na vedação a que se refere o caput deste artigo o estabelecimento que, na exposição do preço, dificultar a compreensão do consumidor, prejudicando a clareza da informação, que deve ser de fácil percepção, sem exigir esforço de compreensão quanto à vinculação a programas de fidelidade.

§ 2º. Na ocorrência de montagem dos expositores de preço, seu rearranjo ou limpeza, quando verificados em horário de funcionamento, estes devem ser executados sem prejuízo da clareza das informações relativas aos preços dos combustíveis desvinculados de programas de fidelidade.

Art. 2.º O descumprimento da presente Lei importará em aplicação, ao estabelecimento comercial, de penalidade de multa no valor equivalente de 1.000 (um mil) a 5.000 (cinco mil) Unidades de Padrão Fiscal (UPF) vigentes à época da infração.

I – Para fixação da penalidade o agente fiscalizador competente deverá considerar:

- a) a existência de atenuantes, como o pronto atendimento ao cumprimento desta Lei e a ausência de embaraços à fiscalização;
- b) a existência de agravantes, como a reincidência e a resistência à fiscalização.

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



JUSTIFICATIVA

O consumidor constantemente é induzido ao erro, tendo em vista que os valores com descontos proporcionados por programas de fidelidade são expostos de forma expressiva nas placas informativas em uma escala e tamanhos muito maiores do que os preços reais ofertados ao público em geral.

Normalmente os motoristas se baseiam nos preços visualizados com maior facilidade, sendo, por vezes, surpreendidos, com a majoração daqueles somente ao informar o método de pagamento. Os consumidores têm o direito de receber informações corretas, claras, precisas e legíveis acerca dos preços reais dos combustíveis, em tamanho maior do que os promocionais de aplicativo, nos moldes da legislação consumerista.

Diante do exposto, é importante ressaltar que a presente propositura se coaduna com a Constituição Federal (art. 5º, XIV), e legislação federal (Código de Defesa do Consumidor), prestigiando a defesa do consumidor – parte mais fraca da relação consumerista (art. 24, V e VIII, da CRFB), tendo como objetivo primordial a proibição da exposição de valores promocionais vinculados a programas de fidelidade em maior escala ou em tamanho do que os valores reais ofertados, e dá outras providências.

Sala das sessões, de de 2025.

DELEGADO ÉDER MAURO
DEPUTADO FEDERAL PL/PA

