PROJETO DE LEI Nº , DE 2025

(Do Sr. ALEXANDRE GUIMARÃES)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para qualificar como prática abusiva a publicidade de abrangência nacional que exclua macrorregiões, unidades da Federação ou faixas territoriais ou conjunto amplo de Municípios.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para qualificar como prática abusiva a publicidade de abrangência nacional que exclua macrorregiões, unidades da Federação ou faixas territoriais ou conjunto amplo de Municípios.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com a seguinte redação:

	"Art. 39
houve	XV – anunciar, ofertar ou promover 'frete grátis' ou vantagem nica equivalente com alegação de abrangência nacional, quando exclusão ou restrição por macrorregião, unidade da Federação, territoriais ou conjunto amplo de Municípios.
	§ 1°

§ 2º O disposto no inciso XV não impede que o fornecedor direcione ofertas a áreas específicas do território nacional, desde que a delimitação geográfica da validade da oferta seja clara, ostensiva e prévia, sem o emprego de termos que induzam abrangência nacional." (NR)

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.





CÂMARA DOS DEPUTADOS Gabinete do Deputado Federal ALEXANDRE GUIMARÃES

JUSTIFICATIVA

A presente proposição busca coibir prática publicitária que se disseminou no comércio eletrônico e físico com anúncios de "frete grátis para todo o Brasil" com ressalvas excludentes dirigidas a macrorregiões inteiras - em especial a Região Norte.

A construção "todo o país, exceto a Região Norte" é internamente contraditória, induz o consumidor a erro quanto à real abrangência da oferta e reforça um tratamento federativo assimétrico, incompatível com os direitos básicos à informação adequada e à proteção contra publicidade enganosa e abusiva assegurados pelo Código de Defesa do Consumidor (arts. 6°, III, e 37).

A legislação consumerista já exige que a oferta traga informações corretas, claras, precisas e ostensivas sobre as condições anunciadas (art. 31), o que se frustra quando a mensagem central promete universalidade e a "letra miúda" subtrai, de modo genérico, toda uma região do País. Essa prática abusiva deve ser coibida.

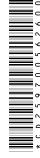
A exclusão genérica da Região Norte ou de quaisquer outras regiões do país, como regra promocional, também afronta valores constitucionais que orientam a ordem econômica: a defesa do consumidor e a redução das desigualdades regionais e sociais (art. 170, V e VII), além do objetivo fundamental de reduzir desigualdades sociais e regionais (art. 3°, III).

A jurisprudência do Supremo Tribunal Federal, ao firmar a ampla incidência do CDC sobre atividades de mercado (ADI 2.591), reafirma que a tutela consumerista convive com a livre concorrência e não a suprime, servindo para afastar práticas que desinformam ou desequilibram o jogo concorrencial.

O problema tem dimensão concreta e ocorre cotidianamente. Banners e peças promocionais prometem "frete grátis em todo o Brasil", mas, ao inserir CEPs de capitais ou cidades do Norte, o benefício desaparece ou se converte em "desconto no frete". As alegações são de que a logística para essas localidades é mais dispendiosa devido ao peso das cargas e à distância dos centros de distribuição, sem que isso conste de forma clara no anúncio.

maximo.elias - /tmp/temp-4-hours-expiration-121052bc-d6dd-4496-9d2e-63b915129f4912782211580953283304.tmp





CÂMARA DOS DEPUTADOS Gabinete do Deputado Federal ALEXANDRE GUIMARÃES

Registros em plataformas de reclamação (como Reclame Aqui) e relatos públicos mostram consumidores que, após compor o carrinho exatamente para alcançar a condição da campanha, descobrem no *checkout* que o "frete grátis" não vale para sua localidade, ou que a regra muda a partir de determinado valor ("frete grátis acima de R\$ X, exceto Região Norte"). Trata-se de típica publicidade potencialmente enganosa por omissão ou contradição entre a promessa de abrangência nacional e as restrições efetivas.

A gravidade do fenômeno cresce quando se nota que a Região Norte é a maior em extensão territorial do País - mais de 40% do território nacional - e abriga cerca de 17,35 milhões de brasileiros, majoritariamente urbanos (78,47% de urbanização segundo o Censo 2022). Excluir, de forma genérica, uma macrorregião dessa escala da fruição de vantagem publicitária anunciada como "nacional" não é mero detalhe logístico: atinge um contingente populacional expressivo e sinaliza uma segmentação geográfica que precisa ser comunicada com transparência e correção, sob pena de ofensa ao CDC.

A solução normativa proposta é proporcional e tecnicamente parcimoniosa: em vez de tabelar preços, impor rotas ou equalizações logísticas, o projeto atua no núcleo do CDC que trata sobre publicidade e práticas abusivas, qualificando como abusiva a alegação de abrangência nacional quando houver exclusões territoriais significativas.

O texto do projeto admite ofertas regionalizadas, plenamente legítimas, desde que a delimitação geográfica seja clara, ostensiva e prévia, sem uso de fórmulas que induzam o consumidor a crer em cobertura nacional.

Do ponto de vista federativo e concorrencial, a medida corrige desequilíbrios informacionais e assegura isonomia mínima no acesso às promoções anunciadas como nacionais, sem impedir segmentações comerciais legítimas. Trata-se, portanto, de aperfeiçoamento da legislação consumerista, com impacto imediato na qualidade da informação e na confiança dos mercados.

Por fim, a proposição não acarreta renúncia de receita nem cria despesa pública. Assim, fica dispensada a apresentação de estimativa de impacto financeiro-



orçamentário, nos termos do art. 113 do ADCT, e de fonte de compensação financeiro-orçamentária, nos termos do art. 14 da Lcp 101/2000.

Com essas razões, contamos com o apoio dos colegas deputados ao presente projeto de lei.

Sala das Sessões, em 22 de outubro de 2025.

Deputado ALEXANDRE GUIMARÃES



