



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

## **PROJETO DE LEI N.º 5.345, 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.

**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. 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. ....

XV – anunciar, ofertar ou promover ‘frete grátis’ ou vantagem econômica equivalente com alegação de abrangência nacional, quando houver exclusão ou restrição por macrorregião, unidade da Federação, faixas territoriais ou conjunto amplo de Municípios.

§ 1º .....

§ 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.





## 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. 6º, 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. 3º, 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.ellas - /tmp/temp-4-hours-expiration-121052bc-d6dd-4496-9d2e-63b915129f4912782211580953283304.tmp





CÂMARA DOS DEPUTADOS  
Gabinete do Deputado Federal ALEXANDRE GUIMARÃES

Apresentação: 22/10/2025 09:05:52.853 - Mesa

PL n.5345/2025

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.

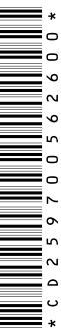
Do ponto de vista federativo e concorrencial, a medida corrige desequilíbrios informacionais e assegura isonomia mínima no acesso às promoções anunciadas como nacionais, sem impedir segmentações comerciais legítimas. Trata-se, portanto, de aperfeiçoamento da legislação consumerista, com impacto imediato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



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

Câmara dos Deputados | Anexo IV, Gabinete 941 | CEP 70160-900 – Brasília/DF  
Tels (61) 3215-5941/3941 | dep.alexandreguimaraes@camara.leg.br



\* C D 2 5 9 7 0 0 5 6 2 6 0 0 \*



CÂMARA DOS DEPUTADOS  
Gabinete do Deputado Federal ALEXANDRE GUIMARÃES

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

Apresentação: 22/10/2025 09:05:52.853 - Mesa

PL n.5345/2025



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

Câmara dos Deputados | Anexo IV, Gabinete 941 | CEP 70160-900 – Brasília/DF  
Tels (61) 3215-5941/3941 | dep.alexandreguimaraes@camara.leg.br

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD259700562600>  
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Alexandre Guimarães



\* C D 2 5 9 7 0 0 5 6 2 6 0 0 \*



## 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://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1990/lei-8078-11-setembro1990-365086-norma-pl.html>

**FIM DO DOCUMENTO**