



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 2.298-A, DE 2007

(Do Sr. Raul Henry)

Obriga os supermercados a divulgarem em destaque a data de vencimento da validade dos produtos incluídos em todas as promoções especiais lançadas por estes estabelecimentos; tendo parecer da Comissão de Defesa do Consumidor, pela aprovação deste, com emenda, e pela rejeição do PL 2875/2008, apensado (relator: DEP. LEO ALCÂNTARA).

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

S U M Á R I O

I – Projeto inicial

II – Projeto apensado (PL n. 2.875/08)

II – Na Comissão de Defesa do Consumidor:

- parecer do relator
- complementação de voto
- emenda oferecida pelo relator
- parecer da Comissão

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - Todos os supermercados e estabelecimentos afins, ficam obrigados a expor de forma destacada, através de cartaz afixado em local de destaque, a data de validade dos produtos que fizerem parte de promoções especiais e/ ou relâmpagos feitas em suas dependências.

Parágrafo Único – Quando os produtos anunciados apresentarem mais de um prazo de validade, todos deverão ser divulgados de igual maneira.

Art. 2º - O destaque dos cartazes com as datas de vencimento deverão respeitar a mesma proporção daqueles que destacarem os preços promocionais.

Parágrafo Único – Caso a divulgação da promoção seja feita oralmente, através de etiquetas marcadas, ou por qualquer outro meio, o prazo de validade deverá ser anunciado pelo mesmo método, simultaneamente.

Art. 3º - O descumprimento desta Lei sujeitará o infrator às seguintes sanções:

I – advertência por escrito da autoridade competente, esclarecendo que , em caso de reincidência, dentro de um período inferior a 1 (um) ano a contar da primeira ocorrência, estará sujeito às penalidades previstas nos itens II, III, IV e V abaixo:

II – multa equivalente a 1.000 (mil) vezes o valor unitário do produto objeto da promoção, na primeira reincidência;

III – multa equivalente a 10.000 (dez mil) vezes o valor unitário do produto objeto da promoção, na segunda reincidência;

IV – multa equivalente a 15.000 (quinze mil) vezes o valor unitário do produto objeto da promoção e proibição de comercialização do produto e afins por um período não inferior a 1 (um) ano, na terceira reincidência;

V – multa equivalente a 20.000 (vinte mil) vezes o valor unitário do produto objeto da promoção e fechamento do estabelecimento por um período não inferior a 6 (seis) meses, na quarta reincidência.

Art. 4º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

JUSTIFICAÇÃO

É muito comum os supermercados e estabelecimentos afins colocarem em promoção produtos perecíveis, principalmente alimentícios, com a validade quase vencida.

Deste modo, fica mais fácil vender a mercadoria livrando-se de produtos que em breve não poderão mais ser vendidos.

Muitos consumidores não prestam atenção à data de vencimento e acabam sendo prejudicados.

Diante dessa situação, por sugestão do IBEDEC (Instituto Brasileiro de Estudo e Defesa das Relações de Consumo), apresento esta proposição no sentido tornar obrigatório aos supermercados e estabelecimentos afins colocarem em destaque a data de vencimento dos produtos incluídos em todas as promoções especiais lançadas.

Nos cartazes, as datas de vencimento deverão ficar do mesmo tamanho e com o mesmo destaque dos preços promocionais.

Se a promoção for divulgada de outra forma, por microfone ou em etiquetas, o prazo de validade também deverá ser anunciado da mesma forma.

Assim, a presente iniciativa vem sanar esta falha na legislação do Código de Defesa do Consumidor, que não prevê qualquer restrição para tal prática, promovendo assim a fixação de cartazes informativos o consumidor, para que o mesmo não seja lesado com a compra de um produto que está prestes a vencer.

Pelo exposto, solicito o apoio dos nobres Pares para aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 25 de outubro de 2007

Deputado **RAUL HENRY**
PMDB/PE

PROJETO DE LEI N.º 2.875, DE 2008

(Do Sr. Antonio Bulhões)

Acrescenta o art. 31-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para obrigar estabelecimentos comerciais a informar a data de validade dos produtos em promoção.

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

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei obriga estabelecimentos comerciais a informar a data de validade dos produtos em promoção, acrescentando o art. 31-A à Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

Art. 2º Fica acrescido, à Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, o art. 31-A, com a seguinte redação:

“Art. 31-A. Os estabelecimentos comerciais deverão informar, de forma ostensiva, em impressos adequados, a data de validade dos produtos em promoção.

§ 1º Havendo mais de um item do mesmo produto, deverá ser informada, pelo menos, a data de validade do item mais próxima de expirar.

§ 2º A informação sobre a data de validade não poderá ser menor que 70% em relação ao anúncio do preço promocional. (NR)”

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

JUSTIFICAÇÃO

Muitas vezes, hipermercados, supermercados e estabelecimentos congêneres realizam promoções no sentido de diminuir os estoques de produtos com prazos de validade próximos de expirar.

Essa prática não é condenável, na medida em que pode vir a atender aos interesses econômicos de consumidores, principalmente daqueles com menor poder aquisitivo, que necessitam comprar produtos com preços mais acessíveis.

Contudo, essas promoções podem induzir o consumidor a adquirir erroneamente produtos que, em curto espaço de tempo, tornam-se impróprios ao uso ou consumo. Para que isso não ocorra, este projeto de lei cria o dever de os estabelecimentos comerciais informar, de forma ostensiva, em impressos adequados, a data de validade dos produtos em promoção.

Se houver mais de um item do mesmo produto, deverá ser informada, ao menos, a data de validade do item mais próximo de expirar, que não poderá ser menor que 70% em relação ao anúncio do preço promocional.

Cumprir lembrar que o descumprimento das normas de defesa do consumidor acarreta as penalidades já previstas no Código. Por essa razão, torna-se desnecessário acrescentar neste projeto de lei quaisquer dispositivos nesse sentido.

Espera-se que, com esta proposição, o consumidor possa adquirir, de forma consciente, produtos em promoção.

Dessa forma, peço o apoio dos nobres Pares para a aprovação deste projeto de lei, que tem como objetivo aprimorar a nossa legislação no que se refere à proteção do consumidor.

Sala das Sessões, em 25 de fevereiro de 2008.

Deputado ANTÔNIO BULHÕES

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI
--

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a Proteção do Consumidor e dá outras providências.

TÍTULO I

DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO V

DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

SEÇÃO II

Da Oferta

.....

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

.....

.....

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

I - RELATÓRIO

A proposição em epígrafe pretende regulamentar as promoções de venda de produtos em supermercados e estabelecimentos afins, para evitar que o consumidor adquira, sem perceber, produtos com prazo de validade prestes a vencer. O projeto de lei também prevê sanções de advertência e multa aos infratores.

De acordo com o Autor, é comum os supermercados colocarem em promoção produto cujo prazo de validade está prestes a vencer. Dessa forma, buscam acelerar as vendas desses produtos, pois em poucos dias não mais poderão ser vendidos e causarão prejuízo à empresa. Ainda de acordo com o Autor, esse tipo de promoção, ao deixar de evidenciar esse fato relevante, prejudica o consumidor.

A proposição apensada pretende acrescentar artigo à Lei nº 8.078, de 1990, para, igualmente, regulamentar as promoções de venda em supermercados e estabelecimentos afins, de modo a evitar que o consumidor seja induzido a adquirir inadvertidamente produto com prazo de validade já próximo do vencimento.

Dentro do prazo regimental, não foram apresentadas emendas às proposições.

II - VOTO DO RELATOR

A venda de mercadorias a preços abaixo do normal para renovação dos estoques, é prática habitual e tradicional no comércio. Entendemos ser uma prática legítima, inclusive quando o comerciante oferece o produto por preço inferior ao usual, devido estar com o prazo de validade prestes a vencer.

Entretanto, julgamos imprescindível eliminar qualquer possibilidade de que esse tipo de promoção possa induzir o consumidor em erro. Em outras palavras, é absolutamente necessário que ele tenha plena consciência de que o produto que está adquirindo está com o prazo de validade prestes a vencer. Caso contrário, quando for consumi-lo, será obrigado a jogá-lo no lixo, por que já estará vencido.

Embora o artigo 31 da Lei nº 8.078, de 1990, obrigue todos os produtos a apresentarem informação clara e ostensiva sobre seu prazo de validade, entendemos que o consumidor pode ser induzido em erro devido à omissão de informações nas mensagens de caráter publicitário.

Por exemplo, o supermercado faz uma promoção relâmpago de leite longa vida; o leite é anunciado com 70% de desconto e o cliente deve efetuar a compra em, no máximo, cinco minutos, findos os quais termina a promoção. Entretanto, o supermercado não informa ao consumidor que o prazo de validade daquele leite “longa vida” expirará em uma semana.

O exemplo acima ilustra como uma política de marketing ardilosa pode induzir o consumidor em erro. Em primeiro lugar, limita-se o tempo da promoção, o que retira do consumidor a oportunidade de refletir e verificar com calma o prazo de validade do produto. Em segundo lugar, mediante a omissão da informação de que o prazo de validade está prestes a vencer, induz-se o consumidor em erro, pois este, legitimamente, espera que um leite longa vida dure pelo menos dois ou três meses.

Portanto, concordamos com os Autores das proposições em tela a respeito da necessidade de regulamentar a promoção de venda de produtos que estejam com o prazo de validade quase expirado, pois, apesar da obrigatoriedade legal já existente, de que os produtos ostentem seu prazo de validade estampado na embalagem, surgem novas práticas de marketing que tem o potencial de induzir o consumidor em erro e tornam imprescindível atualizar a legislação de defesa do consumidor.

Nesse sentido, as proposições em tela têm o elevado mérito de propor regulamentação que evite que o consumidor seja prejudicado por promoções de venda maliciosas, que possam induzi-lo em erro a respeito do prazo de validade do produto. Entretanto, elas divergem quanto à forma de se atingir tal objetivo.

O PL nº 2.298, de 2007, propõe uma lei dispondo que o supermercado ou estabelecimento afim, divulgue o prazo de validade do produto alvo de promoção, com a mesma intensidade e mediante o mesmo meio de comunicação utilizado na promoção. Por exemplo, se a promoção é feita por alto-falante, o prazo de validade deve ser divulgado também por alto-falante.

O PL nº 2.875, de 2008, por sua vez, propõe o acréscimo de um artigo à Lei nº 8.078, de 1990, para obrigar o estabelecimento a informar o prazo de validade ao consumidor, de forma ostensiva e em impressos adequados, de tamanho não inferior a 70% do tamanho do anúncio promocional.

Entendemos que ambos os projetos de lei têm elevado mérito, pois sua meta é aumentar o nível de informação do consumidor, inibir as promoções de venda baseadas na sua indução em erro, bem como atualizar e fazer avançar a legislação consumerista, no sentido de reprimir as novas modalidades de abusos praticados contra o consumidor.

No entanto, parece-nos mais adequado regulamentar tal matéria em lei específica - pois se pretende disciplinar um tipo particular de promoção de vendas -, do que alterar o texto do Código de Defesa do Consumidor, posto que é da natureza dos códigos ser geral e abrangente, e não tratar de situações particulares.

De outra parte, julgamos que a divulgação da data terminativa da validade do produto, deve ser feita com o mesmo destaque e pelo mesmo meio de comunicação utilizado para divulgar a promoção, porque, assim, será mais efetiva e mais útil ao consumidor do que a divulgação feita apenas por impressos, conforme previsto no PL nº 2.875, de 2008.

Pelas razões aqui expostas, nosso voto é pela rejeição do Projeto de Lei nº 2.875, de 2008 e pela aprovação do Projeto de Lei nº 2.298, de 2007.

Sala da Comissão, em 07 de maio de 2008.

Deputado LEO ALCÂNTARA
Relator

COMPLEMENTAÇÃO DE VOTO

Em reunião da Comissão de Defesa do Consumidor, realizada hoje, durante a discussão do parecer aos PLs nºs 2.298, de 2007, e 2.875/2008, apensado, o nobre Deputado Celso Russomanno sugeriu alterar a redação do art. 3º do Projeto de Lei 2.298/2007, substituindo a sanção imposta em caso de descumprimento da lei pela contida nos artigos 56 e 57 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor.

Por tratar-se de alteração que aperfeiçoa a redação do texto da proposição, achei por bem acatá-la.

Voto, portanto, pela aprovação do Projeto de Lei nº 2.298, de 2007, com a emenda anexa, e pela rejeição do Projeto de Lei nº 2.875/2008, apensado.

Sala da Comissão, em 4 de junho de 2008.

Deputado LEO ALCÂNTARA
Relator

EMENDA

Dê-se ao art. 3º do Projeto de Lei nº 2.298, de 2007, a seguinte redação:

“Art. 3º O descumprimento desta Lei sujeitará o infrator às sanções previstas nos artigos 56 e 57 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor”.

Sala da Comissão, em 4 de junho de 2008.

Deputado LEO ALCÂNTARA
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou, unanimemente, com emenda, o Projeto de Lei nº 2.298/2007, e rejeitou o Projeto de Lei nº 2.875/2008, apensado, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Leo Alcântara, que apresentou complementação de voto.

Estiveram presentes os Senhores Deputados

Vital do Rêgo Filho, Presidente; Antônio Cruz, Walter Ihoshi e Laerte Bessa - Vice-Presidentes; Barbosa Neto, Celso Russomanno, Chico Lopes, Dr. Nechar, Jefferson Campos, João Carlos Bacelar, José Carlos Araújo, Júlio Delgado, Leo Alcântara, Luciana Costa, Luiz Bassuma, Luiz Bittencourt, Vinicius Carvalho, Max Rosenmann, Nilmar Ruiz e Renato Amary.

Sala da Comissão, em 4 de junho de 2008.

Deputado VITAL DO RÊGO FILHO
Presidente

FIM DO DOCUMENTO
