

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 2.298, DE 2007

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.

Autor: Deputado RAUL HENRY

Relatora: Deputada TONHA MAGALHÃES

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 produtos cujo prazo de validade está prestes a vencer. Dessa forma, aceleram 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 o fato de que o prazo de validade está prestes a vencer, prejudica o consumidor.

Dentro do prazo regimental, não foram apresentadas emendas à proposição.

II - VOTO DA RELATORA

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

Entretanto, julgamos imprescindível eliminar qualquer possibilidade de que uma promoção desse tipo 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 já estar 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 a omissões 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, 5 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 maliciosa por parte do fornecedor 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, ilude o consumidor, que espera legitimamente que um leite longa vida dure, pelo menos, dois ou três meses.

Dessa forma, concordamos com Autor da matéria e acreditamos que, apesar da obrigatoriedade já existente de que os produtos ostentem seu prazo de validade estampado na embalagem, é absolutamente necessário estabelecer a obrigação adicional de que o fornecedor informe a condição especial desses produtos, que estão com o prazo de validade prestes a vencer, com o mesmo destaque e utilizando-se do mesmo meio de comunicação utilizado na divulgação da promoção, sempre que o alvo da promoção forem produtos com prazo de validade prestes a vencer.

Temos convicção que a adoção das medidas constantes na proposição em análise será simples e não onerará o fornecedor, assim como proporcionará uma proteção efetiva e eficiente ao consumidor.

Entendemos que o projeto de lei sob apreciação tem elevado mérito, pois aumenta o nível de informação do consumidor, inibe as promoções de venda baseadas na indução do consumidor em erro, bem como atualiza e faz avançar a legislação de defesa do consumidor, no sentido de reprimir as novas modalidades de abusos praticados contra o consumidor.

Pelas razões até aqui expostas, nosso voto é pela aprovação do Projeto de Lei nº 2.298, de 2007.

Sala da Comissão, em de de 2008.

Deputada TONHA MAGALHÃES
Relatora