



# PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

## SECRETARIA MUNICIPAL DE JUSTIÇA PROCON PAULISTANO

Viaduto do Chá, 15, 10º Andar - Bairro Sé - São Paulo/SP - CEP 01002-000  
Telefone:

**Nota Técnica SMJ/PROCON/G 030916113**

**PROCESSO Nº 6075.2020/0000144-3**

### NOTA TÉCNICA 02/2020 – PROCON/SMJ

#### **Interessados: Distribuidores e postos de Combustíveis**

#### **1. Introdução**

O PROCON Cidade de São Paulo, no exercício de suas atribuições legais de dinâmica pela sadia relação de consumo, imbuído de sua missão institucional de proteção e defesa do consumidor, conquanto integrante do SNDC – Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, expede a presente Nota Técnica, com vistas à melhoria do mercado de consumo e adequação das irregularidades às balizas legais que lhe são atinentes.

Com efeito, consoante Princípio da Educação e Informação de fornecedores e consumidores quanto aos seus direitos e deveres (Artigo 4º, Inciso I e IV da Lei 8.078/1990), mas, especialmente, com vistas aos direitos básicos do consumidor, de patamar mínimo obrigatório, no que diz respeito à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços e preço, bem como à proteção contra a publicidade enganosa e a efetiva prevenção de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos, torna-se adequado esclarecer e dar publicidade à constatação de irregularidade hodierna, largamente praticada no mercado de consumo por distribuidores de combustíveis e derivados de petróleo, bem como seus revendedores, tendo por base as seguintes considerações:

O contexto comercial dos postos de combustíveis retrata ter se difundido a instalação de *banners*, cartazes, cavaletes, *totens* e afins, com menção a preços atrativos ao consumidor, de forma ostensiva, conquanto, mormente sinalize, de forma destacada, valor abaixo do praticado nas bombas.

Referidos informes, por vezes nada mencionam, além do valor vantajoso e do produto correspondente (gasolina, diesel, gás ou etanol, a título de exemplificação); por outras mencionam em letras diminutas a limitação da oferta, de modo que os valores atrativos, de fato, sejam aplicados somente aos usuários dos respectivos aplicativos, e/ou,

somente aos cadastrados nas respectivas redes distribuidoras, de outra feita, a limitação chega a prever efetivação do preço atrativo restrito a certos horários ou dias da semana.

A par disso, qualquer que seja a peculiaridade do informe publicitário, a prática traduz comum forma convidativa (em verdade prática abusiva) de chamariz ao consumidor, inculcando-lhe a ideia de que nesses estabelecimentos o valor praticado seria corriqueiramente o mais vantajoso.

Ocorre, porém, que o consumidor, atraído pela Oferta, já às vias de abastecer, ou após o abastecimento, é surpreendido pelo valor da bomba superior ao informado na oferta publicitária, ao passo que, sobretudo, a fornecedora busca amparo nas insertas letras diminutas constantes nos informes, arrogando-se no direito de cobrar o preço a maior ao consumidor.

Assim, a despeito da disseminação de referida prática comercial, oportuno se faz, rememorar as balizas que permeiam e delimitam as condutas do mercado, de maneira a resguardar, inexoravelmente, a boa-fé na relação de consumo, tendo-se por pressuposto, o fato de que a coletividade de consumidores está sendo induzida a erro, em vista da equivocada estratégia de marketing, praticada por meio dos anúncios publicitários.

## 2. Análise

Ante ao contexto delineado, constata-se violação à higidez das relações consumeristas, sem pretensão de exaurimento, aos seguintes dispositivos da Lei 8.078/1990:

**Art. 6º** São direitos básicos do consumidor:

(...)

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

(...)

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

Outrossim, considerando que nos termos do Capítulo V – Das Práticas Comerciais, o Código de Defesa do Consumidor regulamenta a Oferta e a Publicidade, verifica-se a necessidade de adequação das condutas às medidas legais:

**Art. 30.** Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

**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. 36.** A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

**Art. 37.** É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, **capaz de induzir em erro** o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

(...)

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa **por omissão** quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

Não obstante a proteção legal ao consumidor contra as cláusulas abusivas lhe confira os seguintes direitos:

**Art. 35.** Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

Finalmente, considerando que aos casos análogos ao em testilha, a Lei Federal 10.962/2004 prevê, de forma específica, a aplicação do preço mais vantajoso ao consumidor:

**Art. 5º** No caso de divergência de preços para o mesmo produto entre os sistemas de informação de preços utilizados pelo estabelecimento, o consumidor pagará o menor dentre eles.

**Art. 5º-A** O fornecedor deve informar, em local e formato visíveis ao consumidor, eventuais descontos oferecidos em função do prazo ou do instrumento de pagamento utilizado.

Parágrafo único. Aplicam-se às infrações a este artigo as sanções previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Isto posto, estando constatadas as irregularidades mencionadas, resta como dever a adequação dos informes publicitários, à informação de forma clara e ostensiva.

### 3. CONCLUSÃO

Diante do cenário exposto, vez configuradas irregularidades nas condutas, fica **determinada** a todos os distribuidores de combustível (postos de revenda) do Município de São Paulo, a imposição dos dispositivos legais acima delineados, com **a imediata adequação dos informes de preço**, de modo a **ostentar ao consumidor de forma destacada e com fonte diferenciada, em tamanho maior, o valor de bomba e, em menor proporção, o referente à oferta ou promoção**, destarte, conferindo ao cidadão de mediana cognição, a imediata interpretação do quantum a ser despendido para a aquisição do produto, sendo que:

Os fornecedores que promovem preço vantajoso, de forma ostensiva, entretanto, DIMINUTA e limitam o benefício a dado evento (dia da semana e horários de baixo fluxo), ou à determinada categoria de consumidores e/ou afins (possuidores de aplicativos), **deverão adequar a formatação da fonte, que deve ser clara e facilmente compreensível para as informações, de modo a facilitar, em primeiro plano de visualização, o preço regularmente praticado e, em segundo, a restrição, no que se refere à vantagem.**

Finalmente, ressalta-se que a inobservância das respectivas diretrizes ensejará a instauração de procedimento administrativo contra o fornecedor infrator, que ficará sujeito às sanções previstas no artigo 56 da Lei 8.078/1990, dentre as quais pena de multa pecuniária, sem prejuízo das implicações penais previstas nos artigos 66 e 67, do mesmo Dispositivo Legal, bem como do artigo 33, § 2º do Dec. 2.181/97.

Dê-se ciência à Agência Nacional do Petróleo – ANP.

Publique-se.

São Paulo, 07 de julho de 2020.

**NATÁLIA GIACON DECARO**

Assessora Especial II

PROCON Cidade de São Paulo/SMJ

**MARCO ANTONIO RIBEIRO DA SILVA**

Coordenador do PROCON Cidade de São Paulo/SMJ



Documento assinado eletronicamente por **Marco Antonio Ribeiro da Silva, Coordenador(a)**, em 15/07/2020, às 10:57, conforme art. 49 da Lei Municipal 14.141/2006 e art. 8º, inciso I do Decreto 55.838/2015



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <http://processos.prefeitura.sp.gov.br>, informando o código verificador **030916113** e o código CRC **147B1E1C**.