

PROJETO DE LEI Nº 258, DE 2014

Dispõe sobre a obrigatoriedade de todos os fornecedores de serviços prestados de forma contínua estenderem o benefício de novas promoções aos clientes pré-existentes

A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO DECRETA:

Artigo 1º Ficam os fornecedores de serviços prestados de forma contínua obrigados a conceder a seus clientes pré-existentes os mesmos benefícios de promoções posteriormente realizadas.

Parágrafo único – Para os efeitos desta lei, enquadram-se na classificação de prestadores de serviços contínuos, dentre outros:

- 1 - concessionárias de serviço telefônico, energia elétrica, água, gás e outros serviços essenciais;
- 2 - operadoras de TV por assinatura;
- 3 - provedores de internet;
- 4 - operadoras de planos de saúde;
- 5 - serviço privado de educação
- 6 - outros serviços prestados de forma contínua aos consumidores.

Artigo 2º - A extensão do benefício de promoções realizadas pelas empresas prestadoras de serviço a seus antigos clientes será automática, a partir do lançamento da promoção, sem distinção fundada na data de adesão ou qualquer outra forma de discriminação dentro da área geográfica da oferta.

Artigo 3º - O fornecedor de serviço que não cumprir o disposto nesta lei ficará sujeito às seguintes sanções:

- I – multa de 10 (dez) a 1.000 (mil) UFESP's, para cada cliente anterior à promoção não beneficiado pela promoção lançada;
- II – multa em dobro e cassação da inscrição estadual, em caso de reincidência.

Artigo 4º - A fiscalização desta lei ficará a cargo da Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor – PROCON/SP, que poderá firmar convênios com os Municípios para o mesmo fim.

Artigo 5º Esta lei entra em vigor 60 (sessenta dias) a contar de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

A proteção e defesa do consumidor não se resumem à edição do festejado Código de Defesa do Consumidor, norma fundamental a assegurar os direitos básicos do consumidor, parte mais vulnerável na chamada relação de consumo. O Estado pode e deve intervir para assegurar ainda mais direitos aos consumidores, sobretudo quando as práticas correntes no mercado buscam minimizar tais direitos, sendo que a competência legislativa da matéria é concorrente, consoante o disposto nas constituições federal e estadual. A competência privativa do Congresso Nacional se restringiu à edição do Código de Defesa do Consumidor, nos termos do art. 48 da Constituição Federal, o que fora observado com a publicação da Lei Federal 8078/1990.

A vulnerabilidade do consumidor se mostra patente quando empresas prestadoras de serviço lançam com grande alarde promoções imperdíveis para captar novos clientes, simplesmente ignorando a existência dos consumidores angariados no passado, muitas vezes com fidelizações por determinado período de tempo. Ao procurarem as empresas para ver os benefícios de novas promoções serem estendidos aos antigos clientes, as respostas ouvidas pelos consumidores são invariavelmente negativas, sempre com as mais infundadas justificativas, como as de que o pacote adquirido pelo cliente antigo é diferente da promoção lançada ou de que o “sistema” da companhia não permite estender o benefício de promoções a antigos clientes. Ora, é dever do fornecedor de serviços atender satisfatoriamente a todos os seus consumidores, mormente após a assinatura do contrato de prestação de serviço, não podendo o consumidor ser reduzido a apenas um número na planilha de contabilidade dessas empresas. Nesse sentido, a garantia dos benefícios de novas promoções a antigos clientes deve ser uma imposição legal aos prestadores de serviços prestados de maneira contínua, como forma de

assegurar minimamente o direito de isonomia entre os vários consumidores de uma empresa.

A obrigação imposta será automática, além de a norma proposta entrar em vigor 60 (sessenta dias) a contar de sua publicação, tempo suficiente para divulgação e adaptação das empresas à nova realidade.

Aliás, a propositura ora apresentada acabou coincidentemente sendo matéria de normatização da ANATEL para os serviços de telecomunicações, em recente resolução publicada por aquele órgão, a de nº 632/2014. Um dos dispositivos da referida norma diz o seguinte:

Art. 46 Todas as ofertas, inclusive de caráter promocional, devem estar disponíveis para contratação por todos os interessados, inclusive já Consumidores da Prestadora, sem distinção fundada na data de adesão ou qualquer outra forma de discriminação dentro da área geográfica da oferta.

O projeto de lei apresentado por este parlamentar, por seu turno, é mais abrangente, por envolver outros serviços essenciais além dos previstos na resolução da ANATEL, exclusivos para os serviços de telecomunicações, e ainda possuirá caráter mais perene e eficaz, por se tratar de uma lei a ser aprovada por esta Casa.

Face ao exposto, e tendo em vista a relevância da matéria, contamos com o apoio irrestrito dos nobres Pares.

Sala das Sessões, em 19/03/14.

a) Alencar Santana Braga - PT