

Obriga os hipermercados, supermercados, minimercados e estabelecimentos congêneres a divulgarem em destaque a data de vencimento dos produtos incluídos em todas as promoções especiais lançadas por estes estabelecimentos, no âmbito do Estado de Mato Grosso e dá outras providências.

Objetivo da Proposição:

De autoria da Deputado Wilson Santos, a Proposição tem por escopo criar a obrigação dos hipermercados, supermercados, minimercados e estabelecimentos congêneres de expor de forma destacada, através de cartazes afixados em locais de fácil visualização, a data de validade dos produtos que fizerem parte de promoções especiais e ou relâmpagos feitas em suas dependências.

Posição da FECOMÉRCIO/MT: DIVERGENTE

Fundamentos:

A proposição, como se observa, visa tornar obrigatória que os hipermercados, supermercados, minimercados e estabelecimentos congêneres em funcionamento expor de forma

destacada, através de cartazes afixados em locais de fácil visualização, a data de validade dos produtos que fizerem parte de promoções.

De acordo com o Autor, é comum os supermercados colocarem em promoção produtos cujo prazo de validade está prestes a vencer. Dessa forma permitirá ao consumidor ter ciência de que está a escolher produto que, em breve, não será mais recomendado para consumo pelo próprio fabricante.

Outrossim, dispõe que o descumprimento dessa lei culminará na aplicação das 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; II – multa equivalente a 100 (cem) vezes o valor unitário do produto objeto da promoção, na primeira incidência; 1 Projeto de lei - 86v9fom3 Estado de Mato Grosso Assembleia Legislativa III – multa equivalente a 150 (cento e cinquenta) vezes o valor unitário do produto objeto da promoção, na primeira reincidência; IV – multa equivalente a 250 (duzentos e cinquenta) vezes o valor unitário do produto objeto da promoção, na segunda reincidência; V – multa equivalente a 350 (trezentos e cinquenta) vezes o valor unitário do produto objeto da promoção, na terceira reincidência;

Pois bem. Embora louvável o objeto perseguido com a presente proposição, na medida de trazer à baila a preocupação com produtos de validades prestes a vencer, que pode vir a ser prejudicial ao consumidor, temos que a referida propositura não merece prosperar em sua totalidade.

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.

Ademais, por imposição legal, a menção quanto ao prazo de validade já deve existir em todos os produtos comercializados no Brasil (art. 31 do CDC), justamente para que se preserve o direito básico dos consumidores à vida, saúde e segurança contra riscos provocados por práticas de fornecimento de produtos ou serviços no mercado de consumo (art. 6º, I5 do CDC).

Assim, as exigências propostas no Projeto de Lei em apreço já se encontram regulamentada no artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor, vejamos:

“ 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. ”

É cediço que o legislador deve ter em mente sempre a proteção efetiva do Consumidor final da cadeia de consumo, mas regulando tão somente quanto a aspectos que possam ser nocivas aos interesses deste, **sem com isto criar dificuldades para as promoções que todos sabemos ser interessantes.**

As campanhas promocionais buscam a fidelização de clientes, a satisfação destes e, como é claro, a venda de estoques.

Portanto, a fim de não cercear a realização de promoções comuns, nem as promoções especiais, não devemos estabelecer condutas que dificultem esta prática. As dificuldades poderiam, ao final, prejudicar diretamente o Comércio que já segue as normas estabelecidas em lei.

Conclusão:

Diante de todo o exposto, a Fecomércio - MT se posiciona de forma **divergente** **ao PL 1205/2021** por entender que essa determinação já se encontra regulamentada em lei.

Atenciosamente,

IGOR CUNHA

Superintendente da Fecomércio MT