Fecomércio MT

CNC Sesc Senac

Sindicatos | IPF

CÓPIA

CARTA FECOMÉRCIO/MT Nº 76/2026 - RENALEGIS. Cuiabá/MT, 14 de Setembro de 2026.

Secretaria Parlamentar da Mesa Diretora
Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso - ALMT
NESTA

Assunto: Encaminhamento da Nota Técnica nº. **75/2026** que dispõe de manifestação **DIVERGENTE** desta Entidade ao Projeto de Lei nº. **1015/2026** de autoria do Dep. Wilson Santos.

Excelentíssimos Senhores,

Ao tempo em que cumprimentamo-os pelos relevantes trabalhos realizados a frente dessa respeitável **Secretaria,** servimo-nos da presente para encaminhar a Vossas Senhorias a **Nota Técnica de nº. 75/2026** (doc. anexo), desta Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Mato Grosso – FECOMÉRCIO-MT, com manifestação **DIVERGENTE** ao **Projeto de Lei nº. 1015/2026,** de autoria do Deputado Wilson Santos, cuja ementa "**Dispõe sobre normas de transparência na diferenciação de preços de bens e serviços em razão da forma de pagamento, no âmbito do Estado de Mato Grosso, e dá outras providências.**"

Sem mais para o momento, elevamos nossos votos de estima e consideração.

Atenciosamente,

SEBASTIÃO DOS REIS GONÇALVES
Presidente do Sistema Fecomércio | SESC | SENAC | IPF - MT

RECEBIDO
SPMD
Data: 14 / 09 / 26
Horário

Assessoria Legislativa da Fecomércio - MT

Nota Técnica nº 75/2026 PL 1015/2026 08/09/2026

Dispõe sobre normas de transparência na diferenciação de preços de bens e serviços em razão da forma de pagamento, no âmbito do Estado de Mato Grosso, e dá outras providências.

Objetivo da Proposição:

A proposição, de autoria do Deputado Estadual Wilson Santos, tem por objetivo estabelecer normas de transparência nas relações de consumo envolvendo a diferenciação de preços de bens e serviços em razão da forma de pagamento.

Nos termos do art. 2º da proposição, o fornecedor que praticar preços diferenciados deverá informar ao consumidor, de maneira clara, ostensiva e previamente à contratação, o preço aplicável a cada modalidade de pagamento, eventual percentual de desconto ou acréscimo e as condições necessárias para obtenção do preço anunciado.

Embora seja legítima a preocupação do legislador com a transparência e a adequada informação ao consumidor, verifica-se que as obrigações pretendidas pelo Projeto já encontram disciplina suficiente na legislação, especialmente no Código de Defesa do Consumidor – Lei Federal nº 8.078/1990, razão pela qual a proposição se mostra desnecessária.

Posição da FECOMÉRCIO/MT: **DIVERGENTE**

Fundamentos:

1. DA SUFICIÊNCIA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O principal fundamento para a divergência em relação à proposição reside no fato de que o Código de Defesa do Consumidor já estabelece, de maneira ampla, o dever de informação que o Projeto pretende assegurar.

O art. 6º, inciso III, do CDC reconhece como direito básico do consumidor:

> ***"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."***

O dispositivo estabelece verdadeiro dever geral de transparência nas relações de consumo. Assim, o consumidor já possui direito legalmente assegurado de conhecer, antes da contratação, de forma clara e adequada, o preço do produto ou serviço e as condições relevantes para sua aquisição.

Essa proteção é complementada pelo **art. 31 do CDC**, segundo o qual a oferta e a apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações **corretas, claras, precisas e ostensivas**, inclusive quanto ao preço. Desse modo, a essência dos arts. 2º e 3º do Projeto de Lei – informação clara, ostensiva e prévia acerca do preço e das condições de pagamento – **já decorre diretamente da legislação consumerista federal**.

Não se trata, portanto, de matéria atualmente desprovida de regulamentação. Ao contrário, existe um sistema normativo consolidado que impõe ao fornecedor o dever de prestar informações suficientes para que o consumidor exerça sua liberdade de escolha de maneira consciente.

2. DA VINCULAÇÃO DO FORNECEDOR À OFERTA

O Código de Defesa do Consumidor também disciplina de maneira expressa os efeitos jurídicos das informações e ofertas divulgadas pelos fornecedores.

Conforme dispõe o **art. 30 do CDC**, toda informação ou publicidade suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação, **obriga o fornecedor que a fizer veicular e integra o contrato que vier a ser celebrado**.

Isso significa que o fornecedor não pode anunciar determinado preço e, somente no momento do pagamento, apresentar condição substancial não informada anteriormente para que o consumidor tenha acesso àquele valor.

Caso um estabelecimento anuncie determinado produto por um preço promocional, mas omita que aquele valor somente é válido para uma modalidade específica de pagamento, a legislação consumerista **já oferece instrumentos para responsabilização do fornecedor**, independentemente da existência do PL nº 1015/2026.

O próprio **art. 35 do CDC** assegura ao consumidor mecanismos diante da recusa do fornecedor em cumprir a oferta, permitindo, conforme o caso, exigir o cumprimento forçado da obrigação, aceitar produto ou serviço equivalente ou rescindir o contrato com restituição da quantia eventualmente antecipada e perdas e danos.

Portanto, a legislação vigente não apenas exige transparência, como também estabelece **consequências concretas para o descumprimento da oferta**.

3. DA VEDAÇÃO À PUBLICIDADE ENGANOSA

Também merece destaque o fato de que o art. 4º do Projeto pretende vedar a divulgação de preço promocional quando as condições necessárias para sua obtenção não estiverem apresentadas de forma clara e imediatamente perceptível ao consumidor.

Entretanto, essa situação já é alcançada pelo **art. 37 do Código de Defesa do Consumidor**, que proíbe toda publicidade enganosa ou abusiva.

O **§ 1º do art. 37** considera enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação publicitária inteira ou parcialmente falsa, ou que, **por qualquer outro modo, inclusive por omissão, seja capaz de induzir o consumidor em erro**, inclusive quanto ao preço e às características do produto ou serviço. Mais especificamente, o **§ 3º do mesmo artigo** caracteriza como enganosa por omissão a publicidade que deixa de informar dado essencial do produto ou serviço.

Assim, anunciar determinado preço em destaque e ocultar, dificultar ou não apresentar adequadamente uma condição essencial para sua obtenção **já pode configurar prática vedada pela legislação consumerista**.

Logo, também sob esse aspecto, a proposição não parece preencher lacuna legislativa, mas reproduzir proteção já existente.

4. DA EXISTÊNCIA DE LEGISLAÇÃO FEDERAL ESPECÍFICA SOBRE DIFERENCIAÇÃO DE PREÇOS

A desnecessidade da proposição torna-se ainda mais evidente diante da existência da **Lei Federal nº 13.455/2017**, que trata especificamente da diferenciação de preços de bens e serviços oferecidos ao público em função do prazo ou do instrumento de pagamento utilizado.

Seu **art. 1º** autoriza expressamente a diferenciação de preços em função do prazo ou do instrumento de pagamento.

Mais relevante para a análise do presente Projeto é o **art. 2º da Lei nº 13.455/2017**, que determina que:

> ***"O fornecedor deve informar, em local e formato visíveis ao consumidor, eventuais descontos oferecidos em função do prazo ou do instrumento de pagamento utilizado."***

Portanto, existe norma federal específica impondo justamente o dever de transparência quanto à diferenciação de preços decorrente do instrumento de pagamento.

A comparação entre a legislação vigente e o conteúdo do PL evidencia significativa coincidência material: enquanto a Lei Federal nº 13.455/2017 determina que eventuais descontos relacionados ao instrumento de pagamento sejam informados de forma visível ao consumidor, o Projeto estadual pretende novamente exigir que o fornecedor apresente informações sobre preços diferenciados, descontos e condições relacionadas às modalidades de pagamento.

A proteção pretendida, portanto, **não está ausente do ordenamento jurídico**.

5. DA AUSÊNCIA DE LACUNA NORMATIVA

A justificativa da proposição afirma que a diferenciação de preços é admitida pelo ordenamento jurídico, mas que o consumidor precisa conhecer previamente as condições da contratação, uma vez que a falta de informação adequada pode induzi-lo a erro e dificultar a comparação entre produtos e serviços.

A premissa é correta. Contudo, é justamente para impedir essas situações que o ordenamento jurídico já estabelece:

a) direito básico à informação adequada e clara – **art. 6º, III, do CDC**;

b) vinculação do fornecedor à informação e à publicidade veiculadas – **art. 30 do CDC**;

c) obrigação de apresentação clara, correta, precisa e ostensiva das informações relativas ao preço – **art. 31 do CDC**;

d) mecanismos para exigir o cumprimento da oferta – **art. 35 do CDC**;

e) proibição da publicidade enganosa, inclusive por omissão – **art. 37, §§ 1º e 3º, do CDC**; e

f) obrigação específica de informar descontos decorrentes do prazo ou instrumento de pagamento – **art. 2º da Lei Federal nº 13.455/2017**.

Diante desse conjunto normativo, **não se identifica vazio legislativo que demande intervenção estadual específica**.

A edição de uma nova lei mostra-se mais justificável quando há situação concreta não adequadamente alcançada pelo ordenamento vigente ou peculiaridade regional que demande tratamento suplementar. No presente caso, contudo, as condutas que se pretende disciplinar já estão submetidas a regras gerais e específicas de âmbito nacional.

6. DA COMPETÊNCIA SUPLEMENTAR E DA NECESSIDADE DE EVITAR EXCESSO NORMATIVO

É certo que a Constituição Federal, em seu **art. 24, inciso V**, estabelece competência concorrente da União, dos Estados e do Distrito Federal para legislar sobre produção e consumo, fundamento inclusive mencionado na justificativa do próprio Projeto.

Contudo, a existência de competência legislativa **não significa que toda nova regulamentação seja necessária ou conveniente**.

A competência suplementar estadual deve ser exercida de forma racional, especialmente quando já existe legislação federal suficientemente abrangente sobre a matéria. A edição de sucessivas normas tratando das mesmas obrigações pode gerar fragmentação regulatória, dificuldades interpretativas e aumento desnecessário do volume de obrigações formais impostas aos agentes econômicos.

Nesse sentido, o ponto central da divergência **não precisa repousar sobre eventual impossibilidade constitucional de o Estado legislar**, mas, sobretudo, sobre a **ausência de necessidade material da nova disciplina**.

A própria proposição reconhece a existência da legislação de defesa do consumidor ao estabelecer, em seu art. 5º, que seu descumprimento sujeitará o infrator às sanções previstas na legislação de proteção e defesa do consumidor.

Esse aspecto reforça que o ordenamento já dispõe de **estrutura normativa e sancionatória própria** para coibir violações ao dever de informação.

7. DOS IMPACTOS DA SOBREPOSIÇÃO REGULATÓRIA SOBRE O SETOR PRODUTIVO

Além da desnecessidade jurídica, deve-se considerar o impacto prático da criação de novas obrigações regulatórias para comerciantes e prestadores de serviços.

Ainda que individualmente uma exigência possa parecer de simples cumprimento, a constante multiplicação de normas federais, estaduais e municipais sobre aspectos já disciplinados da atividade comercial contribui para aumentar o chamado **custo de conformidade**, exigindo dos estabelecimentos permanente acompanhamento e adaptação às diferentes regras incidentes sobre suas atividades.

Esse efeito é particularmente relevante para microempresas e empresas de pequeno porte, que dispõem de menor estrutura administrativa e jurídica para acompanhar alterações legislativas e adequar seus procedimentos internos.

A defesa do consumidor e a liberdade econômica não são valores incompatíveis. É possível assegurar elevado nível de proteção ao consumidor sem reproduzir obrigações já existentes ou ampliar desnecessariamente a complexidade regulatória.

No presente caso, o consumidor já dispõe de mecanismos legais para exigir informação adequada, cumprimento da oferta e responsabilização por publicidade enganosa. Assim, eventual problema relacionado ao descumprimento dessas obrigações deve ser enfrentado prioritariamente mediante **fiscalização e aplicação efetiva da legislação vigente**, e não necessariamente pela criação de uma nova lei reproduzindo deveres já estabelecidos.

8. CONCLUSÃO

Diante do exposto, embora se reconheça como legítima a finalidade de promover maior transparência nas relações de consumo, a Fecomércio/MT **manifesta-se DIVERGENTE ao**

Projeto de Lei nº 1015/2026, por entender que a proposição se mostra **desnecessária diante do arcabouço normativo atualmente vigente**.

As obrigações pretendidas pelo Projeto já encontram fundamento nos **arts. 6º, III; 30; 31; 35 e 37, §§ 1º e 3º, do Código de Defesa do Consumidor**, que asseguram o direito à informação adequada e clara, disciplinam a oferta, vinculam o fornecedor às condições anunciadas e vedam a publicidade enganosa, inclusive por omissão.

Atenciosamente,

SEBASTIÃO DOS REIS GONÇALVES
Presidente do Sistema Fecomércio | SESC | SENAC | IPF – MT

SAM DA MATA SAADEDDINE
Assistente Jurídico da Fecomércio – MT