



Parecer nº 50/2023/CDCC.

Referente ao Projeto de Lei nº 933/2023 que “*Dispõe sobre a obrigatoriedade de todos os fornecedores de serviços prestados de forma contínua estenderem o benefício de novas promoções aos clientes preexistentes.*”.

Autor: Deputado Fabinho.

Relator (a): Deputado (a) Sebastião Rezende

I – Relatório

O Projeto de Lei em tela foi recebido e registrado pela Secretaria de Serviços Legislativos em 22/03/2023. Posteriormente, foi inserido em pauta em 22/03/2023. Após, foi remetido à Secretaria Parlamentar da Mesa Diretora em 05/04/2023. O mesmo foi encaminhado ao Núcleo Econômico na data de 13/04/2023, bem como a esta Comissão.

Submete-se a esta Comissão, o Projeto de Lei nº 933/2023, de autoria do Deputado Fabinho, conforme delineado abaixo:

Projeto de Lei é composto:

*“Art. 1º Ficam os fornecedores de serviços prestados de forma contínua, obrigados a conceder aos seus clientes preexistentes 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:*

I - Concessionárias de serviço telefônico, energia elétrica, água, gás e outros serviços essenciais;

II - Operadoras de TV por assinatura;

III - Provedores de internet;

IV - Operadoras de planos de saúde;

V - Serviço privado de educação;

VI - Academias de ginástica, centros de condicionamento físico, clubes, centros esportivos e estabelecimentos similares;

VII - Outros serviços prestados de forma contínua aos consumidores.

Art. 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.

Art. 3º O fornecedor de serviço que não cumprir o disposto nesta lei ficará sujeito às sanções administrativas previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação
”

O autor assim justifica:

“Quando o fornecedor for oferecer alguma nova promoção na praça, o mesmo benefício deve ser posto ao conhecimento de quem já era assinante dos serviços, dentro da perspectiva de proteção ao consumo conferida pelo texto constitucional, ou seja, a futura norma jurídica possuirá carácter informativo e facultativo, competindo ao consumidor preexistente verificar se o serviço lhe será mais vantajoso ou não”

Após, os autos foram encaminhados a esta Comissão para a emissão de parecer quanto ao mérito.

É o relatório.

II – Análise

Cabe a esta Comissão, dar parecer a todos os projetos que abordem os temas contidos no Art.369, inciso X, alíneas “a” a “i”, do Regimento Interno.

No que diz respeito à tramitação e abordagem do tema, o Regimento Interno antevê dois casos: no primeiro, verifica-se a existência de lei que trate especificamente do tema abordado, se confirmada o projeto será prejudicado. No segundo, a existência de projetos semelhantes tramitando, se houver, a propositura deverá ser apensada.

Segundo pesquisas realizadas, não foi encontrada nenhuma propositura em tramite referente ao mesmo tema. Isso significa a inexistência de obstáculo regimental ao prosseguimento da proposta de lei.

Sob o enfoque da análise por mérito, a propositura pode ser avaliada mediante três aspectos: oportunidade, conveniência e relevância social.

O presente Projeto de Lei tem como objetivo obrigar os fornecedores de serviços prestados de forma contínua a oferecer aos seus clientes os mesmos benefícios de promoções posteriormente realizadas.



Sobre o Projeto de Lei 933/2023, podemos afirmar que algumas empresas ao lançar promoções para conquistar novos consumidores acabam deixando de lado os clientes antigos. Quando os consumidores procuram as empresas para se informar ou mesmo aderirem às novas promoções, as respostas geralmente são negativas e infundadas. A mais comum é de que o sistema da operadora não estende o benefício destas promoções aos antigos clientes.

O objetivo pretendido é considerável e de extrema importância para a defesa dos interesses dos consumidores matogrossenses.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) em seu art. 4º, III, assim preceitua:

“Art. 4º. A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito a sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores.”

Oferecer novas promoções aos clientes antigos pode ter várias vantagens para os fornecedores de serviços prestados de forma contínua. Algumas dessas vantagens incluem:

1. Fidelização de clientes: Ao oferecer promoções exclusivas aos clientes antigos, as empresas podem demonstrar que valorizam a lealdade de seus clientes e incentivá-los a continuar usando seus serviços.
2. Redução da rotatividade de clientes: Quando os clientes recebem ofertas atraentes, eles são menos propensos a mudar para outra empresa que ofereça serviços semelhantes.
3. Redução dos custos de aquisição de novos clientes: É geralmente mais caro atrair e conquistar novos clientes do que manter os antigos. Oferecer promoções aos clientes antigos pode, portanto, ajudar a reduzir os custos de aquisição de novos clientes.
4. Aumento do valor da vida útil do cliente: Quando os clientes estão satisfeitos com o serviço e continuam a usar os serviços da empresa, o valor da vida útil do cliente aumenta. Isso pode ser benéfico para a empresa a longo prazo, já que os clientes leais tendem a gastar mais dinheiro ao longo do tempo.



5. Geração de indicações: Clientes satisfeitos tendem a indicar os serviços da empresa a amigos e familiares. Oferecer promoções aos clientes antigos pode, portanto, gerar indicações valiosas para a empresa.

Em resumo, oferecer novas promoções aos clientes antigos pode ser uma estratégia eficaz para manter a base de clientes e gerar indicações, além de reduzir custos de aquisição de novos clientes e aumentar o valor da vida útil do cliente.

Por derradeiro, esta Relatoria recomenda que tal iniciativa prospere, pois restou demonstrado os requisitos quanto ao mérito.

É o parecer.



ALMT
Assembleia Legislativa

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO
Secretaria Parlamentar da Mesa Diretora
Núcleo Econômico – NUCE
Comissão de Defesa do Consumidor e do Contribuinte –
CDCC/ALMT



III – Voto do Relator

Pelas razões expostas, quanto ao **mérito**, voto pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 933/2023, de autoria do Deputado Fabinho.

Sala das Comissões, em 03 de maio de 2023.

IV – Ficha de Votação

Projeto de Lei nº 933/2023 – Parecer nº 50/2023 – (CDCC).
Reunião da Comissão em 03 / maio / 2023.
Presidente(a): Deputado Sebastião Rezende
Relator (a): Deputado Sebastião Rezende

Voto Relator (a):
Pelas razões expostas, quanto ao **mérito**, voto pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 933/2023, de autoria do Deputado Fabinho.

Posição na Comissão	Identificação do (a) Deputado(o)
Relator	
Membros	