

## PRÁTICAS (ABUSIVAS?) DOS SUPERMERCADOS EM TEMPO DE PANDEMIA

Não é próprio somente deste tempo de pandemia a prática, pelas pequenas e grandes empresas brasileiras, de infrações à Lei Consumerista (Lei nº 8.078/90), principalmente por redes que buscam injustamente angariar clientes e aumentar os lucros. Em alguns supermercados essa é uma realidade.

Vamos conversar sobre as justificativas utilizadas pelos supermercados que restringem o poder de compra dos consumidores com o ardil de que o mercado “**NÃO VENDE POR ATACADO**”, impondo um quantitativo máximo para cada consumidor (duas caixas de leite por consumidor, por exemplo).

Ao desenrolar de nossa conversa veremos que, *muitas das vezes*, a prática se desemboca na ilicitude, pois veicula informação falsa, tornando a publicidade enganosa. Entendido isso, veremos a situação em tempo de pandemia e o impacto gerado diretamente nos consumidores.

Vamos lá. Boa leitura.

## RESTRITÕES DE COMPRAS EM TEMPO DE PANDEMIA

O tempo de pandemia trouxe um pânico geral fazendo com que muitas pessoas desenvolvessem uma sana para estocar grandes quantidades de produtos no mercado, tais como alimentos, produtos de limpeza *etc.* Até mesmo os meios de transportes, como caminhões *etc.*, puxaram o freio de mão e não abasteciam mais os supermercados, lembram?

Diante deste cenário, vimos muitos supermercados restringindo o quantitativo de produtos a serem vendidos por consumidor. Neste tempo, o consumidor atento não ficou indignado pelas restrições, vez que ele próprio, quando foi ao mercado, não conseguiu comprar o que precisava. *Algo estava errado.*

Como no período de anormalidade (tal como é a pandemia) há incessante compra de produtos básicos, são grandes as chances de que os estoques sejam esvaziados de forma anormal e imprevisível. Evidente que, com o passar dos tempos, houve calma nos ânimos, e a maré do consumismo passou.

Não obstante, serve-nos de bom exemplo este cenário para elucidar a tese que formaremos. É verdade que a imprevisibilidade da chegada da pandemia no Brasil e a publicação de Decretos Executivos tornou ***justo*** que os fornecedores restringissem o fornecimento de seus produtos e serviços. Porém, qual é o limite dessas restrições? Até quando serão possíveis?

Para entendermos melhor, vamos ver alguns conceitos.

## CONCEITOS

Está disposto na Lei nº [8.078/90](#) ([Código de Defesa do Consumidor](#)):

- **Consumidor**<sup>1</sup> é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final;
- **Fornecedor**<sup>2</sup> é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de (...) comercialização de produtos ou prestação de serviços;
- **Produto**<sup>3</sup> é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial;
- **Oferta**<sup>4</sup>, por sua vez, é *“toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados”* que obrigará o *“fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar”*;
- **Publicidade enganosa**<sup>5</sup> é *“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”*.

Como dissemos, normalmente os supermercados justificam a **venda somente por atacado** de três formas: 1) Tratar-se de empresa varejista; 2) Que não vende por atacado, mas somente por varejo e/ ou 3) Que busca o atendimento do maior número de clientes.

### 1ª JUSTIFICATIVA: EMPRESA VAREJISTA

---

Apesar de poder ser verdadeira a afirmação, esta não justifica a flagrante arbitrariedade, vez que a diferença nos conceitos de *atacado* e *varejo* não possuem o condão de influenciar na relação do consumidor final com o fornecedor em qualquer aspecto, mas, apenas, *na relação com outras empresas fornecedoras* (supermercado grande que vende para um mercado pequeno, por exemplo).

Neste sentido, **venda em atacado** trata-se de uma **venda de fornecedor para fornecedor**, normalmente os produtos são específicos e as quantidades são diferidas, o que traz a aplicação de leis de incentivos fiscais de ordem estadual, tais como o ICMS *etc.* Por outro lado, **venda em varejo** é a relação **fornecedor e consumidor final**, aqui se enquadrando a maior parte das relações consumeristas.

Temos que entender neste ponto que **ser consumidor** é uma **condição** que a pessoa se reveste no momento da aquisição do produto. Por exemplo, um funcionário do mercado, quando está dentro do seu expediente, trabalhando em seu caixa, age como funcionário, naquele momento ele é somente funcionário. Porventura, ao final do turno, caso resolva comprar uma caixa de ovos naquele mercado, estará agindo na condição de **consumidor**, deixando de agir como funcionário. Ele pagará a conta da mesma forma que outro consumidor pagaria, recebendo nota fiscal *etc.* Isso se não houver regulamento interno da empresa dando descontos especiais.

Assim, o que caracteriza legalmente qual tipo de venda está sendo consumada **não é a quantidade de produtos** que se está comprando, mas **QUEM está comprando, a condição que aquela pessoa se reveste na hora da compra/ do pagamento**. Por isso que a justificativa de se

---

1 Art. 2º, do Código de Defesa do Consumidor.

2 Art. 3º, *idem*.

3 Art. 3º, inciso I, *idem*.

4 Art. 30, *idem*.

5 Art. 37, §1º, *idem*.

tratar de empresa varejista não pode dar azo a uma restrição ilegítima de um direito do consumidor.

Em outras palavras, o consumidor não pode ser considerado fornecedor por comprar grandes quantidades de um produto ou de outro. Não há base legal para isso. *Não há ilegalidade alguma em uma empresa varejista vender muitos produtos para o mesmo consumidor*. Ponto.

---

## 2ª JUSTIFICATIVA: VENDA POR ATACADO

---

Com mesmos os argumentos acima, podemos contestar a segunda justificativa: *Não vendem por atacado, mas por varejo*.

**Vender por atacado** é **vender de empresa para empresa**. Deste modo, sempre que o consumidor for ao mercado para fazer suas compras, independentemente da quantidade de produtos que esteja comprando, estará fazendo *em varejo*. No mesmo sentido, se o funcionário de uma empresa estiver comprando em nome da empresa, qualquer quantidade, revestindo-se da condição de representante daquela, poderá comprar por atacado, incidindo, na Nota Fiscal, todas as isenções legais *etc.* para este tipo de negócio.

---

## 3ª JUSTIFICATIVA: ATENDIMENTO AO MAIOR NÚMERO DE CLIENTES

---

A última escusa utilizada pelos supermercados é o *atendimento ao maior número de clientes*. De fato, caso um consumidor queira todos os leites possíveis da loja, faltarão para outros consumidores ávidos pelo produto lácteo. Não obstante isso soe como uma injustiça para aquele que não pôde comprar seu leite, estamos diante de um ***direito legítimo***. O Brasil é um país capitalista<sup>6</sup>, logo, com maior poder econômico, maior é o poder de compra. Quanto mais dinheiro você tem, mais coisas pode comprar, simples e lógico assim.

Deste modo, a culpa não está nos carrinhos do consumidor, pois este apenas dispôs da coisa de que é proprietário exercendo seu direito legítimo<sup>7</sup>, mas a culpa estará no fornecedor, visto que deveria prever que um produto em promoção teria muita saída ou mesmo que aquele produto naquela região é muito procurado. Deveria, pois, preparar seus estoques. Em outras palavras, se faltar leite para o café da manhã de outro consumidor, a culpa é do mercado.

Posto isso, podemos concluir que **não encontra amparo legal quaisquer das justificativas demonstradas**, tornando-se a citada **publicidade enganosa**, vez que se trata de veiculação de uma informação falsa.

Ademais, quanto à abusividade de conduta resta estampado no artigo 39, incisos I e II, do CDC:

- **SEÇÃO** IV  
***Das Práticas Abusivas***
- Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: [\(Redação dada pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994\)](#)
- I - **condicionar** o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, **sem justa causa**, a limites quantitativos;
- II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

---

6 Art. 170, incisos, Constituição Federal/88.

7 Art. 1.228, Código Civil/02.

Vemos, pois, que a margem legal para que o fornecedor imponha qualquer *obrigação negativa* ao consumidor é pautar-se em uma **justa causa** ou em seu **estoque**. Quanto a este, de fato, não poderá a empresa ser obrigada a fornecer uma quantidade de produtos de que não dispõe. No entanto, *se na própria gôndola do mercado estiver a quantidade que o consumidor quer, como afirmar que não dispõe no estoque?*

Desta maneira, não sendo ultrapassado o limite de estoque, não há embasamento legal para limitar a quantidade por consumidor, como dissemos. Portanto, **se tem disponível, pode e deve ser vendido**. Ponto.

Quanto à **justa causa**, a resolução caminha no mesmo sentido: não é por qualquer motivo que o fornecedor pode impor a obrigação negativa, deve, pois, se pautar em uma **razão concreta e verídica, notória e robusta**, pois se trata de uma **excepcionalidade legal**.

O termo **justa causa** é **subjetivo**, logo, não contém *requisitos objetivos* para sua configuração. Em outras palavras, não há como traçarmos um parâmetro reto, lógico e absoluto para verificar se a causa é justa ou não é justa. Neste sentido, caberá ao jugador da norma verificar se os motivos que o fornecedor deu são capazes de trazer sua excepcionalidade. Em uma ação judicial, porventura, caberá ao advogado bem desenvolver uma tese de que a causa de seu cliente é justa.

Doutro norte, podemos entender que o tempo em que estamos vivendo de pandemia **pode, sim, ser caracterizado como justa causa**, mas, evidentemente, não será algo imutável e perpétuo, vez que relativo.

---

## RESTRIÇÕES DE COMPRA EM TEMPO DE PANDEMIA

---

Diante de toda nossa caminhada até aqui, percebemos que o fornecedor tem uma pequena margem na lei para restringir a liberdade do consumidor. Chegamos à conclusão de que pautar-se no estoque, mesmo com o produto na gôndola, não encontra amparo legal. Resta, portanto, a citada **justa causa** para justificar as restrições.

### **Pergunta: Tempo de pandemia seria justa causa?**

Entendemos que sim, relativamente.

Sabemos que a pandemia é algo totalmente fortuito e inesperado, um tempo de anormalidades e de imprevisibilidades para todos os setores da sociedade. O impacto é imensurável, não sabemos até quando isso vai durar e até mesmo não sabemos como serão as coisas daqui para frente.

Entendemos que a pandemia pode embasar o fornecedor a restringir a prestação de serviços e o fornecimento de produtos de forma lícita. Não obstante, entendemos que se trata de uma **justa causa relativa**, visto que, passado o tempo, as pessoas se adequam à nova realidade e a justa causa vai desaparecendo gradativamente. Em consequência disso, a empresa deverá voltar a fornecer o produto e prestar seus serviços normalmente.

É certo de que a vigência de Decretos Municipais condicionando o trabalho dos fornecedores (lojas, supermercados, empresas, etc.) também se amolda ao conceito de **justa causa** que aqui tratamos, visto que são decorrentes do tempo de pandemia.

## CONCLUSÃO

---

Posto isso, chegamos às seguintes conclusões:

1. Os fornecedores somente poderão restringir o fornecimento de produtos e serviços em razão de uma justa causa ou em razão de seu estoque;
2. Os supermercados não poderão alegar que não vendem por atacado, restringindo o poder de compra do consumidor quando há estoque dos produtos e inexistente justa causa para isso;
3. Na pandemia, a justa causa embasa a restrição ao consumidor do fornecimento de produtos e de serviços, mas, ainda sim, será relativa e temporária, não devendo haver abusos na sua execução sob nenhuma forma.

É isso aí pessoal. Até a próxima.

Leandro Notari

OAB/MS nº 17.770