

PROJETO DE LEI Nº , DE 2023.
(Da Dep. Natália Bonavides)

Altera a Lei 8.245, de 18 de outubro de 1991, para instituir o dever de prestação de contas das ações de publicidade e divulgação pelo locador de lojas em centros comerciais que cobrar dos locatários taxas para realização de ações de divulgação e publicidade.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei regulamenta a relação entre lojistas e *shopping centers* para instituir o dever de prestação de contas das ações de publicidade e divulgação pelo locador de lojas em centros comerciais que cobrar dos locatários taxas para realização de ações de divulgação e publicidade.

Art. 2º A Lei nº 8.245, de 18 de outubro de 1991, passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 26-A. Quando for exigido ao locatário de espaço comercial imobiliário em centros comerciais o pagamento de taxas para realização de ações de divulgação e publicidade, como a de participação em fundo de promoção ou similares, o locador ou administrador do centro comercial deve apresentar, trimestralmente, prestação de contas ao locatário contendo, pelo menos, as seguintes informações:

I – Valor total arrecadado mensalmente por meio da respectiva taxa de divulgação e publicidade;

II – Discriminação das ações de divulgação e publicidade financiadas pela respectiva taxa;

III – Valores totais gastos em ações de divulgação e publicidade financiadas pela respectiva taxa;



IV – Valor gasto em cada ação de divulgação e publicidade financiada pela respectiva taxa;

V – O saldo acumulado do fundo;

VI – Projeção dos resultados das ações de divulgação e publicidade financiadas pela respectiva taxa;

VII – Planejamento sobre como será feito o uso do valor arrecadado com a cobrança da taxa de divulgação e publicidade no ano subsequente;

Parágrafo único. A não realização da prestação de contas de que trata o *caput* acarretará:

I – se o atraso for de, no máximo, 30 (trinta) dias, na redução de 10% (dez por cento) do valor do aluguel até que as contas sejam prestadas;

II – se o atraso for superior a 30 (trinta) dias, na redução em 30% (trinta por cento) do valor do aluguel até que as contas sejam prestadas.

Art. 26-B. Quando for exigido ao locatário de espaço comercial imobiliário em centros comerciais o pagamento de taxas de administração de condomínio ou similares, o locador ou administrador do centro comercial deve apresentar, trimestralmente, prestação de contas ao locatário contendo, pelo menos, as seguintes informações:

I – Valor total arrecadado mensalmente por meio das taxas de administração de condomínio ou similares;

II – Discriminação das despesas, com seus respectivos valores, custeadas com as taxas de administração de condomínio ou similares;

III – O saldo acumulado;



Parágrafo único. A não realização da prestação de contas de que trata o *caput* acarretará:

I – se o atraso for de, no máximo, 30 (trinta) dias, na redução de 10% (dez por cento) do valor do aluguel até que as contas sejam prestadas;

II – se o atraso for superior a 30 (trinta) dias, na redução em 30% (trinta por cento) do valor do aluguel até que as contas sejam prestadas.

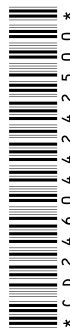
Art. 3º As condições criadas pelas alterações na Lei nº 8.245, de 18 de outubro de 1991 promovidas pelo art. 2º desta Lei serão exigidas após 1 (um) ano da publicação desta Lei.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os *shopping centers* se tornaram espaços fundamentais no cenário comercial em muitas cidades ao redor do país. Eles oferecem um ambiente conveniente e seguro para os consumidores, enquanto proporcionam uma plataforma de negócios atraente para lojistas de todos os tamanhos. No entanto, a relação estabelecida entre os lojistas (os locatários) e os administradores dos *shopping centers* (os locadores) é marcada por uma distorção significativa. Ao contrário do que prescreve a presunção da jurídica de liberdade plena dos contratantes e de igualdade entre eles, nessa relação, um dos polos da relação, os locadores, especialmente no caso dos grandes *shoppings*, possuem muito maior capacidade fazer valer sua vontade em negociações do que os locatários. Por isso, é fundamental que a regulação dessa relação atue para mitigar essa disparidade no sentido de assegurar equidade.

Um dos fatores que merecem atenção é a transparência no uso dos recursos arrecadados por meio das taxas costumeiramente cobradas pelos administradores de *shopping* para realização de ações de divulgação e publicidade. A cobrança desse tipo de taxa é razoável, considerando que



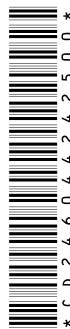
constitui como principal diferencial do modelo de negócio de centros comerciais a atração de clientes e é o êxito do *shopping* na busca desse objetivo que o torna competitivo para também atrair lojistas. Contudo, não há plausibilidade em uma forma de negócio que não prestigia mecanismos de *accountability* que os lojistas saibam como estão sendo usados os recursos do fundo financiado por essas taxas.

Muitos lojistas pagam uma porcentagem de suas vendas para financiar atividades promocionais e de marketing dentro do *shopping*. No entanto, a falta de prestação de contas adequada pode levantar suspeita de uso inadequado ou ineficaz desses fundos e até mesmo prejudicar a legitimidade dessas cobranças.

Considerando esses fatores, para assegurar uma política de *compliance* corporativa, o presente projeto de lei visa abordar essa lacuna na transparência, assegurando que as relações de aluguel entre lojistas e *shopping centers* sejam mais justas e equilibradas. O projeto faz isso de maneira simples: estabelecendo o dever de prestação de contas por parte do locador com informações que garantam ao locatário de espaços em *shopping centers* clareza sobre a destinação dos recursos.

O dispositivo previsto exige que os *shopping centers* forneçam demonstrações financeiras detalhadas que esclareçam como os fundos de publicidade ou promoção foram gastos durante um determinado período. Isso incluirá uma lista detalhada de despesas, bem como informações sobre o impacto dessas atividades na promoção dos lojistas e do centro comercial. É também estabelecido um prazo para essa prestação de contas.

A aprovação deste projeto de lei: a) garantirá que lojistas tenham acesso a informações claras sobre como seus recursos são utilizados, permitindo-lhes tomar decisões informadas sobre sua participação em um *shopping center*; b) promoverá relações mais justas e equilibradas entre lojistas e administradores de *shopping centers*, reduzindo o risco de exploração; c) incentivará um uso mais eficaz dos fundos de publicidade e promoção, beneficiando todos os envolvidos, inclusive os consumidores; d) estimulará uma relação de boa-fé e confiança entre lojistas e *shopping centers*.



Em resumo, o projeto de lei busca criar um ambiente de negócios mais justo e transparente para lojistas que operam em *shopping centers*. A transparência na utilização dos fundos de publicidade ou promoção é fundamental para o sucesso contínuo desses empreendimentos e para a promoção do comércio justo. Portanto, esperamos a aprovação deste projeto de lei para garantir uma relação mais justa e transparente entre lojistas e *shopping centers*.

Sala de sessões, de fevereiro de 2024.

Deputada Federal **NATÁLIA BONAVIDES**
PT/RN

