



São Paulo, 10 de maio de 2022

Excelentíssimos Senhores

Senador Reguffe – Presidente da Comissão de Transparência, Governança, Fiscalização e Controle e Defesa do Consumidor do Senado Federal e

Senador Nelsinho Trad – Membro da Comissão de Transparência, Governança, Fiscalização e Controle e Defesa do Consumidor do Senado Federal

Excelentíssimos Senhores Senadores,

A Arcos Dourados Comércio de Alimentos S.A., franqueada do McDonald's no Brasil (“Arcos Dourados” ou “Empresa”, indistintamente) tomou conhecimento do Requerimento de audiência pública, de autoria do Senador Nelsinho Trad, *“com o objetivo de debater a respeito das recentes denúncias feitas no Procon do DF, que constatam publicidade enganosa na comercialização de sanduíches por duas redes de fast food com sede no Distrito Federal”*.

Como tivemos oportunidade de explicar ao Senador Nelsinho Trad em audiência telefônica na última sexta-feira, 6 de maio, estamos à disposição do Senado Federal e dos Senhores Senadores para prestar todos os esclarecimentos.

Assim, em atenção ao convite de Vossas Excelências para comparecer a um debate sobre o assunto, agradecemos a oportunidade de elucidar os fatos, optando por apresentar os esclarecimentos por escrito, na forma que segue, assim como estaremos fazendo aos Procons e a todas as autoridades públicas.

Entendemos desse modo que será muito mais benéfico à elucidação dos fatos e ao consumidor brasileiro tratarmos da questão sob um viés técnico-jurídico.

São os seguintes os nossos esclarecimentos:

Começamos por destacar que, uma vez verificada a polêmica em torno do nome da nova linha de sanduíches, no próprio dia 29.4.2022, a Empresa decidiu suspender a comercialização dos “Novos McPicanha” em todos os restaurantes do País, prezando mais uma vez pela transparência e em respeito a todos os seus consumidores.

Conforme restará demonstrado, a Empresa agiu com boa-fé e transparência tanto no desenvolvimento dos produtos, quanto na veiculação da campanha de publicidade dos “Novos McPicanha”, não havendo que se falar em enganiosidade em sua conduta, bem como suspendeu, por liberalidade, a comercialização dos respectivos sanduíches em todo o país.



O HISTÓRICO DA CAMPANHA – AUSÊNCIA DE ENGANOSIDADE

1. Arcos Dourados tem como pilares de sua atuação a qualidade, transparência e segurança dos produtos comercializados aos seus clientes.
2. Buscando oferecer a melhor e mais completa experiência, o sistema McDonald's desenvolveu, ao longo dos mais de 40 anos que atua no Brasil, um cardápio fixo composto por sanduíches clássicos da marca e amplamente aceitos por seus clientes. Além disso, para acompanhar as tendências de mercado e garantir novidades constantes para os consumidores, a Empresa também possui cardápios sazonais, com produtos disponíveis apenas por curtos períodos.
3. Dentro dessa perspectiva de inovação e sempre buscando levar **a melhor experiência aos seus consumidores**, Arcos Dourados vem desenvolvendo linhas de produtos que prestigiam a culinária e o paladar do público brasileiro, o que é justamente o caso da utilização da denominação “Picanha” na linha “Novos McPicanha”. O objetivo era fazer alusão ao churrasco nacional (prática a qual os consumidores brasileiros já estão completamente acostumados, que será melhor destacado adiante), diferenciando-o dos produtos vendidos nos demais países em que o McDonald's atua.
4. Dessa forma, a fim de melhorar a experiência do consumidor e garantir que os sanduíches oferecessem **um sabor mais acentuado de picanha**, a Empresa desenvolveu, em parceria com a Kerry do Brasil, um molho sabor picanha, que adicionava ainda mais sabor à carne do que o próprio uso da carne de picanha. Isso porque, segundo muitos especialistas, ao moer a carne de picanha para produzir o hambúrguer, a mesma perde a maior parte de suas propriedades, não transferindo ao hambúrguer o seu sabor característico.
5. Os sanduíches dessa **nova linha** foram desenvolvidos para conter, além do hambúrguer de carne 100% bovina, produzido com cortes selecionados, com o maior tamanho oferecido pela Empresa, um exclusivo molho, sabor picanha (com aroma natural de picanha desenvolvido pela Kerry do Brasil) para trazer aos consumidores uma experiência ainda mais intensa do sabor da picanha brasileira.
6. Assim, os dois sanduíches da linha (i.e., Novo McPicanha Salada Bacon e Novo McPicanha Cheddar Bacon) eram compostos pelo maior hambúrguer de carne 100% bovina disponível no nosso cardápio e por um molho **com marcado sabor de picanha**. O primeiro, ainda com o diferencial de vir com salada e bacon, e o segundo com cheddar cremoso e bacon.
7. Os produtos foram denominados “**Novos McPicanha**”, precisamente para deixar claro que se tratava de **um novo produto inédito**, que não se confundia com outro sanduíche comercializado anteriormente. Os materiais publicitários e mídias de divulgação destacaram, assim como a própria



nomenclatura, que seriam **novos sanduíches**, bem como suas especificações e características essenciais, sendo veiculadas informações verdadeiras, corretas e claras quanto à composição dos novos sanduíches - qual seja, hambúrguer de carne 100% bovina, com **molho sabor picanha**:



8. A informação também está destacada na embalagem do sanduiche, que indica não só a nomenclatura (“Novos McPicanha”), como também **o molho sabor picanha**:



9. Note-se, uma vez mais, as informações divulgadas sobre os sanduíches da nova linha McPicanha:



Novo Picanha Salada Bacon

1067 kcal

Um delicioso hambúrguer feito com carne 100% bovina, suculento e saboroso, com alface, cebola, nosso bacon crocante, queijo cheddar, maionese sabor picanha e pão estilo brioche.



10. Dessa forma, a Empresa entende, respeitosamente, que a campanha, se analisada em sua completude, apresentava informações suficientes para que o consumidor compreendesse que se tratava **de sanduíches novos, diferentes de qualquer outro comercializado anteriormente**. Além de não enunciar em qualquer momento que o hambúrguer seria feito de carne de picanha, a mensagem foi clara ao destacar o fato de o sanduíche ter molho sabor de picanha.

Ao fazê-lo, a Empresa acreditava que estava comunicando claramente ao consumidor que o sabor de picanha que dava nome aos sanduíches derivava do molho, e não da composição do hambúrguer.

11. O artigo 37, §1º do Código de Defesa do Consumidor (CDC) estabelece que é enganosa



Novo McPicanha Cheddar Bacon

955 kcal

Um delicioso hambúrguer feito com carne 100% bovina, suculento e saboroso, com 4 fatias crocantes de bacon, nosso delicioso molho sabor cheddar, cebola shoyu, maionese sabor picanha e pão estilo brioche.

“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”.

12. Da simples análise das peças de comunicação é possível aferir que a Empresa jamais indicou que o hambúrguer seria composto por carne de picanha. Pelo contrário. Tanto o material publicitário veiculado - que indica expressamente que se trata de “carne 100% bovina com molho sabor picanha” – quanto a comercialização dos “Novos McPicanha” foram realizados de boa-fé, com a intenção de transmitir aos consumidores o sabor da nova linha de produtos, sempre destacando a composição do sanduíche, e sem jamais ter a intenção de induzir seus consumidores a erro.

13. O consumidor brasileiro está acostumado a adquirir produtos que sejam identificados por nomes que remetam ao sabor, ao aroma e a experiência que oferecem, e não necessariamente à sua composição.

14. Há décadas são comercializados no Brasil produtos que levam no nome o sabor ou o aroma que ostentam, mas que não necessariamente contêm a matéria prima que origina esse sabor, em



sua composição. Cumpre destacar ainda que, especialmente a menção a sabores, é uma prática absolutamente comum, com a qual os consumidores estão amplamente habituados. Vários desses exemplos vem sendo, nos últimos dias, amplamente divulgados pelos veículos de comunicação.

15. **De fato, é uma prática de mercado comum e aceita pelo consumidor que, ao adquirir um produto alimentício, tem a expectativa de que o mesmo entregue o sabor oferecido, mas não necessariamente que a matéria prima que está no seu nome faça parte da composição dele.** E mais, especificamente no mercado de refeições, diversos restaurantes e lanchonetes há anos oferecem e divulgam sanduíches cujos nomes mencionam cortes de carne que **não estão presentes** em suas respectivas composições.

16. Sendo assim, resta evidente que a Empresa jamais teve a intenção de induzir os seus consumidores a erro. Pelo contrário. Sempre atuou de forma diligente e transparente, tomando as precauções que entendeu necessárias para que os consumidores fossem devidamente informados sobre a composição dos sanduíches da linha “Novos McPicanha”, tendo pautado sua conduta sempre na boa-fé.

Agradecemos mais uma vez a Vossas Excelências e aos membros da Comissão pelo excelente trabalho que realizam em prol do povo brasileiro e pelo interesse genuíno em esclarecer este assunto, de grande importância para a nossa empresa. Seguimos à disposição para apresentar qualquer esclarecimento adicional.

Aproveitamos a oportunidade para reiterar a Vossas Excelências o testemunho de nossa mais alta consideração, ao mesmo tempo em que renovamos nossa disposição em prestar esclarecimentos a todas as autoridades constituídas. Adicionalmente, reafirmamos o compromisso com os mais de 50 mil colaboradores do sistema, bem como o máximo respeito e consideração aos nossos clientes em todo o Brasil.

Atenciosamente,



Paulo Sergio de Camargo
Presidente