



SENADO FEDERAL

PROJETO DE LEI DO SENADO

Nº 64, DE 2010

Altera a Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, que “dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor”, para obrigar a informação do preço por unidade de medida na comercialização de produtos fracionados em pequenas quantidades.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º A Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, passa a vigorar acrescida de art. 2º-A, com a seguinte redação:

“Art. 2º-A. Na venda a varejo de produtos fracionados em pequenas quantidades, o comerciante deverá informar, na etiqueta contendo o preço ou junto aos itens expostos, além do preço do produto à vista, o preço correspondente a uma das seguintes unidades fundamentais de medida: capacidade, massa, volume, comprimento ou área, de acordo com a forma habitual de comercialização de cada tipo de produto.

Parágrafo único. O disposto neste artigo não se aplica à comercialização de medicamentos”.

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

No mercado consumidor brasileiro, muitos produtos são oferecidos em quantidades muito pequenas, de forma que o aparente baixo valor, nas prateleiras, oculta na verdade a prática de preços altíssimos, se considerados por medida, ou seja, por unidade, por quilo, por litro ou por metro.

É o caso, por exemplo, do orégano, que, num pacote de 3g, vendido a R\$ 2,00, custa R\$ 666,00 o quilo, ou da pimenta branca, que chega a custar R\$ 750,00 o litro, ou ainda do gergelim, vendido por mais de R\$ 300,00 o quilo. O exemplo mais gritante é o de tinta para impressora. Vendido em pequenas embalagens, de 3 a 10 mL, o valor por litro pode passar dos R\$ 15.000,00.

Tal prática, que consideramos abusiva, é facilitada pelo fato de não estar disponível ao consumidor, de forma fácil e direta, o preço praticado por unidade de medida.

Ademais, a ausência dessa informação ostensiva nas gôndolas dos supermercados e nas prateleiras de estabelecimentos comerciais dificulta a comparação de preços pelo consumidor nos casos em que diferentes fabricantes oferecem produtos similares, mas com diferentes quantidades em suas embalagens. Muitas vezes, acredita-se estar pagando mais barato, quando, na verdade, o preço mais baixo deve-se à quantidade significativamente menor do produto desejado.

O Código de Defesa do Consumidor prevê a necessidade de a oferta ser feita de forma clara, correta, precisa e ostensiva, (art. 31 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor) e fixa como direito básico do consumidor a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem, (inciso III do art. 6º do CDC).

Nossa proposta está em linha com essa política de informação ampla e transparente ao consumidor. Ressaltamos que todos os produtos do mesmo tipo devem ter seu preço correspondente informado na mesma unidade de medida, em função da forma habitual de comercialização de cada um.

Desse modo, contamos com o apoio dos nobres parlamentares para a aprovação do projeto, que tem por objetivo amparar o consumidor vulnerável e hipossuficiente, fortalecendo seu direito à informação e facilitando a comparação de preços de produtos, com evidentes benefícios à livre concorrência e à defesa do

consumidor, consagradas pelo art. 170 da Constituição da República como princípios gerais da atividade econômica no Brasil.

Sala das Sessões,

Senador **MARCELO CRIVELLA**

LEI N° 10.962, DE 11 DE OUTUBRO DE 2004.

Dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Esta Lei regula as condições de oferta e afixação de preços de bens e serviços para o consumidor.

Art. 2º São admitidas as seguintes formas de afixação de preços em vendas a varejo para o consumidor:

I – no comércio em geral, por meio de etiquetas ou similares afixados diretamente nos bens expostos à venda, e em vitrines, mediante divulgação do preço à vista em caracteres legíveis;

II – em auto-serviços, supermercados, hipermercados, mercearias ou estabelecimentos comerciais onde o consumidor tenha acesso direto ao produto, sem intervenção do comerciante, mediante a impressão ou afixação do preço do produto na embalagem, ou a afixação de código referencial, ou ainda, com a afixação de código de barras.

Parágrafo único. Nos casos de utilização de código referencial ou de barras, o comerciante deverá expor, de forma clara e legível, junto aos itens expostos, informação relativa ao preço à vista do produto, suas características e código.

Art. 3º Na impossibilidade de afixação de preços conforme disposto no art. 2º, é permitido o uso de relações de preços dos produtos expostos, bem como dos serviços oferecidos, de forma escrita, clara e acessível ao consumidor.

Art. 4º Nos estabelecimentos que utilizem código de barras para apreçamento, deverão ser oferecidos equipamentos de leitura ótica para consulta de preço pelo consumidor, localizados na área de vendas e em outras de fácil acesso.

§ 1º O regulamento desta Lei definirá, observados, dentre outros critérios ou fatores, o tipo e o tamanho do estabelecimento e a quantidade e a diversidade dos itens de bens e serviços, a área máxima que deverá ser atendida por cada leitora ótica.

§ 2º Para os fins desta Lei, considera-se área de vendas aquela na qual os consumidores têm acesso às mercadorias e serviços oferecidos para consumo no varejo, dentro do estabelecimento.

Art. 5º No caso de divergência de preços para o mesmo produto entre os sistemas de informação de preços utilizados pelo estabelecimento, o consumidor pagará o menor dentre eles.

Art. 6º (VETADO)

Art. 7º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

(À Comissão de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle, em decisão terminativa)

Publicado do **DSF** em 17/03/2010