



# **SENADO FEDERAL**

## **PROJETO DE LEI DA CÂMARA**

### **Nº 113, DE 2011**

**(nº 4.835/2009, na Casa de origem, do Deputado Valtenir Pereira)**

**Acrescenta dispositivo à Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004.**

**O CONGRESSO NACIONAL decreta:**

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

**"Art. 2º-A Os supermercados, hipermercados, mercearias ou estabelecimentos comerciais onde o consumidor tenha acesso direto ao produto deverão informar, no mesmo espaço destinado à exposição do preço à vista do produto, também o preço à vista correspondente a 1 kg (um quilograma), 1 l (um litro) ou 1 m (um metro) do mesmo produto, conforme a unidade de medida informada na embalagem."**

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

## **PROJETO DE LEI ORIGINAL Nº 4.835, DE 2009**

Determina aos supermercados e aos estabelecimentos congêneres a discriminação dos preços por unidade de medida nas etiquetas dos produtos :

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Esta Lei estabelece normas de informação aos consumidores de supermercados e estabelecimentos congêneres quanto a discriminação dos preços nas etiquetas dos produtos.

Art. 2º. O fornecedor deve informar nas etiquetas fixadas nas gôndolas dos produtos vendidos em embalagens por quilo, litro ou metro, o valor total e o valor por unidade de medida, para que o consumidor possa comparar preços entre produtos com base na quantidade.

Art. 3º. O prazo para adequação das etiquetas aos moldes desta Lei é de 120 (cento e vinte) dias, a contar da sua publicação.

Art. 4º. Em caso de descumprimento ao que determina esta Lei, o infrator será autuado pela entidade fiscalizadora de defesa do consumidor e multado na importância de 1 a 10 salários mínimos por dia, de acordo com a sua capacidade econômica, enquanto permanecer a irregularidade.

Art. 5º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

## **JUSTIFICAÇÃO**

Em admirável iniciativa a 1ª Promotoria de Justiça de Tutela Coletiva de Defesa do Consumidor e do Contribuinte da Capital do Rio de Janeiro firmou em 17/02/2009 um Termo de Cooperação Técnica com a Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (Asserj), onde as redes de supermercados assumem a responsabilidade de incluir mais informações nas etiquetas das mercadorias, para que o consumidor possa comparar preços entre produtos com base na quantidade. A mudança será feita só nas etiquetas fixadas nas gôndolas.

A medida, proposta pelo Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro, foi assinada pelo presidente da Asserj, Ayrton Fornari, e pelos representantes dos supermercados Wal-Mart, Mundial, Guanabara, Prezunic, Princesa e Zona Sul. As redes terão até 120 dias, a contar da data da assinatura do termo, para começar a trabalhar com a nova etiqueta. Isso vale para todos os supermercados do estado do Rio de Janeiro, mesmo os que não assinarem o Termo de Cooperação Técnica.

Segundo o Titular da Promotoria, Júlio Machado, a medida é inédita no Brasil e pode simbolizar uma arma para a defesa do consumidor no ato da compra. A empresa que não adotá-la poderá ser acionada na Justiça sob pena de multa diária de R\$ 1 mil.

Este projeto de lei visa ao melhor atendimento do consumidor, nos moldes do princípio da publicidade nas relações consumeristas, tornando obrigatório em todo o território nacional a iniciativa positiva trazida do Estado do Rio de Janeiro.

Dessa forma, contamos com o apoio dos ilustres parlamentares para a aprovação deste projeto de lei, em benefício aos consumidores

Sala de Sessões, 11 março de 2009.

**Deputado Valtenir Pereira**  
PSB/MT

## LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA SECRETARIA-GERAL DA MESA

### LEI Nº 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.

---

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.

---

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

Publicado no **DSF**, de 10/11/2011.