



SENADO FEDERAL

PROJETO DE LEI DO SENADO

Nº 393, DE 2011

Acrescenta § 2º ao art. 2º da 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 exigir que os fornecedores varejistas de produtos ofertados ao consumidor afixem o preço de venda do produto e o preço por unidade padrão de medida.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O art. 2º da Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, passa a vigorar acrescida do seguinte § 2º, renomeando-se o atual parágrafo único como § 1º:

“Art. 2º.

.....
.....
§ 2º Nos produtos que contenham, em sua embalagem, a indicação de unidade de medida, o fornecedor varejista deverá afixar, além do preço de venda do produto, o preço por unidade padrão de medida de peso, volume, tamanho ou outra que venha a ser indicada na embalagem, suscetível de facilitar a comparação de preços entre os produtos ofertados.” (NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

É prática comum dos fornecedores de produtos vinculados a unidade de medida manter o preço de mercado praticado na rede varejista, mas com diminuição da quantidade de peso, volume ou tamanho ofertados.

Então, por exemplo, o saco de arroz de cinco quilos vendido pelo mesmo preço praticado nos meses anteriores, mas só que agora a oferta fosse de um saco de arroz de apenas quatro quilos.

Isso representa uma verdadeira fraude em curso no mercado de consumo, capaz de confundir até o consumidor atento e experiente.

E como não há padronização de unidades, fica quase impossível comparar preços em tempo útil, dado que os produtos têm preços diferentes, mas também são ofertados em quantidades diferentes de peso, tamanho ou volume.

A solução que se coloca é a de a rede varejista de supermercados e similares afixarem dois preços para o mesmo produto: o valor do pacote, chamado de preço de venda da coisa, e o valor do mesmo produto, mas agora por unidade padrão de medida (peso, volume ou tamanho), chamado de preço por unidade padrão de medida.

Isso facilitará a comparação de preços entre produtos concorrentes, o que fomenta, a uma só vez, os princípios constitucionais da livre concorrência e da defesa do consumidor (art. 170, incisos IV e V da Constituição).

Com essas considerações, solicito o apoio dos ilustres Pares para a aprovação deste projeto, que tem evidente relevância econômica, social e jurídica para a proteção dos consumidores.

Sala das Sessões,

Senador **CIRO NOGUEIRA**

Presidência da República**Casa Civil****Subchefia para Assuntos Jurídicos****CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988**Emendas ConstitucionaisEmendas Constitucionais de RevisãoAto das Disposições Constitucionais TransitóriasAtos decorrentes do disposto no § 3º do art. 5º**ÍNDICE TEMÁTICO****Texto compilado****PREÂMBULO**

Nós, representantes do povo brasileiro, reunidos em Assembléia Nacional Constituinte para instituir um Estado Democrático, destinado a assegurar o exercício dos direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos, fundada na harmonia social e comprometida, na ordem interna e internacional, com a solução pacífica das controvérsias, promulgamos, sob a proteção de Deus, a seguinte CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL.

TÍTULO VII**Da Ordem Econômica e Financeira****CAPÍTULO I****DOS PRINCÍPIOS GERAIS DA ATIVIDADE ECONÔMICA**

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

I - soberania nacional;

II - propriedade privada;

III - função social da propriedade;

IV - livre concorrência;

V - defesa do consumidor;

.....

Brasília, 5 de outubro de 1988.

Ulysses Guimarães , Presidente - Mauro Benevides , 1.º Vice-Presidente - Jorge Arbage , 2.º Vice-Presidente - Marcelo Cordeiro , 1.º Secretário - Mário Maia , 2.º Secretário - Arnaldo Faria de Sá , 3.º Secretário - Benedita da Silva , 1.º Suplente de Secretário - Luiz Soyer , 2.º Suplente de Secretário - Sotero Cunha , 3.º Suplente de Secretário - Bernardo Cabral ,

.....

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

Mensagem de veto

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

Regulamentação

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.

.....

.....

Brasília, 11 de outubro de 2004; 183º da Independência e 116º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Márcio Thomaz Bastos

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 13.10.2004

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

Publicado no **DSF**, em 07/07/2011.