C0076152A

CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 4.355, DE 2019

(Da Sra. Dra. Soraya Manato)

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 os fornecedores a expor preços de produtos também por unidade de medida.

DESPACHO:
ÀS COMISSÕES DE:
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS;
DEFESA DO CONSUMIDOR E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

PUBLICAÇÃO INICIAL
Art. 137, caput - RICD

CONFERE COM O ORIGINAL AUTENTICADO

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acrescenta art. 2º-B à 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 os fornecedores a expor os preços de produtos também por unidade de medida.

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

> “Art. 2º- B. Os estabelecimentos comerciais de que trata o art. 2º desta Lei devem exibir o preço, por unidade, de todos os produtos que ofertam.
>
> §1º Os itens de higiene e limpeza, bebidas e alimentos embalados, cuja rotulagem informe o peso, o comprimento ou o volume líquido, devem ter os seus preços expostos, também, por unidade de medida.
>
> §2º Considera-se preço por unidade de medida, para os fins deste artigo, o valor, em moeda nacional, calculado por peso, comprimento, volume líquido ou outra unidade de mensuração que possibilite ao consumidor efetuar o comparativo de preços entre produtos iguais ou similares.
>
> §3º Excluem-se do disposto neste artigo os produtos que já são normalmente ofertados com preço por unidade de medida.” (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor no prazo de noventa dias, a contar de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto objetiva facilitar a rotina dos consumidores ao realizarem suas compras, sobretudo em supermercados e estabelecimentos comerciais similares. Como muitos dos produtos vendidos por unidade não seguem uma medida padronizada, o cliente fica sem parâmetro para comparação de preços entre produtos iguais ou semelhantes.

É o caso de algumas marcas, que apresentam diferentes formatos e tamanhos de embalagens para um mesmo produto, porém com variação na quantidade do respectivo conteúdo – inclusive as chamadas “embalagens econômicas”, cuja relação custo-benefício nem sempre é favorável ao consumidor.

O mesmo vale para alimentos embalados, bebidas e itens de higiene e limpeza, sobretudo quando são apresentados em pacote lacrado que contém duas ou mais unidades do mesmo produto (a exemplo dos já conhecidos “leve três, pague dois”). Ainda que o consumidor saiba qual o valor de cada unidade vendida separadamente, vê-se obrigado a efetuar sucessivos cálculos com o fim de checar se a oferta condiz, de fato, com o preço apresentado.

Essa equação fica ainda mais complicada quando se trata de produtos similares, porém de marcas diferentes. Um sabonete em barra, por exemplo, a depender da marca, pode ser comercializado em unidades de 75g, 85g, 90g, 125g, 150g ou em mais uma infinidade de medidas - o que dificulta muito a comparação de preços.

Fato é que, por mais atento que seja a preços e rótulos, o consumidor pode se ver injustamente perdido em um emaranhado de operações matemáticas, cuja solução está, justamente, na exposição dos preços de uma forma mais simples – com a simplicidade e a transparência que devem servir de base para toda experiência de consumo.

Por essa razão, defendemos que seja impositiva a regra de que todo estabelecimento comercial exiba os preços de seus produtos por unidade e, também, por unidade de medida (peso, comprimento ou volume líquido), de modo que seja possível ao consumidor comparar valores de itens iguais ou similares, sejam ou não da mesma marca.

Com a certeza de que a presente medida virá em benefício do consumidor brasileiro, contamos com o apoio dos nobres Pares para o seu aperfeiçoamento e aprovação.

Sala das Sessões, em 8 de agosto de 2019.

Deputada DRA. SORAYA MANATO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

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.

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;

III - no comércio eletrônico, mediante divulgação ostensiva do preço à vista, junto à imagem do produto ou descrição do serviço, em caracteres facilmente legíveis com tamanho de fonte não inferior a doze. *(Inciso acrescido pela Lei nº 13.543, de 19/12/2017)*

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. 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. *(Artigo acrescido pela Lei nº 13.175, de 21/10/2015)*

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. 5º-A. O fornecedor deve informar, em local e formato visíveis ao consumidor, eventuais descontos oferecidos em função do prazo ou do instrumento de pagamento utilizado.

Parágrafo único. Aplicam-se às infrações a este artigo as sanções previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. *(Artigo acrescido pela Lei nº 13.455, de 26/6/2017)*

Art. 6º (VETADO)

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

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

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Márcio Thomaz Bastos

FIM DO DOCUMENTO