



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 2.622, DE 2011

(Aposos: **PL nº 2.698, de 2011; e 1.248, de 2011**)

Acrescenta art. 2º-A 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 a informação do preço por unidade de medida na comercialização de produtos fracionados em pequenas quantidades.

Autor: SENADO FEDERAL

Relatora: Deputada IRACEMA PORTELLA

I - RELATÓRIO

Aprovado no Senado Federal, vem o projeto de lei em epígrafe a esta Casa para que exercite sua função de Câmara Revisora, nos termos do art. 65 da Constituição Federal.

Seu objetivo é aditar o texto da Lei nº 10.962, de 2004, para obrigar o fornecedor a informar preço de produto por unidade de medida.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

A citada proposição prevê que etiqueta afixada em produto fracionado em pequenas quantidades informe o consumidor do preço correspondente a uma unidade de medida de massa, volume, comprimento ou área. A justificção da iniciativa baseia-se em que a embalagem em pequenas quantidades dá uma falsa ideia de preço ao consumidor. Por exemplo, a tinta para impressora vendida em embalagens que variam de 3 a 10 ml não deixam o consumidor perceber que ele paga mais de R\$ 15.000,00 pelo litro de tinta.

Argumenta-se também que a falta da informação do preço por unidade de medida dificulta a comparação de preço entre produtos concorrentes, porque eles são oferecidos em embalagens de tamanhos diferentes e, muitas vezes, o preço mais baixo deve-se unicamente à quantidade menor de produto na embalagem.

Foi apensado à proposição em epígrafe, o Projeto de Lei nº 2.698, de 2011, que estabelece que o pão de sal deve ser comercializado a peso ou em unidades de cinquenta gramas, e o preço por quilograma e por unidade devem permanecer expostos de forma ostensiva nas dependências do estabelecimento vendedor. Alega a nobre Autora ser necessário disciplinar a venda de um dos produtos básicos da mesa do brasileiro, o “pão francês”, de modo a assegurar o direito à informação adequada e clara sobre produtos previsto na Lei nº 8.078, de 1990.

Também foi apensado à proposição em epígrafe, o Projeto de Lei nº 1.248, de 2011, que altera a Lei nº 10.962, de 2004, que obriga a informação do preço por metro, metro quadrado, quilograma ou litro, para possibilitar ao consumidor a comparação do preço ofertado com o de outros produtos semelhantes. O objetivo da proposição é tornar mais compreensível ao consumidor o preço real do produto embalado em quantidades pequenas.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Dentro do prazo regimental, as proposições em tela não receberam emenda, no âmbito deste órgão técnico.

II - VOTO DO RELATOR

É notório o consenso na sociedade sobre o direito de o consumidor pesquisar e comparar preços antes de adquirir produtos ou serviços. Igualmente, está fora de qualquer dúvida a obrigação, expressa no art. 31 da Lei nº 8.078, de 1990, de o fornecedor informar o preço de forma clara, correta, precisa e ostensiva.

A informação correta do preço de produtos e serviços é tão relevante para a proteção ao consumidor, para a livre concorrência e para o bom funcionamento da economia que, em 11 de outubro de 2004, foi promulgada a Lei nº 10.962, que dispõe sobre a maneira pela qual o preço deve ser afixado no produto. Entretanto, a citada lei deixa a desejar, pois estabelece que o preço seja informado em etiqueta afixada diretamente no produto, em lista de preços, ou em etiqueta colocada junto ao produto, mas silencia quanto à qualidade da informação que deve estar inscrita nas etiquetas e nas listas de preços.

De alguns anos para cá, temos observado diversas práticas de *marketing* que parecem destinadas a iludir e desorientar o consumidor em relação ao preço de bens e serviços, por isso consideramos de mais alta relevância disciplinar a qualidade da informação que é prestada ao consumidor a respeito do preço.

Dentre as práticas maliciosas de *marketing* que nos atingem todos os dias, podemos mencionar a maquiagem de produtos e o aumento disfarçado de preços que ocorre quando o fornecedor diminui a quantidade de produto contida na embalagem,



CÂMARA DOS DEPUTADOS

mas mantém inalterados o tamanho da embalagem e o preço, iludindo o consumidor. Outra prática de *marketing* condenável é vender embalagem econômica com grande quantidade de produto ou embalagem múltipla com várias unidades de produto, sem oferecer desconto significativo em relação à embalagem normal.

Outro aspecto a considerar em relação à qualidade da informação sobre o preço diz respeito à extrema dificuldade que o consumidor encontra quando deseja comparar o preço de produtos concorrentes. Em uma compra cotidiana no supermercado é impossível comparar preços sem o auxílio de uma calculadora e algum conhecimento de matemática, porque os produtos são oferecidos em embalagens dos mais variados tamanhos.

Por exemplo, é difícil saber se é mais barato um copo de requeijão com 130 gramas por R\$ 3,80 ou um copo com 160 gramas por R\$ 4,40. No entanto, seria muito fácil identificar o mais barato se, além do preço específico da embalagem, a etiqueta de preço informasse também o valor por unidade de medida, ou seja, melhor seria deixar claro ao consumidor que o requeijão da embalagem de 130 gramas custa R\$ 29,23 por quilo, enquanto que o requeijão da embalagem de 160 gramas custa R\$ 27,50 por quilo.

Além disso, a informação do preço por unidade de medida possibilita ao consumidor avaliar corretamente a vantagem de comprar um produto em embalagem econômica ou múltipla e a perceber imediatamente uma alteração de preço, mesmo quando o preço da embalagem continua o mesmo apesar de a quantidade ter sido diminuída.

A nosso ver, a informação dos preços em unidades de medida não deve ficar restrita aos produtos fracionados em pequenas quantidades, como propõe a iniciativa em análise, mas deve estender-se a todos os produtos e serviços, de modo a prover informações relevantes sobre preço ao consumidor, em benefício da transparência nas relações de consumo e da livre



CÂMARA DOS DEPUTADOS

concorrência. Vale ressaltar que consideramos a proposta viável dos pontos de vista econômico e técnico, pois não cria custos adicionais para o fornecedor.

Quanto à questão específica da informação do preço do pão francês, esta já se encontra devidamente regulamentada pela Portaria nº 146, de 2006, do Instituto Nacional de Metrologia Qualidade e Tecnologia – INMETRO, que determina que o preço do pão francês seja indicado por quilograma.

Consideramos que a Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, deve ser aditada para disciplinar a qualidade da informação sobre preço que o consumidor encontra escrita nas etiquetas, bem como que a etiqueta deve informar o preço à vista da quantidade de produto contida na embalagem da mercadoria e o preço proporcional a uma das unidades de medida pertencentes ao Sistema Internacional de Unidades – SI, adotado pelo Brasil em 1962 e ratificado pela Resolução nº 12 de 1988 do Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - CONMETRO, que são de uso obrigatório em todo o Território Nacional, a saber: metro, metro quadrado, quilograma e litro.

Pelas razões apontadas acima, votamos pela aprovação dos Projetos de Lei nº 2.622, de 2011, e nº 1.248, de 2011, na forma do Substitutivo em anexo, e pela rejeição do Projeto de Lei nº 2.698, de 2011.

Sala da Comissão, em de de 2012

Deputada IRACEMA PORTELLA (PP-PI)

Relatora



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 2.622, DE 2011

Altera a Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, para disciplinar a informação de preço ao consumidor.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acrescenta o art. 3º- A à Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 1994, para disciplinar a informação de preço ao consumidor.

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

“Art.3º-A. Além do preço à vista referente à embalagem oferecida, deve constar da etiqueta, relação ou outro meio que informe preço ao consumidor, o preço à vista proporcional a um metro, um metro quadrado, um quilograma, ou um litro, a depender da especificidade do produto ou serviço, em caracteres facilmente legíveis e com os mesmos destaque e tamanho de fonte utilizados na informação dos preços referentes à embalagem oferecida”. (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em de de 2012

Deputada IRACEMA PORTELLA (PP-PI)

Relatora