



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 2.622, DE 2011 **(Apensos: 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, o projeto de lei em epígrafe vem 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.

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.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

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.

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



CÂMARA DOS DEPUTADOS

II - VOTO DA RELATORA

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, 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



CÂMARA DOS DEPUTADOS

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 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, apontamos que a questão já se encontra 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. Não obstante, contemplamos também essa proposição em nosso Substitutivo.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

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, nº 1.248, de 2011, e nº 2.698, de 2011, na forma do SUBSTITUTIVO anexo.

Sala da Comissão, em de de 2013

Deputada IRACEMA PORTELLA
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.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Sala da Comissão, em de de 2013

Deputada IRACEMA PORTELLA (PP-PI)
Relatora