



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

Gabinete da Deputada Socorro Neri PP/AC

Apresentação: 21/05/2026 09:42:14.600 - Mesa

**PL n.2548/2026**

**PROJETO DE LEI Nº , DE 2026**

(Da Sra. SOCORRO NERI)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para vedar a diferenciação injustificada de preços de produtos e serviços substancialmente equivalentes em razão do direcionamento comercial ao público consumidor feminino ou masculino, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, o Código de Defesa do Consumidor, para vedar a prática comercial abusiva consistente na diferenciação injustificada de preços de produtos ou serviços substancialmente equivalentes, com base em características do produto ou serviço, como composição, quantidade, qualidade, funcionalidade, tecnologia empregada, embalagem, fragrância, cor ou denominação comercial.

Art. 2º O art. 31 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo:

“Art. 31. ....

§ 1º .....

§ 2º Na oferta de produtos ou serviços substancialmente equivalentes destinados a públicos distintos, feminino ou masculino, o fornecedor deverá assegurar informação clara, precisa e ostensiva sobre os elementos objetivos que justifiquem diferença de preço, inclusive



\* C D 2 6 7 6 7 9 7 8 6 3 0 0 \*



## CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete da Deputada Socorro Neri PP/AC

Apresentação: 21/05/2026 09:42:14.600 - Mesa

PL n.2548/2026

composição, quantidade, qualidade, funcionalidade, tecnologia empregada, custo de produção ou prestação, quando houver.” (NR)

Art. 3º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso:

“Art. 39. ....

XV – praticar preço superior, sem justificativa objetiva e demonstrável, para produto ou serviço substancialmente equivalente a outro, quando a diferenciação decorrer de direcionamento mercadológico associado ao sexo, identidade visual, cor, embalagem, fragrância, denominação comercial ou qualquer outro elemento de segmentação do público consumidor.

.....” (NR)

Art. 4º Para os fins desta Lei, consideram-se produtos ou serviços substancialmente equivalentes aqueles que apresentem mesma finalidade, funcionalidade, composição, quantidade, qualidade, desempenho ou utilidade, ainda que possuam diferenças de cor, embalagem, fragrância, nome comercial, comunicação visual ou público-alvo.

Art. 5º A infração ao disposto nesta Lei sujeitará o fornecedor às sanções administrativas previstas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, sem prejuízo da responsabilização civil cabível e da atuação dos órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

Art. 6º Esta Lei entra em vigor após decorridos 180 dias de sua publicação oficial.

## JUSTIFICAÇÃO

A presente proposição tem por objetivo enfrentar prática discriminatória de mercado conhecida como “pink tax” ou “taxa rosa”, expressão utilizada para designar a





## CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete da Deputada Socorro Neri PP/AC

Apresentação: 21/05/2026 09:42:14.600 - Mesa

PL n.2548/2026

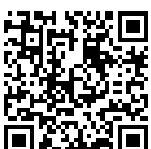
cobrança de preços superiores por produtos ou serviços direcionados ao público feminino, embora sejam substancialmente equivalentes a itens destinados ao público masculino ou a produto sem direcionamento específico ao público feminino ou masculino.

A matéria foi recentemente abordada pela Revista Problemas Brasileiros, edição nº 491, de março/abril de 2026, em reportagem intitulada “Ser mulher em 2026”, de autoria de Luciana Alvarez. A publicação evidencia que, embora o Brasil tenha avançado em marcos legais relevantes para a proteção das mulheres — como a Lei Maria da Penha, a que incluiu o feminicídio como qualificadora do homicídio e a Lei da Igualdade Salarial —, persistem desigualdades concretas que penalizam as mulheres tanto na vida pessoal quanto profissional.

No campo das relações de consumo, a reportagem destaca estudo da Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas — FGV DAPP, realizado em 2020, segundo o qual, no varejo online brasileiro, 28% dos produtos analisados apresentaram sobretaxa associada ao direcionamento ao público feminino. A mesma análise apontou que essa incidência começa já na infância, uma vez que mochilas para meninas chegavam a ser 67% mais caras. No vestuário adulto, camisetas femininas custavam, em média, 24% a mais; e, nos segmentos de higiene pessoal e aparelhos de depilação, os produtos destinados às mulheres eram 14% mais caros. A reportagem registra, ainda, que 97% das brasileiras entrevistadas concordaram com a afirmação de que “ser mulher é mais caro”.

Esses dados demonstram que a chamada taxa rosa não constitui fato isolado nem mera percepção subjetiva das consumidoras, mas prática mensurável de diferenciação de preços em produtos de uso cotidiano. Itens como lâminas de barbear, xampus, desodorantes, produtos de higiene, beleza, vestuário e acessórios infantis podem ser comercializados por valores superiores quando associados ao universo feminino, ainda que apresentem finalidade, composição, quantidade, qualidade ou funcionalidade equivalentes aos produtos direcionados ao público masculino ou neutro.

A prática agrava desigualdades econômicas entre mulheres e homens, pois impõe às mulheres maior gasto em bens de consumo essenciais ou recorrentes. Esse impacto



\* C D 2 6 7 6 7 9 7 8 6 3 0 0 \*



## CÂMARA DOS DEPUTADOS

Gabinete da Deputada Socorro Neri PP/AC

Apresentação: 21/05/2026 09:42:14.600 - Mesa

PL n.2548/2026

torna-se ainda mais relevante quando considerado em conjunto com outras assimetrias estruturais, como diferenças de rendimento, maior carga de trabalho doméstico e responsabilidades de cuidado, além da persistência de formas diversas de discriminação contra mulheres no mercado de trabalho e na sociedade.

A presente proposição não pretende instituir tabelamento de preços, limitar a livre iniciativa ou impedir estratégias legítimas de diferenciação de produtos. O que se busca vedar é a diferenciação injustificada, quando produtos ou serviços substancialmente equivalentes forem cobrados por valor superior em razão de segmentação comercial dirigida ao público feminino ou masculino, sem fundamento objetivo, técnico ou econômico demonstrável.

A Constituição Federal assegura a igualdade entre homens e mulheres e consagra a defesa do consumidor como princípio da ordem econômica. O Código de Defesa do Consumidor, por sua vez, já considera abusivas práticas como a exigência de vantagem manifestamente excessiva e a elevação sem justa causa de preços de produtos ou serviços. Nesse contexto, a alteração proposta aperfeiçoa o regime de proteção consumerista, conferindo maior precisão normativa ao enfrentamento de práticas discriminatórias de precificação.

A medida também fortalece a transparência nas relações de consumo, ao exigir que eventual diferença de preço entre produtos ou serviços substancialmente equivalentes seja amparada por critérios objetivos, tais como composição, quantidade, qualidade, desempenho, tecnologia empregada ou custo de produção. Dessa forma, preserva-se a liberdade econômica quando houver justificativa legítima, mas se impede que a segmentação mercadológica dirigida ao público feminino seja utilizada como fundamento para onerar injustificadamente as consumidoras.

Diante do exposto, a proposição contribui para a promoção da igualdade material entre mulheres e homens, para o combate a práticas comerciais discriminatórias e para o aperfeiçoamento da legislação brasileira de defesa do consumidor.



\* C D 2 6 7 6 7 9 7 8 6 3 0 0 \*



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

Gabinete da Deputada Socorro Neri PP/AC

Sala das Sessões, em        de        de 2026.

Deputada SOCORRO NERI

Apresentação: 21/05/2026 09:42:14.600 - Mesa

PL n.2548/2026



Câmara dos Deputados | Anexo IV - Gabinete 342 | CEP 70160-900 - Brasília/DF  
Tels (61) 3215-5342/3342 | [dep.socorroneiri@camara.leg.br](mailto:dep.socorroneiri@camara.leg.br)

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD267679786300>  
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Socorro Neri



\* CD 267679786300 \*