

COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO.

PROJETO DE LEI Nº 5.846-A, DE 2005.

Revoga a Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004.

Autor: Deputado CELSO RUSSOMANNO

Relator: Deputado JORGE BOEIRA

I - RELATÓRIO

O projeto em epígrafe, de autoria do ilustre Deputado Celso Russomano, revoga 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.

Em sua justificação, o nobre Autor argumenta que a supracitada lei vai de encontro a um direito básico do consumidor: o de ser informado sobre o preço dos produtos. Ao permitir que preços sejam divulgados apenas por meio de códigos de barras, na opinião do ínclito Deputado, a Lei nº 10.962, de 2004, representa um retrocesso em relação ao Código de Defesa do Consumidor.

A proposição está sujeita à apreciação conclusiva pela Comissão de Defesa do Consumidor e por esta Comissão, que ora a examina. Caberá à Comissão de Constituição, Justiça e de Cidadania emitir parecer terminativo ao Projeto.

No prazo regimental, não foram apresentadas emendas ao PL 5.846, de 2005.



1520A5F740

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

A Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, objetiva regulamentar o inciso III do art. 6º do Código de Defesa do Consumidor, que define como direito básico do consumidor:

*“III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e **preço**, bem como sobre os riscos que apresentem;” (grifo nosso)*

Neste sentido, pretende estabelecer regras básicas e claras a fim de balizar Estados e o Distrito Federal em suas tarefas de legislar concorrentemente sobre a matéria. Na ausência de regramento federal, seria de se esperar determinações estaduais de toda a sorte, gerando incertezas e, conseqüentemente, ineficiências produtivas que teriam que ser absorvidas pelos empresários.

Visando a atender ao objetivo a que se propõe, a Lei nº 10.962, de 2004, dispõe em seu artigo 2º sobre as formas de afixação de preços de produtos em vendas a varejo ao consumidor. Mais especificamente, em seu inciso II determina que os preços poderão ser informados:

*“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.**”*

Deixa claro, também, no parágrafo único do supracitado artigo, que, junto aos produtos que contenham códigos referenciais ou de barras,



o comerciante deverá expor, “de forma clara e legível”, informações sobre preços, características e código do produto.

De forma complementar e não excludente, com o intuito de proteger o consumidor e garantir seu acesso à informação correta, o art. 4º da mencionada lei estabelece ainda que:

“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”.

A nossa interpretação, assim como foi a do Colegiado que nos antecedeu, é que não há motivos para preocupação como a externada pelo autor da matéria em apreço. A Lei nº 10.962, de 2004, não permite que o acesso dos consumidores às informações sobre os preços de produtos que contenham códigos de barras seja realizada **apenas** por meio de equipamentos de leitura ótica, localizados nos estabelecimentos, o que, de fato, configuraria um retrocesso em relação ao Código de Defesa do Consumidor.

Estamos convictos de que essa não é a situação aventada no aludido dispositivo. Pelo contrário, a lei é clara ao dispor que, nesses casos, informações relativas ao preço e características do produto devem se encontrar próximas aos itens expostos.

Ao nosso ver, os códigos de barra representam um avanço em relação à prática anterior de aposição de etiquetas diretamente nos produtos. Do ponto de vista econômico, estima-se que a fixação de etiquetas gomadas representavam, em média, cerca de 2% do faturamento bruto das empresas que comercializavam produtos no varejo em todo o País. Em última instância, sabe-se que, dependendo do produto, o empresário poderia repassar parte ou a totalidade dessa despesa ao preço final do produto, prejudicando o consumidor. Assim, a aposição de código de barras elimina esse custo, o que pode trazer benefícios aos agentes econômicos.



Ademais, a identificação codificada de produtos permite o registro eletrônico de suas características, bem como de seus preços, o que confere agilidade à rede de varejistas (que podem, rapidamente, realizar promoções, alterando preços), reduz as margens de erro na precificação dos produtos e facilita a fiscalização e o controle dos estabelecimentos.

Julgamos, assim, que essa tecnologia representa um avanço para a oferta de produtos e serviços ao consumidor. Traz, portanto, inúmeras vantagens, especialmente de caráter econômico, tanto para ofertantes quanto para demandantes de produtos comercializados no varejo em nosso país.

Ante o exposto, **votamos pela rejeição do Projeto de Lei nº 5.846, de 2005.**

Sala da Comissão, em de de 2006.

Deputado JORGE BOEIRA
Relator

