

## **COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

### **PROJETO DE LEI Nº 4.835, DE 2009**

(Apensados o PL nº 4.991, de 2009 e o PL nº 7.122, de 2010)

Determina aos supermercados e aos estabelecimentos congêneres a discriminação dos preços por unidade de medida nas etiquetas dos produtos.

**Autor:** Deputado Valtenir Pereira

**Relator:** Deputado Dr. Nechar

## **I - RELATÓRIO**

O projeto de lei em epígrafe pretende disciplinar as informações sobre preços de produtos constantes das etiquetas afixadas nas gôndolas de supermercados e estabelecimentos similares.

A proposição determina que o fornecedor deverá informar nas etiquetas fixadas nas gôndolas onde se encontrem expostos produtos vendidos em embalagens por quilo, litro ou metro, o valor total e o valor por unidade de medida, para que o consumidor possa comparar preços entre produtos com base na quantidade ofertada.

Estabelece ainda, para o caso de descumprimento da norma, que o infrator estará sujeito à autuação por órgão de defesa do consumidor e à multa de 1 a 10 salários mínimos por dia, de acordo com sua capacidade econômica.

À proposição principal foi apensado o PL nº 4.991, de 2009, de autoria do Deputado Paulo Pimenta que determina que a oferta e apresentação de produtos que compõem a cesta básica nacional devam

garantir a visualização aos seus consumidores do preço por unidade de medida nas suas etiquetas. Estipula ainda que os produtos ofertados ao consumo, cuja essência seja mensurável nas unidades de medida padrão utilizadas no Brasil, referentes a peso, volume e tamanho, deverão apresentar nas etiquetas de preço expostas ao consumidor, a relação do preço pela unidade da medida utilizada.

Posteriormente, foi apensado o PL nº 7.122, de 2010, que inclui dispositivos à Lei nº 8.078, de 1990, para obrigar fornecedores varejistas a informarem, além do preço total do produto na quantidade ofertada, o preço de um quilo, de um litro ou de um metro do referido produto. Essas informações adicionais deverão ser expostas no mesmo espaço de divulgação do preço do produto ofertado, permitindo a rápida e fácil visualização pelo consumidor.

As proposições foram distribuídas, em regime de tramitação ordinária e com apreciação conclusiva, a esta Comissão e à douta Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania.

## **II - VOTO DO RELATOR**

As proposições em apreciação pretendem aprimorar o sistema de afixação de preços no varejo, de modo que o consumidor consiga comparar o preço de produtos semelhantes, sem auxílio de uma calculadora.

No nosso dia a dia, a dificuldade de comparação de preços realmente existe, porque produtos semelhantes, mas de marcas diferentes, são acondicionados em embalagens de tamanhos variados e vendidos por preços variados, dificultando ao consumidor reconhecer as diferenças de preços entre produtos. Por exemplo, encontramos no supermercado três pacotes de bolachas de água e sal: o primeiro contém 200g e custa R\$ 2,69, o segundo contém 180g e custa R\$ 2,49, o terceiro contém 130g e custa R\$ 1,99. Assim, fica difícil saber qual o mais barato sem o auxílio da calculadora, e sem o tempo necessário para efetuar os cálculos a cada produto a ser comprado.

De outro modo, se, além das informações já disponíveis, o consumidor soubesse que as bolachas do primeiro pacote custam R\$13,45 o quilo, as do segundo R\$13,83 o quilo, e as do terceiro R\$ 15,30 o quilo, imediatamente, sem qualquer esforço, saberia que as bolachas do primeiro pacote são as mais baratas e as do terceiro pacote as mais caras.

Além disso, a informação do preço por unidade de medida evitará que o consumidor seja induzido a erro por fornecedores que se utilizam de uma política de marketing extremamente duvidosa, para dizer o mínimo, na qual o produto é lançado no mercado em uma embalagem contendo uma certa quantidade e, após a aceitação do produto e do preço pelo consumidor, a quantidade da embalagem é diminuída sem qualquer diminuição no preço e sem qualquer aviso ao consumidor. Nesse caso, se o preço por unidade de medida for informado ao consumidor, será muito mais fácil perceber a majoração do preço.

Devemos ressaltar que a padronização da quantidade de produto contida nas embalagens vale apenas para alguns produtos essenciais como leite, manteiga, papel higiênico e outros que só podem ser ofertados ao consumidor em quantidades predeterminadas pelo INMETRO. Entretanto, a grande maioria dos produtos consumidos diariamente pode ser ofertada livremente em qualquer quantidade.

O PL nº 4.835, de 2009, pretende melhor disciplinar a aposição dos preços das mercadorias pelos supermercados no país, de modo a permitir a fácil e imediata comparação pelo consumidor entre os respectivos preços atribuídos para as diferentes embalagens de produtos similares.

De acordo com a justificação do projeto, sua inspiração decorreu de uma iniciativa da 1ª Promotoria de Justiça de Tutela Coletiva de Defesa do Consumidor e do Contribuinte da Capital do Rio de Janeiro que, em 17 de fevereiro deste ano, firmou um Termo de Cooperação Técnica com a Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (Asserj), no qual as redes de supermercados assumem a responsabilidade de incluir mais informações nas etiquetas das mercadorias, para que o consumidor possa comparar preços entre produtos com base na quantidade.

Segundo o autor da proposição, Deputado Valtenir Pereira, o “projeto de lei visa ao melhor atendimento do consumidor, nos moldes do princípio da publicidade nas relações consumeristas, tornando obrigatório em todo o território nacional a iniciativa positiva trazida do Estado do Rio de Janeiro.”

Em que pese já haver previsão legal no próprio Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90), em seu art. 31, ao determinar que “a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores”, entendemos que os supermercados e estabelecimentos congêneres não vêm respeitando esta norma do CDC.

De outro modo, cumpre-nos destacar que está em pleno vigor a **Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004**, que “Dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços dos produtos e serviços para o consumidor”, a qual já cumpre o papel de bem disciplinar essa questão da afixação dos preços das mercadorias e das informações que devem constar para o consumidor. Por ser especialmente oportuno, reproduzimos a seguir o art. 2º da lei, que assim dispõe:

*“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.*

*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.” (grifamos)*

Esta lei ainda foi regulamentada pelo **Decreto nº 5.903, de 20 de setembro de 2006**, que trouxe inúmeros detalhamentos, principalmente em seus arts. 2º ao 5º, mas não abordou especificamente a preocupação ora esboçada no projeto de lei em análise.

Este decreto em seu art. 9º já prevê e tipifica oito condutas que configuram infrações ao direito básico do consumidor à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, sujeitando o infrator às penalidades previstas na Lei nº 8.078/90. Desse modo, por ser redundante, também não faz sentido manter o art. 4º do projeto de lei em questão.

Em face disso, estamos propondo um substitutivo com o propósito de proceder à inclusão de um novo artigo no corpo da própria Lei nº 10.962/04, sempre atento à boa técnica legislativa e redação, pelo que também devemos zelar nesta Comissão.

Quanto ao o PL nº 4.991, de 2009, apensado, de autoria do Deputado Paulo Pimenta, é similar no objetivo à proposição principal, mas contém uma limitação, não justificada ao nosso ver, que restringe o campo de atuação da norma proposta somente à cesta básica nacional. Por tais razões, o aprovamos, porém na forma do substitutivo anexo.

Em relação ao PL nº 7.122, de 2010, igualmente apensado, de autoria do Deputado Carlos Sampaio, podemos dizer que pretende alcançar o mesmo objetivo das proposições já mencionadas. Entretanto, é mais específico ao determinar que os preços por quilo, litro ou metro devem estar expostos no mesmo espaço de divulgação do preço do produto ofertado e em tamanho e forma que permitam a visualização rápida e fácil por parte do consumidor. Por aprimorar a idéia central das proposições ora em análise, igualmente o aprovamos na forma do substitutivo anexo.

Face ao exposto, somos pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 4.835, de 2009, bem como dos apensados: Projeto de Lei nº 4.991, de 2009, e Projeto de Lei nº 7.122, de 2010, todos na forma do substitutivo que ora apresentamos em anexo.

Sala da Comissão, em                      de                      de 2010.

Deputado DR. NECHAR  
Relator

## COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

### PROJETO DE LEI Nº 4.835, DE 2009 (Apensados, o PL nº 4.991, de 2009 e o PL nº 7.122, de 2010)

Determina aos supermercados e aos estabelecimentos congêneres a discriminação dos preços por unidade de medida nas etiquetas dos produtos.

### SUBSTITUTIVO DO RELATOR

Art. 1º Dê-se à ementa do Projeto de Lei nº 4.835, de 2009, a seguinte redação:

*“Acrescenta novo artigo à Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, que “Dispõe sobre a oferta e as formas de afiação de preços dos produtos e serviços para o consumidor”.*

Art. 2º A Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, que “Dispõe sobre a oferta e as formas de afiação de preços dos produtos e serviços para o consumidor”, passa a vigorar acrescida do seguinte artigo 2º - A:

*"Art. 2º-A. Os supermercados, hipermercados, mercearias ou estabelecimentos comerciais onde o consumidor tenha acesso direto ao produto deverão informar, no mesmo espaço destinado à exposição do preço à vista do produto, também o preço à vista correspondente a um quilo, um litro ou um metro do mesmo produto, conforme a unidade de medida informada na embalagem.*

Sala da Comissão, em                      de                      de 2010.

Deputado DR. NECHAR  
Relator