



Breve análise sobre precificação de produtos a luz do CDC

Com o advento da nova ordem constitucional em 1988, garantiu-se a proteção dos direitos do consumidor, sedimentada com as sanções da Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), que vem disciplinar as relações de consumo em nosso país.

De tal modo, o consumidor se viu protegido ao saber da existência de uma lei que o resguardava quanto a possíveis abusos de fornecedores. Seguindo esse novo modelo, coube apenas uma atitude aos fornecedores: se adequar às novas regras disciplinadas em lei, e, na legislação complementar que posteriormente foi surgindo.

Para garantir a efetividade desse direito o poder Executivo trabalha por meio de seus órgãos de proteção e defesa de consumidores (Procons), com o intuito de penalizar aqueles que ferem os direitos dos consumidores. Já o Judiciário contribuiu com a implantação de juizados especializados em relações de consumo, como por exemplo o 10º Juizado Cível da cidade de Goiânia.

No capítulo V do Código de Defesa e Proteção do Consumidor, restou regulamentada, em seu artigo 30 e seguintes a oferta de produtos e serviços. Nestes artigos foi exposta, de forma reiterada, a necessidade de oferecer ao consumidor informações corretas, claras, precisas, sobre as características, qualidades, preço, prazo, garantia dentre outros.

Proibiu-se a prática de publicidade enganosa, ou seja, aquela capaz de induzir o consumidor ao erro, sobre a quantidade, qualidade, preço, formas de pagamento, e, nessa mesma linha, a omissão de dados essenciais que possam interferir na compra.

Lei Federal 10.962/04

Em 11 de outubro de 2004 foi sancionada a Lei 10.962 que dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços em produtos e serviços para o consumidor. Esta lei vem regular a forma que deve ser feita a afixação de preços em mercadorias à venda a varejo para o consumidor. Enumeraremos aqui de forma bem simples os principais aspectos que deverão ser seguidos pelos comerciantes:

O preço pode ser determinado por intermédio de etiquetas ou similares, que devem estar diretamente afixados nos produtos expostos a venda, de forma bem nítida e clara, sem que o consumidor precise da intervenção ou colaboração do vendedor.

Na impossibilidade de afixação de preços diretamente nos produtos é permitido o uso de relações de preços dos produtos expostos, bem como dos serviços oferecidos, de forma escrita, clara e acessível ao consumidor.

Em caso de ocorrer a divergência entre valores estabelecidos para o mesmo produto o consumidor deverá sempre pagar o menor preço entre eles.



Decreto Federal 5.903/06

Decreto é um ato legislativo emanado pelo chefe do Poder Executivo, geralmente utilizado para regulamentar e garantir a fiel execução de alguma lei previamente em vigor. Em nosso caso, serviu-se a regulamentar a lei da precificação e o CDC. Nesse sentido, o presidente Lula, decretou as seguintes normas que explicaremos de forma rápida a seguir:

Seguindo o padrão estipulado pelo CDC, os preços de produtos e serviços deverão ser informados de modo que garantam ao consumidor a sua correção, clareza, precisão, ostensividade e legibilidade sobre as informações ali prestadas.

A própria lei traz o conceito dos termos acima enumerados, o qual transcrevemos:

I – correção, a informação verdadeira que não seja capaz de induzir o consumidor em erro;

II – clareza, a informação que pode ser entendida de imediato e com facilidade pelo consumidor, sem abreviaturas que dificultem a sua compreensão, e sem a necessidade de qualquer interpretação ou cálculo;

III – precisão, a informação que seja exata, definida e que esteja física ou visualmente ligada ao produto a que se refere, sem nenhum embaraço físico ou visual interposto;

IV – ostensividade, a informação que seja de fácil percepção, dispensando qualquer esforço na sua assimilação; e

V – legibilidade, a informação que seja visível e indelével.

O consumidor deverá ser sempre informado do preço à vista, e, no caso de o comerciante conceder crédito (parcelamento, financiamento), deverá também ser discriminado de forma clara:

- a) o valor total a ser pago com o financiamento;
- b) o número, periodicidade e valor das prestações;
- c) os juros;
- d) os eventuais acréscimos e encargos que incidirão sobre o valor do financiamento ou parcelamento.



Ressalta-se que os preços dos produtos e serviços expostos à venda deverão ficar sempre visíveis aos consumidores enquanto o estabelecimento estiver aberto ao público, até mesmo em momentos de montagem de vitrine, rearranjo ou limpeza, não podendo em hipótese alguma prejudicar as informações referentes aos preços.

Como já disposto na Lei 10.962/04, o Decreto reafirma que os produtos em vitrine deverão estar sempre as suas etiquetas (ou similares) com a face principal voltada para o consumidor, de forma a garantir que o mesmo tenha maior visibilidade do preço, sem que lhe seja necessário pedir qualquer tipo de auxílio ao comerciante.

Poderá ser utilizada a forma de relação de preços dos produtos e serviços em estabelecimentos do tipo bares, boates, restaurantes. E, novamente, esta deverá estar voltada para os consumidores.

O Decreto também disciplinou o artigo sobre a oferta de produtos e serviço. O seu artigo 9º é bastante explicativo, e vem sanar qualquer dúvida sobre a forma da veiculação dos preços, esclarecendo que o infrator pode sofrer as penalidades previstas no CDC nos casos de:

- I — utilizar letras cujo tamanho não seja uniforme ou dificulte a percepção da informação, considerada a distância normal de visualização do consumidor;**
- II — expor preços com as cores das letras e do fundo idêntico ou semelhante;**
- III — utilizar caracteres apagados, rasurados ou borrados;**
- IV — informar preços apenas em parcelas, obrigando o consumidor ao cálculo do total;**
- V — informar preços em moeda estrangeira, desacompanhados de sua conversão em moeda corrente nacional, em caracteres de igual ou superior destaque;**
- VI — utilizar referência que deixa dúvida quanto à identificação do item ao qual se refere;**
- VII — atribuir preços distintos para o mesmo item; e**
- VIII — expor informação redigida na vertical ou outro ângulo que dificulte a percepção.**

Das penalidades

Em se tratando de matéria de penalidades, o CDC, e, o Decreto 2.181/97 que o regulamentou, disciplinaram as sanções administrativas pelas quais estarão sujeitos os fornecedores que infringirem as normas de defesa do consumidor.



No caso de precificação de produtos, a medida mais comum é a multa (artigo 56, I, do CDC), e, a sua gradação levará em conta a gravidade da infração, a condição econômica do fornecedor multado, e a vantagem auferida com a prática infrativa.

Vale ressaltar que a multa pode ser estabelecida entre o valor de 200 (duzentas) a 3.000.000 (três milhões) de Ufirs, conforme estabelece artigo 57 do CDC.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos.

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo.

Conclusão

Com certeza temos que parabenizar a atitude legislativa em disciplinar um campo que sempre foi árido de explicações, o que gerava sempre uma sorte de equívocos causados tanto pelos fornecedores, consumidores, e pelos órgãos de fiscalização.

Cabe, agora, a cada empresa, comerciante, fornecedor se adequar às normas, para que assim se evite maiores transtornos como reclamações de consumidores e multas provenientes dos órgãos de defesa.

Date Created

26/12/2008