



15644471



08012.002360/2021-51



Ministério da Justiça e Segurança Pública
Secretaria Nacional do Consumidor
Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor
Coordenação-Geral de Estudos e Monitoramento de Mercado
Divisão de Análise e Gestão da Informação

NOTA TÉCNICA Nº 12/2021/DIAGI/CGEMM/DPDC/SENACON/MJ

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 08012.002360/2021-51

Assunto: Nota de Técnica de Orientação: Lei nº 14.181, de 01 julho de 2021 e o preço por unidade de medida

1. RELATÓRIO

1. Foi sancionada a Lei 14.181, de 1º de julho de 2021, que alterou o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990) para "aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento". Entre as novas regras ali discutidas, fica estabelecido, no inciso XIII do art. 6º do Código de Defesa do Consumidor (CDC), que é direito básico do consumidor *"a informação acerca dos preços dos produtos por unidade de medida, tal como por quilo, por litro, por metro ou por outra unidade, conforme o caso"*.

2. A regra tem o escopo de facilitar ao consumidor comparar valores de itens iguais ou similares, da mesma marca ou de marcas diferentes, o que fortalece seu poder decisório no momento da escolha dos produtos e serviços que intenciona adquirir e pode resultar em economias ao final do mês. Regras similares existem em outros países, como Estados Unidos, França, Alemanha, Colômbia e Chile, conforme apurado em consultoria sobre superendividamento conduzido pela Ernest & Young, contratada pela SENACON, mediante parceria com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD).

3. Apesar do seu inquestionável mérito, a normativa não estabelece contornos detalhados para sua aplicação, o que tem gerado dúvidas por parte de alguns fornecedores e de órgãos de proteção e de defesa do consumidor. De todo modo, a informação por unidade de medida já vinha sendo adotada em algumas regiões do Brasil, o que auxilia a construção de alguns parâmetros para sua aplicação em âmbito nacional.

4. Na linha das dificuldades apresentadas pelos fornecedores, em 27.07.21, a Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), que congrega todas as Associações Estaduais de Supermercados instaladas no País (mais de 91 mil lojas), encaminhou à Secretária Nacional do Consumidor o Of. 016/2021/PRES/ABRAS (15364813), com algumas dúvidas sobre a padronização e harmonização das informações por unidade de medida nos supermercados representados por eles. As questões levantadas foram as seguintes:

- Como deve constar o preço por unidade de medida de produtos como, por exemplo, papel higiênico, guardanapo de papel, toalha de papel, papel alumínio, papel filme, canudos, conjuntos promocionais, temperos e condimentos, e outros.
- Como proceder a inclusão de tais preços por unidade de medida nas etiquetas eletrônicas, tabloides, E-commerce e nos Atacarejos, tendo em vista a necessária

adequação da tecnologia.

5. Adicionalmente, em 19.11.21, a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), também encaminhou carta (16463258) à Secretaria Nacional do Consumidor trazendo observações quanto à matéria, em especial ao que toca à ausência de alteração por parte de fornecedores de seus códigos de barras quando da eventual redução de peso, o que traria dificuldades no dever informação clara e precisa, conforme art. 6º, XIII, da Lei nº 14.181 de 2021.

6. Com isso, o propósito desta Nota é orientar o tratamento do tema, a partir do levantamento do escopo de algumas leis estaduais e do Projeto de Lei nº 4.355, de 08 de agosto 2019, que tramitava na Câmara dos Deputados sobre o assunto. Busca-se, assim, anotar as melhores práticas para possa trazer maior clareza na implementação da exposição das informações por unidade de medida, com vistas a orientar os fornecedores impactados pelo novo dispositivo e os membros do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, a quem caberá a sua fiscalização.

7. Com vistas a obter subsídios sobre o tema, realizou-se reunião com representantes do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO), em 27 de outubro de 2021. Embora o INMETRO não tenha atribuições específicas para tratar de precificação, a expertise da autarquia em questões de metrologia e qualidade trouxe aportes importantes para qualificar a reflexão, nesta SENACON, sobre o objeto desta Nota Técnica.

2. DESENVOLVIMENTO

8. A Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON) é órgão do Ministério da Justiça e Segurança Pública (MJSP) com competências para zelar pela proteção dos direitos dos consumidores, a fim de garantir relações de consumo mais equilibradas e, em conjunto com outros órgãos e entidades públicas e privadas, o efetivo cumprimento da Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor (CDC).

9. Com vistas a coordenar o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), a SENACON é responsável pelo planejamento, elaboração, coordenação e execução da política nacional de proteção ao consumidor. Embora a Secretaria seja responsável por coordenar a política do SNDC, há que ressaltar que cada órgão de proteção e defesa do consumidor (estadual, do Distrito Federal ou municipal) é competente para, no âmbito da sua jurisdição e na forma da lei, desenvolver atividades pertinentes à defesa do consumidor, conforme incisos II a XIV do artigo 3º e os artigos 4º e 5º do Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1997, que dispõe sobre a organização do SNDC.

2.1. Direito à informação

10. Entre os direitos básicos que cabe à SENACON e aos órgãos de defesa do consumidor zelar, está o direito à informação. Este é considerado um dos pilares da defesa do consumidor, pois representa um direito fundamental para que o consumidor exerça seu poder de escolha.

11. O Código de Defesa do Consumidor (CDC) dispõe, nos incisos II e III do art. 6º, que é direito básico do consumidor a educação para o consumo e a informação adequada e clara sobre diferentes produtos colocados no mercado. *In verbis*:

“Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a **educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços**, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

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

(grifos nossos)

12. Na mesma linha, o art. 31 do CDC determina que a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas. *In verbis*:

Art. 31. **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.

(grifos nossos)

13. Desse modo, entende-se que o consumidor deve receber, no momento oportuno (durante o processo de escolha do produto ou serviço, antes de concretizar a aquisição), toda a informação adequada dos produtos que vier a consumir. Ou seja, considerando os princípios da confiança, transparência, cooperação e informação qualificada, os fornecedores devem estar capacitados a ajudar ativamente o consumidor a compreender, sem dificuldades, o produto que está sendo comercializado.

2.2. Mérito da disponibilização da informação por unidade de medida

14. Como já mencionado, a Lei nº 14.181, de 1º julho de 2021, acrescentou ao Código de Defesa do Consumidor que a informação acerca dos preços dos produtos por unidade de medida é um direito básico do consumidor. *In verbis*:

CAPÍTULO III

Dos Direitos Básicos do Consumidor

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

(...)

XIII - a informação acerca dos preços dos produtos por unidade de medida, tal como por quilo, por litro, por metro ou por outra unidade, conforme o caso.

(grifos nossos)

15. O acesso à informação por unidade de medida se ampara justamente no direito à informação e educação para o consumo, apresentados anteriormente. Há que se recordar que a SENACON se manifestou sobre o tema recentemente. Durante a pandemia de Covid-19, em meados de 2020, a Secretaria recebeu uma série de reclamações sobre a redução do tamanho de produtos embalados.

16. Entre os pontos levantados na Nota Técnica nº 11/2020/DIAGI/CGEMM/DPDC/SENACON/MJ (13243226), que analisou o tema na época, reconheceram-se os benefícios relacionados à exposição nas gôndolas dos supermercados dos preços dos produtos por unidade de medida. Concluiu-se, naquele momento, que, ao lado de uma informação ostensiva e clara acerca da redução do conteúdo do produto – conforme determina a Portaria MJ nº 81, de 23 de janeiro de 2002 –, a indicação dos preços dos produtos por unidade de medida traria benefícios aos consumidores, ao fortalecer o seu processo decisório e favorecer decisões mais alinhadas às suas preferências. Isso contribuiria tanto para o maior bem-estar dos consumidores quanto, de modo indireto, para a concorrência entre os produtos postos à venda.

17. Sobre o assunto, vale lembrar que existe importante literatura sobre economia comportamental (*behavioral economics*) que está trazendo uma nova legitimidade científica para a proteção social dos consumidores, inserindo-os nas melhores práticas internacionais. Dentro dessa perspectiva, são incorporados à teoria econômica tradicional da escolha do consumidor erros previsíveis e sistemáticos, chamados de vieses, que afastam os consumidores de escolhas ótimas do ponto de vista das suas preferências. (BZ, Bianca. 2021).

18. Nesse sentido, informação do preço do produto por unidade de medida tem seu mérito, ao facilitar a comparação, pelos consumidores, do preço de produtos iguais ou similares durante suas compras e, dessa forma, conferir mais informações ao processo decisório. Essa informação reduz o tempo (escasso, em diferentes medidas) e o esforço necessário para que os consumidores façam as contas e identifiquem o produto que corresponda ao melhor custo-benefício para ele. Há que destacar que, além de facilitar o processo decisório dos consumidores, a informação por unidade de medida também pode ser vista como uma oportunidade para os fornecedores fortalecerem sua relação de confiança com os consumidores.

2.3. Exposição do preço por unidade de medida: o que existe em outros países?

19. Há regras sobre divulgação de preços por unidade de medida em outros países, como França, Alemanha, Estados Unidos, Chile e Colômbia, conforme apurado em consultoria sobre superendividamento em elaboração pela Ernest & Young, contratada pela SENACON mediante parceria com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). Esses foram os cinco países analisados no estudo, escolhidos com base em semelhanças e diferenças com o Brasil no que se refere a desenvolvimento econômico, endividamento dos consumidores, tradição jurídica e disponibilidade de dados e informações. Possivelmente há regras similares em outros países, que não foram objeto do estudo.

20. Para subsidiar o assunto análise do assunto dentro da SENACON, também foram analisados cinco países que tratam o tema da seguinte forma:

2.3.1. França

21. O art. L 112-1 do Código do Consumidor Francês determina que qualquer vendedor de produto ou qualquer prestador de serviço deve informar ao consumidor, por marcação, etiquetagem, afixação ou por qualquer outro processo adequado, os preços e condições especiais de venda e execução dos serviços. No artigo seguinte (L 112-2), fica assegurado que o art. L 112-1 se aplica a todas as atividades de produção, distribuição e serviços, incluindo as realizadas por entidades públicas, em particular no âmbito de acordos de delegação de serviço público, bem como aos serviços mencionados no Título IV bis do Livro IV do Código Comercial.

22. No que diz respeito aos preços por unidade de medida, a França dispõe do Decreto de 16 de novembro de 1999 que aborda as questões relativas a publicidade preços de venda de determinados produtos pré-embalados, a saber:

“Artigo 1 - Os produtos pré-embalados constantes das listas anexas ao presente decreto estão sujeitos, quando expostos para “vente au détail à emporter” (“venda no varejo”, - tradução livre), a obrigações específicas no que se refere à publicidade dos seus preços.

Estes produtos devem ser acompanhados de uma etiqueta que indique o preço de venda por quilograma, hectograma, litro, decilitro, metro, metro quadrado ou metro cúbico, a quantidade líquida entregue e o respectivo preço de venda.

O comerciante sujeito a estas disposições pode optar pela rotulagem por hectograma ou por quilograma, de um lado, e por decilitro ou litro, do outro, sujeito à adoção de apenas uma unidade de medida para cada categoria de produtos mencionada no apêndice.”

23. Além do preço de venda, o consumidor deve ser informado do preço por unidade de medida (preço por quilograma, por litro) acompanhado da unidade. É o caso da maioria dos produtos alimentares e de certos produtos de higiene e manutenção. No entanto, certos produtos pré-embalados estão, por razões técnicas, isentos desta descrição, como sacos de plantas aromáticas com peso inferior a 30 g, certos açúcares, compotas com peso inferior a 50 g e certos queijos vendidos individualmente.

2.3.2. Alemanha

24. A Portaria Alemã de Indicação de Preços prevê que o preço por unidade de medida deve ser indicado nas imediações do preço final no comércio, se os bens forem oferecidos por peso, volume, comprimento ou área.

25. A unidade de medida para o preço básico é de 1 quilograma, 1 litro, 1 metro cúbico, 1 metro ou 1 metro quadrado da mercadoria. Para bens cujo peso nominal ou volume nominal normalmente não exceda 250 gramas ou mililitros, 100 gramas ou mililitros podem ser usados como uma unidade de medida pelo preço básico. No caso de bens soltos oferecidos em peso ou volume, 1 quilograma ou 100 gramas ou 1 litro ou 100 mililitros devem ser usados como uma unidade de medida para o preço básico, de acordo com a visão geral do mercado. No caso de mercadorias normalmente abastecidas em quantidades de 100 litros ou mais, 50 quilos ou mais ou 100 metros ou mais, a unidade de medida correspondente à percepção geral do mercado deve ser utilizada pelo preço básico. No caso de mercadorias para as quais o peso drenado deve ser indicado, o preço básico deve basear-se no peso drenado declarado.

26. Ademais, existem exceções à regra, situações nas quais essa indicação por unidade de medida é desnecessária na composição do preço final. Como exemplo dessas exceções, podemos citar os bens oferecidos como parte de um serviço, preço unitário idêntico ao preço final e mercadorias com peso nominal ou volume nominal inferior a 10 gramas ou 10 mililitros.

2.3.3. Estados Unidos

27. O Regulamento de Preços Unitários Uniformes (*Uniform Unit Pricing Regulation*) foi criado em 1983 pela Confederação Nacional de Pesos e Medidas e fornece uma abordagem nacional para preços unitários. Conforme indica o regulamento, cabe a cada jurisdição decidir se irá adotar as recomendações dispostas no regulamento.

28. Os regulamentos de preços unitários geralmente exigem a publicação do preço unitário por pound (libra, em tradução livre), ounce (onça, em tradução livre) ou outras unidades de medida nas prateleiras dos supermercados para cada mercadoria, junto com o preço de venda, para que os consumidores possam comparar o valor com mais facilidade. A regulamentação de preços unitários não apresenta regras diferenciadas pelo porte do varejista. De todo modo, cada estado tem autoridade para decidir qual regulamento de preço unitário deseja aplicar, ou até mesmo a sua não aplicação, bem como as diferenças regulatórias entre os estados são expressas em várias categorias de produtos. Alguns estados exigem preço unitário e outros não. Independentemente da exigência estadual, a maioria dos lojistas oferece essas informações.

2.3.4. Chile

29. O Serviço Nacional do Chile (SERNAC) disponibiliza uma aba digital sobre o “sistema de informação de preços”. Esse é um projeto que envolve diversas instituições do Estado e tem como objetivo concentrar as informações de preços de diversos produtos em uma única plataforma, de forma a facilitar a comparação entre os consumidores. Os valores são para referência e têm validade específica.

30. Além disso, a Lei chilena nº 19.496, em seu artigo 30, estabelece que os fornecedores devem informar ao público os preços dos bens que comercializam ou dos serviços que oferecem, com exceção daqueles que, por suas características, devam ser regulamentados convencionalmente. Essa Lei, em seu artigo 1, nº 3, declara que deve sempre ser fornecida a chamada “Informação comercial básica”, que são os dados, instruções, antecedentes ou indicações que o fornecedor deve obrigatoriamente fornecer ao público consumidor, em conformidade com a norma legal.

31. Quanto aos preços por unidade de medida, o Chile dispõe do Decreto nº 229/2002 do Ministério da Economia correspondente ao “Regulamento de Informação sobre o Preço Unitário dos Produtos” ou “Precios por Unidad de Medida (PPUM)”, que obriga o supermercado a informar ao consumidor do preço unitário da medida, juntamente com o preço de venda de cada um dos produtos

comercializados, vinculando a implementação deste regulamento com a Lei de Defesa dos Direitos do Consumidor.

32. Essa regulamentação obriga todos os supermercados do país a divulgar o preço exato de cada produto por unidade de medida, conforme abaixo:

"Artigo 5.- O preço por unidade de medida será indicado em:

a) Produtos que indiquem conteúdo líquido, e

b) Produtos compostos por unidades ou peças da mesma natureza que são vendidas no mesmo recipiente."

33. Porém não são todos produtos que deverão ter indicados os pesos por medida, conforme artigo 12 do referido Decreto:

"O supermercado não será obrigado a informar o preço por unidade de medida nos seguintes casos:

a) Se o preço de venda for igual ao preço por unidade de medida.

b) Em produtos rotulados e comercializados em quantidades inferiores a 50 gramas ou mililitros.

c) Em produtos vendidos em máquinas de venda automática.

d) Em porções individuais de sorvete."

2.3.5. Colômbia

34. A Lei 1.480 de 2011, em seus artigos 23 e 24, determina que os fornecedores e produtores devem fornecer aos consumidores informações claras, verdadeiras, suficientes, oportunas, verificáveis, compreensíveis, precisas e adequadas sobre os produtos que oferecem. Ademais, definem que as informações mínimas incluem, além de outras coisas, a quantidade, peso ou volume.

35. Além disso, a Superintendência da Indústria e Comércio ("SIC") Colombiana emitiu a Circular Externa nº 011, que é expressamente dirigida a peessoas físicas ou jurídicas que produzem ou comercializam produtos em lojas de autoatendimento ou por meio de vendas a distância. O objetivo dessa circular é indicar as diretrizes dos Preços por Unidade de Medida (PUM).

36. O Preço por Unidade de Medida é a relação preço-unidade de medida dos produtos pré-embalados ou a granel, e cujo preço está diretamente relacionado à quantidade, peso, volume, comprimento, área ou qualquer outra quantidade que seja oferecida ao consumidor, que garantem o exercício do direito à informação aos consumidores.

2.4. Exposição do preço por unidade de medida: o que já temos no Brasil?

2.4.1. Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004

37. A Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, trata das condições de oferta e afixação de preços de bens e serviços para o consumidor. Ela já exige hoje a exposição de preços por unidade de medida nas vendas a varejo de produtos fracionados em pequenas quantidades. *In verbis*:

Art. 2º-A Na venda a varejo de produtos fracionados em pequenas quantidades, o comerciante deverá informar, na etiqueta contendo o preço ou junto aos itens expostos, além do preço do produto à vista, **o preço correspondente a uma das seguintes unidades fundamentais de medida: capacidade, massa, volume, comprimento ou área, de acordo com a forma habitual de comercialização de cada tipo de produto.**

Parágrafo único. O disposto neste artigo não se aplica à comercialização de medicamentos.

(grifos nossos)

38. Uma complementação a essa Lei para ampliar o escopo de aplicação da informação por unidade de medida foi proposta por meio do Projeto de Lei nº 4.355, de 08 de agosto de 2019, conforme será visto na sequência.

2.4.2. Projeto de Lei nº 4.355, de 08 de agosto de 2019

39. O Projeto de Lei nº 4.355, de 2019, de autoria da deputada Soraya de Souza Mannato (PSL-ES), se aprovado, acrescentaria à Lei nº 10.962, de 2004, o art. 2º-B, com os seguintes termos:

Art. 2º- B. Os estabelecimentos comerciais de que trata o art. 2º desta Lei devem exibir o preço, por unidade, de todos os produtos que ofertam.

§1º Os itens de higiene e limpeza, bebidas e alimentos embalados, cuja rotulagem informe o peso, o comprimento ou o volume líquido, devem ter os seus preços expostos, também, por unidade de medida.

§2º Considera-se preço por unidade de medida, para os fins deste artigo, o valor, em moeda nacional, calculado por peso, comprimento, volume líquido ou outra unidade de mensuração que possibilite ao consumidor efetuar o comparativo de preços entre produtos iguais ou similares.

§3º Excluem-se do disposto neste artigo os produtos que já são normalmente ofertados com preço por unidade de medida.” (NR)

(Grifos nossos)

40. Se o Projeto de Lei for aprovado, o dever de informar o preço dos produtos por unidade de medida passaria a valer para todos os itens de higiene e limpeza, bebidas e alimentos embalados, cuja rotulagem informe o peso, o comprimento ou o volume líquido, comercializados no varejo. A proposta não traz informações sobre o porte econômico dos varejistas e pouco desenvolve sobre a forma como essas informações seriam transmitidas aos consumidores.

2.4.3. Leis locais: casos do Distrito Federal, Alagoas e Florianópolis

2.4.3.1. Distrito Federal - Lei nº 6.018, de 14 de dezembro de 2017

Ementa:

Obriga o estabelecimento com 10 ou mais caixas para pagamento a disponibilizar ao consumidor o preço médio, em unidade de medida padronizada, de determinados produtos.

Escopo:

- Estabelecimento com 10 ou mais caixas para pagamento
- Produtos que devem ter a informação: i) alimentos, ii) bebidas, iii) itens de higiene doméstica, humana e veterinária, iv) produtos de perfumaria e cosméticos
- Indicação expressa que a norma não se aplica a bem de consumo durável, assim considerado o produto que pode ser utilizado várias vezes e durante longo período, como, entre outros, aspiradores de pó ou máquinas de lavar louça ou roupa

Padronização da informação:

- 1 quilograma, para o produto vendido por peso, cuja embalagem especifique o seu respectivo peso;
- 1 metro ou 1 metro quadrado, conforme o caso, para o produto vendido por tamanho, cuja embalagem especifique o seu respectivo tamanho;
- 1 metro cúbico, para o produto no estado sólido cuja embalagem especifique sua respectiva altura, largura e comprimento;
- 1 litro, para o produto com conteúdo no estado líquido, cuja embalagem especifique o seu respectivo volume;

- 1 item, para o produto que, cumulativamente, não se enquadre nos casos anteriores e para produto composto por idênticos itens, que em seu conjunto integram o produto precificado e exposto à venda pelo estabelecimento.

2.4.3.2. **Alagoas - Lei nº 7.834, de 11 de outubro de 2016**

Ementa:

Dispõe sobre a exibição do preço dos produtos por unidade de medida

Escopo:

- Supermercados, hipermercados, autosserviços, conveniências, mercearias e similares
- Não se aplica aos produtos têxteis, eletroeletrônicos e autopeças

Padronização da informação:

- Considera-se preço por unidade de medida, o valor em reais, calculado, por quilograma, litro, metro ou outra unidade conforme o caso
- A obrigatoriedade da afiação do preço por unidade de medida é restrita às etiquetas do local onde o consumidor tenha acesso direto ao produto
- O preço por unidade de medida deverá ser exposto onde esteja registrado o valor do produto e ocupar espaço não inferior a 50% (cinquenta por cento) que aquele utilizado para informar o preço do produto
- Fica facultado o arredondamento do preço por unidade de medida na terceira casa decimal.

2.4.3.3. **Florianópolis - Lei Estadual nº14.993, de 09 de dezembro de 2009 (alterada pela Lei nº 18.888, de 14 de julho de 2010) e Decreto nº 3.058, de 05 de março de 2010.**

Ementa:

Dispõe sobre a exibição do preço dos produtos por unidade de medida

Escopo:

- Supermercados, hipermercados, autosserviços e mercearias
- A informação do preço por unidade de medida deve se dar em relação a todos os produtos expostos à venda, excetuados os têxteis, eletro-eletrônicos, áudio e vídeo, autopeças ou equipamentos para veículos

Padronização da informação:

- Considera-se preço por unidade de medida, reais por quilo, litro, metro ou outra unidade conforme o caso.
- O preço por unidade de medida deve ser exposto onde esteja registrado o valor do produto, e ocupar espaço não inferior a 50% (cinquenta por cento).
- 12 meses para adequações dos estabelecimentos
- Os estabelecimentos de que trata o caput poderão eleger o parâmetro utilizado em cada produto (se quilo, litro, metro ou outra unidade), desde que hábil para proporcionar ao consumidor a comparação entre produtos iguais ou semelhantes, contudo diversos no peso, medida e volume
- O preço por unidade de medida deverá ser apostado em fonte de tamanho menor que aquela utilizada para informar o preço do produto, desde que legível, de forma a permitir que o consumidor diferencie o valor do produto da unidade de medida
- O preço por unidade de medida deve ser implementado obrigatoriamente onde esteja registrado o valor dos produtos expostos à venda
- Os supermercados poderão arredondar, para cima, o preço da unidade de medida na terceira casa decimal, desde que não prejudique a comparação pelo consumidor entre produtos iguais ou semelhante

2.5. Exposição do preço por unidade de medida: próximos passos

41. Diante do levantamento realizado, sugere-se que a SENACON oriente o SNDC, com base em parâmetros simples e amplos, sobre a aplicação e fiscalização da norma. O objetivo é que seja uma orientação inicial e ampla o suficiente para viabilizar a interpretação da norma e, eventualmente, sua regulamentação, trazendo segurança jurídica.

42. Com base em leis e normativos analisados anteriormente e, considerando as adequações que deverão ser realizadas pelos setores impactados pela norma, recomenda-se:

a) Foco inicial em produtos pré-embalados com maior volume de comercialização no varejo e/ou de maior interesse para consumidores de mais baixa renda, como itens de higiene doméstica, humana e veterinária, produtos de perfumaria e cosméticos, bebidas e alimentos embalados;

Nesse sentido, recomenda-se interpretação racional da Lei no sentido de que determinados produtos (bens de consumo duráveis, como automóveis, autopeças, eletroeletrônicos, eletrodomésticos) podem ter o preço informado conforme a própria unidade (por exemplo, a unidade de medida de um automóvel pode ser o próprio automóvel).

b) Foco em assegurar ao consumidor a comparabilidade entre produtos iguais ou similares, que pode ser obtida por meio de mais de uma unidade de medida, como prevê a redação da inciso XIII do art. 6º do CDC (por exemplo, a comparação de preços de desodorantes de embalagens de 80g e 90g pode ser assegurada se a unidade de medida do preço for "gramas" ou "100 gramas");

c) Prazo para os fornecedores adequarem seus estabelecimentos para exposição das informações, especialmente em regiões em que não haja norma nesse sentido;

d) Atenção à proteção constitucional e legal conferida às Micro e Pequenas Empresas (MPes), inclusive as normas contidas nos arts. 1º; 55, *caput* e § 7º; 74-A; e 75, §§1º e 2º, da Lei Complementar nº 123, de 2006, sobre fiscalização orientadora e tratamento diferenciado e favorecido às MPes;

e) Atenção a promoções nas quais o consumidor tenha a opção de comprar mais produtos (por exemplo, pacotes do mesmo produto ou de produtos diferentes) de modo que o preço por unidade de medida seja a ele mais vantajoso do que aquele preço do produto vendido individualmente;

f) Informação do preço por unidade de medida onde estiver registrado o valor dos produtos expostos à venda, seja ele em meio físico ou eletrônico;

g) Dispensa de nova menção ao preço, quando o produto já for normalmente ofertado com preço por unidade de medida (por exemplo, produtos vendidos a granel);

h) Indicação do preço por unidade de medida em fonte de tamanho menor que aquela utilizada para informar o preço do produto, desde que legível, de forma a permitir que o consumidor diferencie o valor "cheio" do produto e o seu valor por unidade de medida;

i) Possibilidade de os estabelecimentos comerciais arredondarem, para cima, o preço da unidade de medida na terceira casa decimal, desde que não prejudique a comparação pelo consumidor entre produtos iguais ou semelhante.

3. CONCLUSÃO

43. Diante do exposto, considerando o papel da SENACON na coordenação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), sugere-se encaminhar aos membros do Sistema as orientações iniciais sobre a disponibilização das informações por unidade de medida.

44. Ressalte-se que as recomendações contidas nesta Nota poderão ser aprimoradas, e que há espaço para regulamentar os aspectos centrais em momento posterior. O importante é avançar na

implementação da nova norma com vistas a atender seu objetivo de facilitar a comparação, pelos consumidores, do preço de produtos iguais ou similares durante suas compras e, dessa forma, conferir mais informações ao processo decisório. Com total respeito à autonomia de cada órgão do SNDC, busca-se com esta Nota sugerir parâmetros objetivos, de âmbito nacional, para orientar o cumprimento da norma e a sua fiscalização, reduzindo, assim, eventuais litígios sobre o assunto, sem perder de vista o propósito maior da missão institucional da Secretaria que é assegurar a proteção dos consumidores.

45. Por fim, sugere-se ao menos o prazo de 30 dias para adequações e que as primeiras visitas aos estabelecimentos sejam em caráter orientativo (Decreto nº 10.887/2021, Art. 38-A).

Referências Bibliográficas

BEZ, Bianca. Negociação, economia e psicologia - por que litigamos?. 2ª edição revista, atualizada e ampliada: Salvador/BA. Ed. JUSPODIVM, 2021.

À consideração superior.

FREDERICO FERNANDES MOESCH

Coordenador-Geral de Estudos e Monitoramento de Mercado

De acordo. Deem-se os encaminhamentos previstos nesta Nota Técnica.

LILIAN CLAESSEN DE MIRANDA BRANDÃO

Diretora do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor



Documento assinado eletronicamente por **Frederico Fernandes Moesch, Coordenador(a)-Geral de Estudos e Monitoramento de Mercado**, em 13/12/2021, às 19:57, com fundamento no § 3º do art. 4º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por **LILIAN CLAESSEN DE MIRANDA BRANDÃO, Diretor(a) do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor**, em 13/12/2021, às 19:58, com fundamento no § 3º do art. 4º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <http://sei.autentica.mj.gov.br> informando o código verificador **15644471** e o código CRC **EF292A4F**.
O trâmite deste documento pode ser acompanhado pelo site <http://www.justica.gov.br/acesso-a-sistemas/protocolo> e tem validade de prova de registro de protocolo no Ministério da Justiça e Segurança Pública.

ANEXOS

