

RECOMENDAÇÃO n.º 02 /2023

Dispõe sobre a divulgação de direito básico de informação dos consumidores e normas sobre "precificação" de produtos e serviços oferecidos no mercado de consumo, em conformidade com o sistema normativo vigente.

O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS, através do Programa Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor – PROCON-MG, coordenado pela 4ª Promotoria de Justiça da Comarca de Ponte Nova/MG, pela Promotora de Justiça Camila Costa Garrido Terres, no uso de suas atribuições legais, com fundamento no artigo 127 da Constituição da República, artigo 4º da Lei Federal nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), artigo 4º do Decreto Federal nº 2.181/97 e artigo 67, inciso VI da Lei Complementar Estadual nº. 34/94, em conjunto com o PROGRAMA MUNICIPAL DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR – PROCON/PN, por meio de Cristiane Dias Pinto Oliveira, Chefe de Departamento do Programa Municipal de Proteção do Consumidor/Procon-PN, e:

CONSIDERANDO que a defesa do consumidor é direito fundamental (CF, art. 5º, XXXII) e Princípio da Ordem Econômica (CF, art. 170, V);

CONSIDERANDO a natureza cogente das normas do Código de Defesa do Consumidor, de ordem pública e interesse social, na forma do artigo 1º da Lei Federal nº 8.078/90 - Código de Defesa do Consumidor;

CONSIDERANDO que a Política Nacional das Relações de Consumo tem como objetivos, dentre outros, a transparência e a harmonia das relações de consumo (art. 4º, caput, da Lei Federal 8.078/90);

Procon-MG
Procon-PN

CONSIDERANDO que o fornecedor deve buscar e manter a qualidade na prestação do serviço, através do cumprimento dos direitos básicos do consumidor, com base na boa-fé, equidade e equilíbrio;

CONSIDERANDO que é dever dos fornecedores informar, de maneira precisa, correta, clara, legível e ostensiva, o preço de seus produtos e serviços, além da forma e dos instrumentos de pagamento;

CONSIDERANDO que o Princípio da Informação é diretriz basilar do Código de Defesa do Consumidor e, como decorrência lógica, constitui direito básico a ser observado nas relações consumeristas, nos termos do art. 6º, inciso III, da Lei Federal nº 8.078/90, 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;

CONSIDERANDO que é direito básico do consumidor a informação adequada e clara sobre os diferentes aspectos relacionados aos produtos e serviços, como, por exemplo, a especificação correta do preço, tributos incidentes, condições de pagamento, juros e encargos, sendo que sua ausência ou inadequação constitui prática infrativa (Lei Federal nº 8.078/90, arts. 6º, II, III e IV, 30, 31, 37, §1º e 3º, Decreto Federal nº 2.181/97, art. 13, I, Lei Federal nº 10.962/2004 e Decreto Federal nº 5.903/2006, art. 2º);

CONSIDERANDO que o preço de produtos ou serviços deve ser informado quando da oferta dos mesmos, consoante artigo 31, da Lei Federal nº 8.078/90;

CONSIDERANDO que o preço deve ser informado diretamente no produto ou, então, caso isso seja impossível, por meio de relação junto aos bens que estão expostos à venda, jamais em local diverso;

CONSIDERANDO o art. 6º, inciso XIII, do Código de Defesa do Consumidor, inserido pela Lei Federal nº 14.181, de 01 de julho de 2021, que dispõe sobre 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 (Nota Técnica PROCON Estadual nº 04/2004 nº 01/2022);

CONSIDERANDO que as falhas na informação sobre o preço e sobre a forma e o instrumento de pagamento induzem, na maioria das vezes, os consumidores em erro;

CONSIDERANDO que, a propósito, a ausência de preço no produto gera, comumente, inibição em consumidores que desejam comprar, os quais se sentem constrangidos a adentrar o estabelecimento para perguntarem o preço, sem saber se terão condições de pagar o montante solicitado, conforme assentado em decisão proferida pela Junta Recursal do Procon-MG (Recurso n.º 636.915/2006);

CONSIDERANDO que a vitrine, em geral, é o primeiro contato do consumidor com as lojas no varejo. É ela que, regularmente, engrandece o desejo de consumo;

CONSIDERANDO que existe uma técnica específica, relacionada à montagem de vitrines, intitulada "vitrinismo", advinda do *marketing*, que demonstra a importância do referido mecanismo nas práticas comerciais;

CONSIDERANDO que um percentual elevado das vendas realizadas tem como elemento motivador as vitrines, visto que, quando essas são bem elaboradas, há

transmissão de ideias e sensações ao possível cliente, determinantes para o ato da compra;

CONSIDERANDO que a Lei Federal nº 10.962/04, que dispõe sobre a oferta e as formas de "precificação" de produtos e serviços, determina a afixação direta de preços por meio de etiquetas ou similares nos bens expostos à venda, bem como em vitrines, mediante divulgação do preço à vista com caracteres legíveis (artigo 2º, inciso I);

CONSIDERANDO que, nos termos do artigo 3º do indigitado diploma legal, quando impossível a afixação, permite-se o uso da relação de preços junto aos produtos expostos, desde que estejam prontamente visíveis;

CONSIDERANDO que, mesmo havendo na legislação específica maneiras diversas de informar preços de produtos e serviços, considerando-se a especificidade dos bens ofertados, é notória a ausência de "precificação" no mercado de consumo desta localidade;

CONSIDERANDO que a tabela de preços mantida em poder do vendedor, prática bastante usual no mercado de consumo, não satisfaz o comando legal, afinal, o consumidor tem o direito de saber o preço do produto sem que haja necessidade de consultar o vendedor ou pesquisar lista existente em local diverso da exposição do produto;

CONSIDERANDO que o argumento de que determinadas transações, pelas características do produto ou do serviço, são mais complexas e, por isso, justificariam a consulta prévia ao vendedor para ciência do preço não ilide o arcabouço normativo vigente;

CONSIDERANDO que o Decreto Federal nº 5.903/06, que regulamenta as Leis Federais n. 10.962/04 e 8.078/90, prevê a obrigatoriedade quanto ao preço de produtos e serviços expostos à venda estar sempre visível, enquanto o estabelecimento estiver aberto ao público (artigo 4º);

CONSIDERANDO que o artigo 5º do mesmo Decreto assegura a pronta visualização do preço pelo consumidor, independentemente de solicitação ou de intervenção do comerciante;

CONSIDERANDO que o preço do produto ou serviço deverá estar discriminado com o seu valor total à vista e, caso haja outorga de crédito, deverão constar também o valor total a ser pago com o financiamento, o número, periodicidade e valor das prestações, os juros, bem como todos os encargos que incidam sobre o valor do parcelamento e do financiamento (artigo 52 da Lei Federal 8.078/90 e artigo 3º do Decreto Federal nº 5.903/06);

CONSIDERANDO que o uso da expressão “a partir de” ou outra equivalente para definir o preço, sem que esse conste em sua totalidade é uma prática flagrantemente ilegal, vez que não atende às diretrizes de correção, clareza e precisão previstos no artigo 31 da Lei Federal 8.078/90 e no artigo 2º, § 1º, do referido Decreto Federal nº 5.903/06;

CONSIDERANDO que a omissão quanto à informação relevante sobre o preço de produtos ou serviços pode configurar o crime contra as relações de consumo previsto no artigo 66, Lei Federal nº 8.078/90, ensejando a propositura da ação penal cabível (Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou **omitir informação relevante** sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, **preço ou garantia de produtos ou serviços**);

137⁵
Carolina

CONSIDERANDO ser inegável, pelo exposto, que o procedimento adotado de não "precificação" de produtos e serviços contraria o ordenamento jurídico, legitimando a autuação dos fornecedores, inclusive sem necessidade de prévia advertência, até porque ninguém pode se escusar de cumprir a lei alegando ignorá-la (art. 3º da Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro);

CONSIDERANDO que, nos termos do artigo 8º, § 2º, da Resolução PGJ n.º 14, de 1º de agosto de 2019, em se tratando de microempresa e empresa de pequeno porte, equipara-se à primeira visita (fiscalização orientadora) a Recomendação devidamente fundamentada, expedida em procedimento próprio, dirigida ao fornecedor, contendo as condutas a serem adotadas na sua atividade, o prazo a ser observado e a advertência de que, caso deixe de cumpri-las, poderá ser autuado pela fiscalização do Procon-MG;

CONSIDERANDO que não serão passíveis de dupla visita (fiscalização orientadora) as situações abaixo elencadas (Resolução PGJ nº 14/2019, art. 8º, §1º):

I - a violação das boas práticas das relações de consumo decorrer de má-fé do fornecedor, de fraude, de resistência ou embaraço à fiscalização, de reincidência¹, de crime doloso contra as relações de consumo ou que importe risco para a vida, a saúde ou a segurança dos consumidores;

II - as práticas abusivas que envolvam a ocupação irregular de reserva de faixa não edificável, de área destinada a equipamentos urbanos, de áreas de

¹ Considera-se fornecedor reincidente o que tiver sido processado com decisão transitada em julgado na Promotoria por infração às normas de direito do consumidor, nos últimos 5 anos (art. 27, Parágrafo Único, Decreto Federal nº 2.181/1997).

18/
Resolução

preservação permanente e nas faixas de domínio público das rodovias, ferrovias e dutovias ou de vias e logradouros públicos.

CONSIDERANDO que chegou ao conhecimento desta Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor que muitos fornecedores estão deixando de divulgar adequadamente, em flagrante inobservância das normas legais, informações referentes aos preços, não garantindo, dessa forma, o direito à informação e à livre escolha do consumidor;

RECOMENDAM aos fornecedores a ciência das normas e regras abaixo, bem como a adoção de medidas para o seu devido cumprimento:

- 1º) Que, sob pena de aplicação das sanções administrativas e penais cabíveis, informem, de forma correta, clara e precisa, o preço dos produtos e serviços ofertados ao consumidor, inclusive em vitrines;
- 2º) Que estejam cientes de que condutas que dificultem a percepção do preço pelo consumidor, como as exemplificadas abaixo, constituem infração ao direito básico de informação dos consumidores:
 - a) utilizar letras cujo tamanho não seja uniforme ou dificulte a percepção da informação, considerada a distância normal de visualização do consumidor;
 - b) expor preços com as cores das letras e do fundo idêntico ou semelhante;
 - c) utilizar caracteres apagados, rasurados ou borrados;
 - d) informar preços apenas em parcelas, obrigando o consumidor ao cálculo do total;
 - e) informar preços em moeda estrangeira, desacompanhados de sua conversão em moeda corrente nacional, em caracteres de igual ou superior destaque;
 - f) utilizar referência que deixa dúvida quanto à identificação do item ao qual se refere;
 - g) atribuir preços distintos para o mesmo item;

h) expor informação redigida na vertical ou outro ângulo que dificulte a percepção.

3ª) Que, em cumprimento ao direito básico de informação do consumidor, exibam, nos estabelecimentos, com a informação sobre os preços dos produtos e serviços, as condições de pagamento que são aceitas, de modo a informar claramente o recebimento ou não de cartões de crédito e/ou débito e quais as bandeiras autorizadas, enfim, as informações necessárias para que o consumidor saiba previamente todas as formas de pagamentos disponíveis;

4ª) Se o fornecedor conceder descontos em função do prazo, do instrumento de pagamento utilizado, de condições vinculadas a aplicativos, de cartões/serviços de desconto ou fidelidade, deverá informar, de forma correta, clara, precisa, ostensiva e legível, tais condições ao consumidor, indicando, inclusive o preço final a se pagar (artigo 5-A da Lei Federal 10.962/2004 - Lei de "Precificação");

5ª) O fornecedor, caso comercialize seus produtos e serviços por meio de cartão de crédito ou de débito, não poderá impor restrições para pagamentos à vista com esse instrumento;

6ª) No caso de não aceitação de cheque como forma de pagamento ou da imposição de condições para sua aceitação (ressalvados os casos previstos na Nota Técnica PROCON Estadual nº 04/2004²), o estabelecimento deve manter, em local visível, aviso claro, preciso e ostensivo e legível, de modo a garantir o entendimento por parte do consumidor (Lei Estadual nº 14.126/2001);

² Ementa: (1) Constitui prática abusiva prevista no art. 39, V, do CDC, a imposição, pelo estabelecimento comercial, de tempo mínimo de existência de conta bancária para aceitação ou não de cheque. (2) Somente haverá justa causa para a recusa na aceitação de cheque, se este não atender aos requisitos da Lei Federal 7.357/85 ou existir, em cadastros de consumidores, informações desabonadoras em relação ao emitente do cheque.

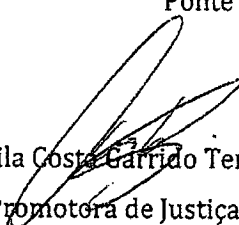
Ass. Procon-MG


7º) O estabelecimento comercial destinatário da presente Recomendação deverá adotar todas as providências necessárias para bem cumprir, de imediato, o seu teor.

Cópia da presente Recomendação será encaminhada ao Setor de Fiscalização dessa Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor para que realize fiscalização, a fim de verificar o cumprimento desta.

Adverte-se, por fim, que o eventual descumprimento ou desobediência aos termos deste documento, ainda que parcial, poderá implicar na adoção das providências extrajudiciais e judiciais cabíveis, tendo a presente Recomendação o valor jurídico de primeira visita, para os efeitos legais da Lei Complementar Federal n. 123/2006 (Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte).

Ponte Nova, 26 de janeiro de 2023.


Camila Costa Garrido Terres
Promotora de Justiça


Cristiane Dias Pinto Oliveira
Chefe de Departamento do Programa
Municipal de Proteção do Consumidor

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

CARVALHO, Marcelle Abraão de. A vitrine como estratégia de comunicação visual e marketing de produtos. **Especialize Revista On Line**, Jan. 2013. Disponível em: <http://www.ipog.edu.br/uploads/arquivos/1acdde9a9039cea333529ce1533db5a2.pdf>. Acesso em: 27.01.2014.

COSTA JR., Paulo José. **Crimes contra o consumidor**. 2.ed. São Paulo: Editora Jurídica Brasileira, 2005.

COSTA JR., Paulo José; COSTA, Fernando José. **Crimes contra o consumidor**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GARCIA, Leonardo de. **Direito do Consumidor - Código Comentado e Jurisprudência**. 6. ed. Niterói: Impetus, 2010.

MOURA JUNIOR, Osvaldo; MARTINS, Paulo César Ribeiro. **A tutela penal e os crimes nas relações de consumo**. Disponível em: http://ambitojuridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=9784&revista_caderno=3. Acesso em: 30.01.2013.

NUNES, Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.