

# O CDC E AS LEGISLAÇÕES CONGÊNERES PARA O FORNECEDOR (COMÉRCIO EM GERAL)

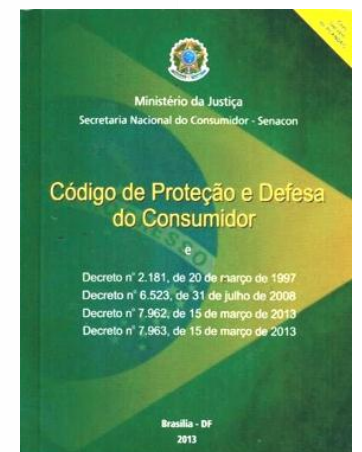


GOVERNO DO ESTADO  
DO ESPÍRITO SANTO



## LEGISLAÇÃO PRINCIPAL:

**LEI FEDERAL N° 8.078/1990 (CDC);  
LEI FEDERAL N° 10.962/2004 (PRECIFICAÇÃO);  
DECRETO FEDERAL N° 5.903/2006  
(PRECIFICAÇÃO);**



# VOCÊ SABE QUAL A MANEIRA CORRETA DE DISPOR O PREÇO DE PRODUTOS E SERVIÇOS NAS VITRINES E NO INTERIOR DA LOJA?



# PRINCÍPIOS CONSAGRADOS NO CDC:



Princípio da dignidade da pessoa humana;

Princípio da proteção;

Princípio da confiança;

Princípio da precaução;

Princípio da transparência;

Princípio da vulnerabilidade;

Princípio da boa-fé objetiva e do equilíbrio;

**Princípio da informação;**

Princípio da facilitação da Defesa;

Princípio da revisão das cláusulas contratuais;

Princípio da conservação dos contratos;

Princípio da solidariedade;

Princípio da igualdade.



# PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO;

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

...

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;

Lei Federal nº 8.078/90 (CDC)



# COMO DEVE SER A INFORMAÇÃO DOS PREÇOS?

**CORRETA:** Informações verdadeiras que não enganem o consumidor.

**CLARA:** Para que o consumidor entenda imediatamente e com facilidade, sem nenhuma abreviatura que dificulte sua compreensão, tampouco necessite de qualquer interpretação ou cálculo.

**LEGÍVEL:** Caracteres, letras e números visíveis que não possam ser apagados.

**PRECISA:** Informação de forma exata e diretamente ligada ao produto, sem nada que impeça o seu acesso.

**OSTENSIVA:** Informação facilmente perceptível, sem a necessidade de qualquer esforço para a sua compreensão.

**Art. 2º, incisos I, II, III, IV e V do Decreto Federal nº 5.903/2006.**

# COMO AFIXAR OS PREÇOS EM VENDAS NO VAREJO?

## NO COMÉRCIO EM GERAL

Por meio de etiquetas ou similares afixados diretamente nos produtos expostos à venda, no interior da loja, em araras ou manequins, por exemplo, e com sua face principal voltada ao consumidor.

Art. 2º, Art. 4º e Art. 5º do Decreto Federal nº 5.903/2006.



# COMO AFIXAR OS PREÇOS EM VENDAS NO VAREJO?

## NO COMÉRCIO EM GERAL

O preço de produto ou serviço deverá ser informado discriminando-se o total à vista, **TODAVIA**, no caso de outorga de crédito, como nas hipóteses de financiamento ou parcelamento, **DEVERÃO** ser também discriminados:

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

Art. 3º, Parágrafo Único, I, II, III e IV do Decreto Federal nº 5.903/2006.

**ATENÇÃO**



# COMO AFIXAR OS PREÇOS EM VENDAS NO VAREJO?

## NO COMÉRCIO EM GERAL

Todos produtos expostos para comercialização deverão estar acompanhados de etiquetas que contenham a informação do preço acompanhada do **R\$**.

Art. 1º, §1º da Lei Federal nº 9.069/1995;  
Art. 52, I da Lei Federal nº 8.078/1990.

**R\$**

# Forma Correta:

**O preço à vista** deve sempre ser divulgado e se houver opção de parcelamento, informar o **valor total**, o número e o valor das **parcelas**, a taxa de juros e eventuais **acréscimos**

## LIQUIDIFICADORES

**à vista**  
R\$ 94,00

**5x**  
R\$ 20,57/mês

**total a prazo**  
R\$ 102,85

**taxa de juros**  
3,08%/mês



É considerado **similar à etiqueta** qualquer meio físico que esteja unido ao produto, tais **como letreiros e rótulos**

# Forma Incorreta:

**NÃO** dificultar a visibilidade (com a mesma cor de fundo ou na vertical)

**3x R\$ 100**

**NÃO** informar preços apenas em parcelas

**NÃO** utilizar caracteres rasurados, borrados ou apagados

**NÃO** utilizar tamanhos diferentes de fontes

**NÃO** indicar em moeda estrangeira sem conversão

The infographic illustrates five incorrect pricing practices. 1. A jacket is shown with a price tag '3x R\$ 100' and a note: 'NÃO informar preços apenas em parcelas'. 2. A handbag is shown with a price tag 'R\$ 400' and a note: 'NÃO dificultar a visibilidade (com a mesma cor de fundo ou na vertical)'. 3. A sign displays 'R\$ 1543,50' with a note: 'NÃO utilizar caracteres rasurados, borrados ou apagados'. 4. A dress on a hanger has a price tag 'R\$ 150,99' with a note: 'NÃO utilizar tamanhos diferentes de fontes'. 5. A pair of glasses is shown with a price tag 'US\$ 25' and a note: 'NÃO indicar em moeda estrangeira sem conversão'.

# COMO AFIXAR OS PREÇOS EM VENDAS NO VAREJO?

## NOS DEMAIS ESTABELECIMENTOS

Em autosserviços, supermercados, hipermercados, mercearias ou estabelecimentos comerciais onde o consumidor tenha acesso direto ao produto, sem intervenção do comerciante, podem ser utilizadas as seguintes modalidades de afixação: direta ou impressa na própria embalagem, código referencial ou código de barras, observado o disposto na lei.

Art. 2º, I da Lei Federal nº 10.962/2004.

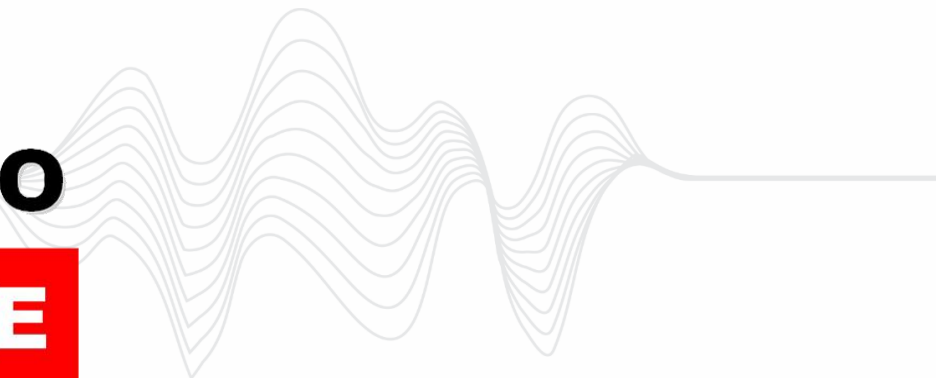
Art. 6º, II, § 2º, I e II do Decreto Federal nº 5.903/2006.





**COMUNICADO**

**IMPORTANTE**



A tabela que relaciona os códigos aos seus respectivos preços deve: a) estar visualmente unida e próxima dos produtos a que se refere; b) ser imediatamente evidente ao consumidor, sem a necessidade de qualquer esforço ou deslocamento de sua parte; e c) garantir a imediata identificação do preço ao consumidor.

**Art. 6º, II, § 2º, I e II do Decreto Federal nº 5.903/2006.**



# Forma Correta:

**o código de referência:**  
Garante a **IMEDIATA** identificação do produto

deve estar **FISICAMENTE** ligado ao produto, em tamanho e cores rapidamente identificáveis

tabela de referência	
nº 1	R\$ 25
nº 2	R\$ 32

# Forma Incorreta:



## QUAIS OS CUIDADOS QUANTO À AFIXAÇÃO DE PREÇOS, NO MOMENTO DA MONTAGEM, DO REARRANJO OU DA LIMPEZA DA VITRINE E DA LOJA?

- Se o estabelecimento estiver fechado ao público e as vitrines vedadas, não há cuidados a serem observados;
- Se a montagem de vitrines, rearranjo ou limpeza ocorrer em horário de funcionamento, os preços dos produtos e serviços expostos à venda devem ficar sempre visíveis ao consumidor.

Art. 4º, Parágrafo Único do Decreto Federal nº 5.903/2006.





## QUAIS AS CONDUTAS PROIBIDAS PELA LEGISLAÇÃO VIGENTE?

- Utilizar código de referência que deixa dúvida quanto à identificação do item ao qual se refere;
- Utilizar letras cujo tamanho não seja uniforme ou dificulte a percepção da informação, considerada a distância normal de visualização do consumidor;
- Utilizar caracteres apagados, rasurados ou borrados;

Art. 9º do Decreto Federal nº 5.903/2006.

## QUAIS AS CONDUTAS PROIBIDAS PELA LEGISLAÇÃO VIGENTE?

- Ofertar produtos com preços “a partir de...” em araras, expositores, vitrines, cestos etc., sem indicar em cada unidade de produto ofertado seu respectivo preço à vista. Vale lembrar que se não estiverem mais disponíveis à venda unidades de produto com o preço ofertado na informação “a partir de...”, esta deve ser retirada ou alterada para contemplar o próximo preço menor de valor dos produtos expostos à venda;
- Expor preços com as cores das letras e do fundo idênticos ou semelhantes, dificultando a visibilidade;

Art. 9º do Decreto Federal nº 5.903/2006.



## QUAIS AS CONDUTAS PROIBIDAS PELA LEGISLAÇÃO VIGENTE?

- **Atribuir preços diferentes para o mesmo item;**
- **Ofertar concessão de desconto, deixando de informar o preço à vista do respectivo produto, já com o desconto ofertado (é admissível a oferta do preço da seguinte forma: “de X por Y”).**

**Art. 9º do Decreto Federal nº 5.903/2006.**



## QUAIS AS CONDUTAS PROIBIDAS PELA LEGISLAÇÃO VIGENTE?

- **Ofertar e apresentar produtos ou serviços em língua estrangeira.**

**Obs.: Nas vitrines devem ser expostas informações e ofertas em língua portuguesa.**

- **Art. 31, caput da Lei Federal nº 8.078/1990 (CDC).**

# EXEMPLOS DE VITRINES COM INFORMAÇÕES EM LINGUA ESTRANGEIRAS



# EXEMPLOS DE VITRINES COM INFORMAÇÕES EM LINGUA ESTRANGEIRAS



# EXEMPLOS DE VITRINES COM INFORMAÇÕES EM LINGUA ESTRANGEIRAS



## QUAIS AS CONDUTAS PROIBIDAS PELA LEGISLAÇÃO VIGENTE?

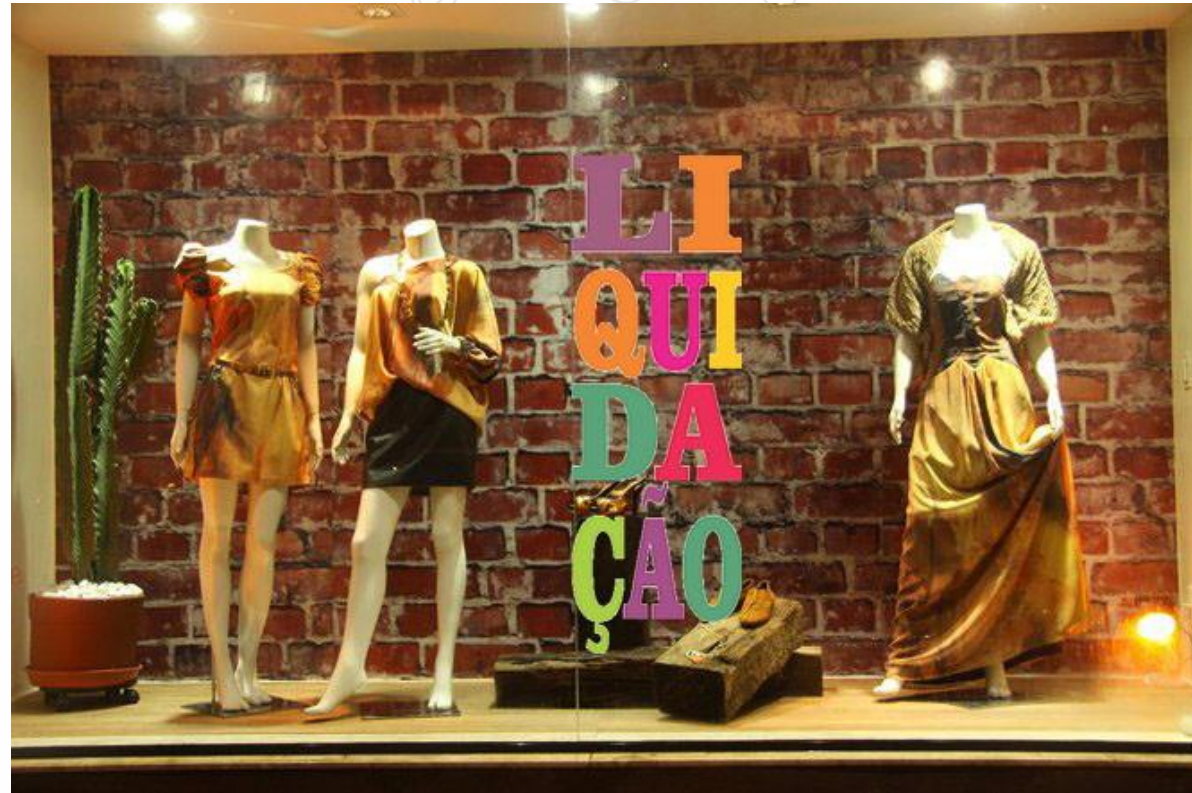
- **Realizar a Publicidade Enganosa na comercialização de produtos ou serviços.**
- **Obs.: Nas vitrines devem ser expostas informações e ofertas promocionais que de fato são verdadeiras e não induzem em erro os consumidores.**
- **Art. 6º, IV, Art. 37, §1º da Lei Federal nº 8.078/1990 (CDC);**
- **Art. 14, caput do Decreto Federal nº 2.181/1997.**



# EXEMPLOS DE VITRINES COM INFORMAÇÕES QUE PODEM CARACTERIZAR A PUBLICIDADE ENGANOSA



## EXEMPLOS DE VITRINES COM INFORMAÇÕES QUE PODEM CARACTERIZAR A PUBLICIDADE ENGANOSA



## EXEMPLOS DE VITRINES COM INFORMAÇÕES QUE PODEM CARACTERIZAR A PUBLICIDADE ENGANOSA

