

# MANUAL DO LOJISTA

## Lei sobre afixação de preços



Rua dos Andradas, 1234 - 22º Andar  
(51) 3025.8300 [www.sindilojas-poa.com.br](http://www.sindilojas-poa.com.br)



Rua dos Andradas, 686 - 2º andar  
(51) 3289.1746  
[www.procon-poa.com.br](http://www.procon-poa.com.br)



O Manual do Lojista é a primeira publicação, dirigida ao comércio, de uma série que está por vir. A inaugural aborda, oportunamente, o tema “**Afixação de Preços**”. Para tal procedimento, existe a lei que deve ser observada, informando as condições e preços com clareza. Como lojistas e consumidores, todos saem ganhando a partir do momento que a padronização for adotada. Entre outras normas, na etiqueta deve constar, de forma muito explícita, o valor à vista, as condições, o total a prazo e a taxa de juros.

Esses dados se tornarão uma excelente ferramenta para sua equipe de vendedores, pois podem auxiliar o cliente a fazer a melhor opção de compra, seja à vista ou parcelada, com transparência.

Esperamos, com mais esta ação, levar a cada lojista todas as informações necessárias para que seu negócio seja cada vez melhor, com seus clientes mais satisfeitos e a empresa, obtendo ainda mais resultados positivos.

Ronaldo Sielichow  
Presidente do Sindilojas  
Porto Alegre

Este Manual do Lojista destina-se a explicar os efeitos práticos da Lei 10.962, e 11 de outubro de 2004, e o Decreto 5.903, de 20 de setembro de 2006, que regulamentou a chamada Lei da Precificação.

O SINDILOJAS - Sindicato dos Lojistas do Comércio de Porto Alegre, em parceria com o PROCON PORTO ALEGRE, confeccionaram este importante instrumento de orientação aos lojistas, com os principais pontos do Decreto supracitado, que entrou em vigor em dezembro de 2006.

O presente Manual tem o condão de informar e orientar o lojista para se adequar a lei e evitar, desta maneira, qualquer problema de reclamação do consumidor, bem como, com o órgão de fiscalização do Procon.

Ao editar esta cartilha, o SINDILOJAS e o PROCON PORTO ALEGRE, estão certos que cumprem um papel importante na harmonização das relações de consumo prestando, assim, um serviço ao comércio e à sociedade em geral, preservando os princípios gerais consagrados no Código de Defesa e Proteção do Consumidor.

# LEI N° 10.962

## DE 11 DE OUTUBRO DE 2004

Dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de produtos e serviços para o consumidor.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA** Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

**Art. 1º** Esta Lei regula as condições de oferta e afixação de preços de bens e serviços para o consumidor.

**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.

**Art. 3º** Na impossibilidade de afixação de preços conforme disposto no art. 2º, é permitido o uso de relações de preços dos produtos expostos, bem como dos serviços oferecidos, de forma escrita, clara e acessível ao consumidor.

**Art. 4º** Nos estabelecimentos que utilizem código de barras para apreçamento, deverão ser oferecidos equipamentos de leitura ótica para consulta de preço pelo consumidor, localizados na área de vendas e em outras de fácil acesso.

**§ 1º** O regulamento desta Lei definirá, observados, dentre outros critérios ou fatores, o tipo e o tamanho do estabelecimento e a quantidade e a diversidade dos itens de bens e serviços, a área máxima que deverá ser atendida por cada leitora ótica.

**§ 2º** Para os fins desta Lei, considera-se área de vendas aquela na qual os consumidores têm acesso às mercadorias e serviços oferecidos para consumo no varejo, dentro do estabelecimento.

**Art. 5º** No caso de divergência de preços para o mesmo produto entre os sistemas de informação de preços utilizados pelo estabelecimento, o consumidor pagará o menor dentre eles.

**Art. 6º** (VETADO)

**Art. 7º** Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 11 de outubro de 2004; 183º da Independência e 116º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA  
*Márcio Thomaz Bastos*

# DECRETO Nº 5.903

## DE 20 DE SETEMBRO DE 2006

Regula a Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, e a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e na Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004,

### DECRETA:

**Art. 1º** Este Decreto regulamenta a Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, e dispõe sobre as práticas infracionais que atentam contra o direito básico do consumidor de obter informação adequada e clara sobre produtos e serviços, previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

**Art. 2º** Os preços de produtos e serviços deverão ser informados adequadamente, de modo a garantir ao consumidor a correção, clareza, precisão, ostensividade e legibilidade das informações prestadas.

**§ 1º** Para efeito do disposto no **caput** deste artigo, considera-se:

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

**II** - clareza, a informação que pode ser entendida de

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.

**Art. 3º** O preço de produto ou serviço deverá ser informado discriminando-se o total à vista.

**Parágrafo único.** No caso de outorga de crédito, como nas hipóteses de financiamento ou parcelamento, deverão ser também discriminados:

**I** - o valor total a ser pago com financiamento;

**II** - o número, periodicidade e valor das prestações;

**III** - os juros; e

**IV** - os eventuais acréscimos e encargos que incidirem sobre o valor do financiamento ou parcelamento.

**Art. 4º** Os preços dos produtos e serviços expostos à venda devem ficar sempre visíveis aos consumidores enquanto o estabelecimento estiver aberto ao público.

**Parágrafo único.** A montagem, rearranjo ou limpeza, se

em horário de funcionamento, deve ser feito sem prejuízo das informações relativas aos preços de produtos ou serviços expostos à venda.

**Art. 5º** Na hipótese de afixação de preços de bens e serviços para o consumidor, em vitrines e no comércio em geral, de que trata o inciso I do art. 2º da Lei nº 10.962, de 2004, a etiqueta ou similar afixada diretamente no produto exposto à venda deverá ter sua face principal voltada ao consumidor, a fim de garantir a pronta visualização do preço, independentemente de solicitação do consumidor ou intervenção do comerciante.

**Parágrafo único.** Entende-se como similar qualquer meio físico que esteja unido ao produto e gere efeitos visuais equivalentes aos da etiqueta.

**Art. 6º** Os preços de bens e serviços para o consumidor nos estabelecimentos comerciais de que trata o inciso II do art. 2º da Lei nº 10.962, de 2004, admitem as seguintes modalidades de afixação:

- I - direta ou impressa na própria embalagem;
- II - de código referencial; ou
- III - de código de barras.

**§ 1º** Na afixação direta ou impressão na própria embalagem do produto, será observado o disposto no art. 5º deste Decreto.

**§ 2º** A utilização da modalidade de afixação de código referencial deverá atender às seguintes exigências:

I - a relação dos códigos e seus respectivos preços devem estar visualmente unidos e próximos dos produtos a que se referem, e imediatamente perceptível ao consumidor, sem a necessidade de qualquer esforço ou deslocamento de sua parte; e

II - o código referencial deve estar fisicamente ligado ao produto, em contraste de cores e em tamanho suficientes que permitam a pronta identificação pelo consumidor.

**§ 3º** Na modalidade de afixação de código de barras, deverão ser observados os seguintes requisitos:

I - as informações relativas ao preço à vista, características e código do produto deverão estar a ele visualmente unidas, garantindo a pronta identificação pelo consumidor;

II - a informação sobre as características do item deve compreender o nome, quantidade e demais elementos que o particularizem; e

III - as informações deverão ser disponibilizadas em etiquetas com caracteres ostensivos e em cores de destaque em relação ao fundo.

**Art. 7º** Na hipótese de utilização do código de barras para apreçamento, os fornecedores deverão disponibilizar, na área de vendas, para consulta de preços pelo consumidor, equipamentos de leitura ótica em perfeito estado de funcionamento.

**§ 1º** Os leitores óticos deverão ser indicados por cartazes suspensos que informem a sua localização.

**§ 2º** Os leitores óticos deverão ser dispostos na área de vendas, observada a distância máxima de quinze metros entre qualquer produto e a leitora ótica mais próxima.

**§ 3º** Para efeito de fiscalização, os fornecedores deverão prestar as informações necessárias aos agentes fiscais mediante disponibilização de croqui da área de vendas, com a identificação clara e precisa da localização dos leitores óticos e a distância que os separa, demonstrando graficamente o cumprimento da distância máxima fixada neste artigo.

**Art. 8º** A modalidade de relação de preços de produtos expostos e de serviços oferecidos aos consumidores somente poderá ser empregada quando for impossível o uso das modalidades descritas nos arts. 5º e 6º deste Decreto.

**§ 1º** A relação de preços de produtos ou serviços expostos à venda deve ter sua face principal voltada ao consumidor, de forma a garantir a pronta visualização do preço, independentemente de solicitação do consumidor ou intervenção do comerciante.

**§ 2º** A relação de preços deverá ser também afixada, externamente, nas entradas de restaurantes, bares, casas noturnas e similares.

**Art. 9º** 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, de 1990, as seguintes condutas:

**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.

**Art. 10.** A aplicação do disposto neste Decreto dar-se-á sem prejuízo de outras normas de controle incluídas na competência de demais órgãos e entidades federais.

**Art. 11.** Este Decreto entra em vigor noventa dias após sua publicação.

Brasília, 20 de setembro de 2006; 185º da Independência e 118º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA  
*Marcio Thomaz Bastos*

## Síntese da Lei e do Decreto

A principal mudança que deve ser cumprida pelos lojistas, refere-se a obrigatoriedade de informar os preços de produtos e de serviços de forma adequada, visando garantir ao consumidor a clareza, precisão e ostensividade na visualização e leitura das informações prestadas.

A informação não pode induzir o consumidor a erro. Ela deverá ser entendida de imediato e com facilidade, sem abreviaturas que dificultem a compreensão e sem a necessidade de qualquer interpretação ou cálculo do consumidor.

A Lei e o Decreto disciplinam de forma clara e precisa, o art. 31 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor - Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990:

*Art. 31. A oferta e a 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 apresentarem à saúde e segurança do consumidor.*

A publicidade através de cartazes, jornais, encartes ou qualquer outro tipo de propaganda, devem estar em conformidade com a Lei e, inclusive, são partes integrantes do contrato, conforme Art. 30 do CDC.

## Vitrine e afixação de preços

A prática corrente da *vitrine em manutenção* deve ser extinta. Toda a loja é obrigada a abrir com todos os preços detalhados, conforme o artigo abaixo do Decreto 5.903:

*Art. 4. A “os preços dos produtos e serviços expostos à venda devem ficar sempre visíveis aos consumidores, enquanto o estabelecimento estiver aberto ao público. A montagem, rearranjo ou limpeza, se em horário de funcionamento, devem ser feitos sem prejuízo das informações relativas aos preços de produtos e serviços expostos à venda”.*

Tabelas com relação de preços e de produtos expostos e oferecido aos consumidores, **somente poderá ser empregada** quando for **impossível** o uso da etiqueta devido as dimensões do produto, por exemplo (jóias, bijouterias e outros objetos de pequena dimensão).

Assim, as tabelas só serão permitidas quando da impossibilidade de fixação do preço no produto.

Produtos como roupas, sapatos, eletrodomésticos, eletroeletrônicos, perfumes, material de limpeza, Cds, DVDs, bolsas, cintos, tecidos, relógios, etc., deverão conter etiquetas próprias com todas as informações.

O uso de etiquetas com preços detalhados é obrigatório. No caso de parcelamento todas as informações como, prazo, juros, valor à vista, valor à prazo, condições de pagamento, devem ser colocados na etiqueta.

## Exemplo de Etiquetas

Quando o preço for à vista: indicar, de forma clara e legível, o símbolo da moeda corrente e o valor completo com a vírgula e as duas casa decimais (R\$ 300,00).

Certa	Erradas	
À vista R\$ 300,00	À vista 300,00	À vista 300

A etiqueta deve conter o valor total à vista, o valor das parcelas, o prazo de pagamento, os juros e encargos e o total à prazo.

**Nome do Produto**

**R\$ 300,00 à vista**

**ou 1x R\$ 100,00**  
**+ 2x R\$ 115,00**

**Entrada / 30 / 60 dias**

**Total à prazo R\$ 330,00**  
**com juros de 5% ao mês**

Mesmo que o produto colocado à venda seja parcelado sem juros, há a necessidade de colocação do preço total, do prazo das parcelas e a certificação que trata-se de pagamento sem cobrança de juros ou outras despesas e encargos.

Erradas		Certa
À vista R\$ 300,00 ou 3 x R\$ 100,00	À vista R\$ 300,00 ou 3 vezes	<div><p><b>Nome do Produto</b></p><p><b>R\$ 300,00 à vista</b></p><p><b>ou 3x R\$ 100,00</b></p><p><b>Entrada / 30 / 60 dias</b></p><p><b>SEM JUROS</b></p><p><b>Total R\$ 300,00</b></p></div>

Entende-se por **pagamento à vista**, toda e qualquer forma de pagamento disponibilizada pelo lojista.

**Não existe diferença entre pagamento em dinheiro, cheque à vista, cartão de débito ou cartão de crédito**, desde que seja realizado em uma parcela.

O Ministério da Justiça, através da Secretaria de Direito Econômico, Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, em Parecer proferido por ocasião da consulta realizada pelo Clube de Diretores Lojistas do Rio de Janeiro, decidiu pela **ilegalidade de qualquer diferenciação no pagamento realizado através de cartão de crédito**.

A decisão confirma a Norma Técnica nº 02/2004, que decidiu pela **impossibilidade** desta prática, tendo em vista que esta viola os princípios norteadores da relação de consumo e boa-fé. O Fornecedor (lojista) não pode repassar seus custos de forma aleatória e determinar como o consumidor deve pagar para que receba o desconto como pagamento à vista. Esta decisão é válida também para os pagamentos em cartão de débito.

A decisão da Secretaria de Direito Econômico - DPDC, foi homologada pelo Diretor do Departamento, Ricardo Morishita Wada, em 19 de outubro de 2004.

O Decreto Federal nº 5.903 estabelece, no artigo 7º, que:

**Art. 7º** Na hipótese de utilização do código de barras para apreçamento, os fornecedores deverão disponibilizar, na área de vendas, para consulta de preços pelo consumidor, equipamentos de leitura ótica em perfeito estado de funcionamento.

Os leitores óticos deverão ser indicados por cartazes suspensos que informem a sua localização dentro de da loja.

Os leitores deverão obedecer uma **distância máxima de quinze metros do produto**, a fim de que o consumidor não tenha que percorrer mais do que esta distância para certificar o preço do produto.

O decreto prevê, também, para efeito de fiscalização, que a loja deve manter um **croqui atualizado da área de venda**, com a identificação clara e precisa da localização dos leitores óticos e a distância que os separa, demonstrando graficamente, o cumprimento da distância máxima fixada pela legislação.

## Infrações

As tabelas e etiquetas confeccionadas pelo lojista devem respeitar o direito básico do consumidor à informação adequada, clara e precisa sobre os diferentes produtos e serviços disponibilizados.

- ➔ Usar letras cujo tamanho não seja uniforme ou dificulte a percepção da informação considerada a distância normal de visualização do consumidor;
- ➔ Expor preços com as cores das letras e do fundo idêntico ou semelhante;
- ➔ Utilizar caracteres apagados, rasurados ou borrados;
- ➔ Informar preços em moeda estrangeira, desacompanhados de sua conversão em moeda corrente nacional, em caracteres de igual ou superior destaque;
- ➔ Usar referência que deixa dúvida quanto à identificação do item ao qual se refere;
- ➔ Atribuir preços distinto para o mesmo item;
- ➔ Expor informação redigida na vertical ou outro ângulo que dificulte a percepção.

As multas para os estabelecimentos comerciais que não respeitarem a Lei 10.962 e o Decreto 5.903, variam de 200 a 3 milhões de UFM, em conformidade com o Código de Defesa do Consumidor.

## LEI Nº 12.714, de 11 de junho de 2007 atualizada até a Lei nº 12.827, de 13 de novembro de 2007

Dispõe sobre a obrigatoriedade da apresentação de documento de identidade no pagamento das despesas com cartões de crédito e débito, e dá outras providências.

Art. 1º - Tornam-se obrigatórias, no Estado do Rio Grande do Sul, a apresentação de documento de identidade para o pagamento de qualquer despesa a ser efetuada com a utilização de cartão de crédito, bem como a assinatura do titular nas faturas, boletos ou extratos de pagamento, quando da realização das referidas despesas. (Redação dada pela Lei nº 12.827/07)

§ 1º - À falta da carteira de identidade, poderá ser apresentado outro documento oficial similar com foto. (Redação dada pela Lei nº 12.827/07)

§ 2º - Na via de pagamento destinada ao estabelecimento, deve ser anotado o respectivo número do documento oficial apresentado pelo titular do cartão. (Redação dada pela Lei nº 12.827/07)

Art. 2º - Como medida de segurança e proteção patrimonial nas relações de consumo e visando evitar possíveis fraudes ou o cometimento de qualquer outro tipo penal pertinente, as empresas e os estabelecimentos comerciais e financeiros que trabalham com cartões de crédito deverão exigir, obrigatoriamente, a apresentação do documento de identidade. (Redação dada pela Lei nº 12.827/07)

Parágrafo único. No caso de recusa da apresentação do documento de identidade, as empresas e os estabelecimentos comerciais e financeiros poderão negar ou desfazer a venda do produto ou a prestação do serviço anteriormente acordada, ou exigir outra forma de pagamento.

Art. 2º-A - Excetuam-se desta Lei os cartões corporativos, os cartões de crédito com senha e as compras por telefone e via internet. (Incluído pela Lei nº 12.827/07)

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Assembléia Legislativa do Estado, em Porto Alegre, 11 de junho de 2007.

## Temas sugeridos para as próximas publicações:

- Legislação Vigente para Registros Comerciais
- Lay-out de Vitrines - Materiais Alternativos
- Principais Fatores na Locação de Shopping Centers
- Princípios de Endomarketing
- Ponto, Produto, Preço, Promoção
- Seguros Comerciais

\*envie sua sugestão de temas a serem pesquisados para futuras publicações através do fone (51) 3025 8303 ou pelo e-mail: [ouvidoria@sindilojas-poa.com.br](mailto:ouvidoria@sindilojas-poa.com.br)