

SEI nº 19.16.0117.0038414/2021-25

PAAF nº MPMG-0024.21.006518-1

Parecer nº 17/2021 - PGJMG/PROCON-MG/SECP/ASJUP

ASSUNTO/EMENTA: Precificação - bebida resfriada/gelada - bebida em temperatura ambiente - preços diferentes - ausência de ilegalidade - produtos diferentes

1. FATOS

Trata-se de consulta encaminhada pela Promotoria de Justiça da Comarca de Coronel Fabriciano, na qual a Promotora Dra. Deise Poubel Lopes solicita respostas aos seguintes quesitos:

- 1 - um mesmo produto pode ter valor a mais pelo simples fato de estar gelado?
- 2 - há necessidade dessa informação?
- 3 - existência de alguns preços de produtos com marcações diferentes no caixa e nas máquinas de verificação: como está sendo feita a fiscalização nessa época de pandemia?

Referida demanda teve origem na Ouvidoria, conforme manifestação abaixo:

"O supermercado possui alguns preços de produtos com marcações diferentes no caixa e nas máquinas de verificação por código de barra, ao longo do supermercado.

Ou seja, ao conferir o preço de um refrigerante em uma das máquinas de código de barra e decidir pela compra do produto, fui surpreendido com um preço superior (70% de aumento) ao passar o produto no caixa.

Ao questionar a pessoa que estava no caixa e o responsável pelo estabelecimento no momento da compra, fui informado que era uma prática normal do supermercado, pois a máquina de verificação de preços não identificava se o produto estava quente ou gelado, e o valor real só apareceria na hora do pagamento. Outros consumidores relataram a mesma propaganda enganosa e a falta de respeito com o cliente."

2. PRELIMINARMENTE

Do conteúdo da solicitação proveniente da Promotoria de Justiça de Coronel Fabriciano, verifica-se que o pedido integra as atribuições a serem exercidas pela Coordenação do Procon-MG e, por conseguinte, por sua Assessoria Jurídica, nos termos do inciso XVII, do artigo 4º, § 2º, da Resolução PGJ 15/2019¹.

Passa-se, então, à análise.

3. FORMAÇÃO DO PREÇO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

No Brasil, a regra principal para composição do preço de um produto ou serviço é a liberdade econômica (inc. IV e PU, art. 170, CF/88), cabendo ao Estado intervir apenas quando há previsão legal. O fornecedor, se cumpridas as normas de proteção ao consumidor e da livre concorrência, poderá estipular o valor do bem para torná-lo competitivo no mercado, considerando, entre outros fatores, o seu custo (inclusive tributos), a demanda, a concorrência e o lucro pretendido.

Assim, é o fornecedor quem define o preço final do seu produto ou serviço, ficando sujeito à avaliação dos consumidores, que poderão ou não o escolher no mercado de consumo. Obviamente, há vários outros elementos importantes para a definição do preço, como o posicionamento do produto ou serviço (o que pode torná-lo diferente frente a outros que oferecem o mesmo resultado) e a capacidade financeira do público-alvo. **Todavia, repita-se, a regra para definição de preço de produto ou serviço pelo fornecedor, respeitadas as normas de defesa do consumidor e da livre concorrência, é a liberdade.**

Como dito, essa regra não é absoluta ou única, podendo o Poder Público interferir em preços finais de mercadorias em situações adversas, como ocorreu, em 2018, em razão da greve dos caminhoneiros, quando o valor dos combustíveis foi majorado excessivamente, ou em cenários de ausência da livre concorrência, o que impacta diretamente na liberdade de escolha do consumidor.

Assim, a legislação brasileira apresenta regras garantidoras de mercado adequado, onde deve prevalecer a livre concorrência e os direitos do consumidor. Nesse ambiente, poderá o fornecedor, a partir de análises mercadológicas, definir o valor de venda de seus produtos ou serviços. De modo geral, as metodologias para definição dos preços podem ser classificadas em três modelos principais¹: definição baseada em **custo**, definição baseada na **demanda** e definição baseada na **concorrência**.

Na definição de preço baseada em custo, o fornecedor eleva o valor de venda da mercadoria em um determinado percentual, considerando, nesse caso, todos os custos envolvidos na disposição do produto mercado de consumo, sejam eles diretos (custos relativos à produção do próprio produto) ou indiretos (força de venda, transporte, estoque, etc.).

Na composição de preços baseada na demanda, a análise é feita, principalmente, em relação à disposição do consumidor em adquirir a mercadoria. A indagação, então, é: quanto o consumidor está disposto a pagar? Outros fatores mercadológicos são considerados, mas o preço final está relacionado, principalmente, ao prestígio do produto perante os consumidores, podendo ser, não raras vezes, muito acima do seu custo real.

Já no modelo de definição baseado na concorrência, preço final considerará o valor de produtos ou serviços similares oferecidos no mercado.

É possível afirmar que muitos fornecedores definem os preços a partir da combinação desses modelos, sendo factível que a definição do valor a partir de seu custo aparenta ser a mais fácil.

No caso da venda de bebida gelada/resfriada por preço superior ao "mesmo produto" em temperatura ambiente, o fornecedor, certamente, considera os custos advindos do processo de resfriamento. De outro lado, como os modelos de formação de preços se interagem, a referida valoração também pode ter como fundamento a demanda, considerando, por exemplo, o público específico que busca aquele produto, em razão, precipuamente, de sua temperatura.

4. PRODUTOS DIFERENTES

É comum, no aceno da irregularidade da venda de bebida gelada por preço maior que o do "mesmo produto" em temperatura ambiente, a afirmação de que ambas equivalem a uma mesma mercadoria, não devendo, pois, haver diferenciação do valor final.

Contudo, por análise empírica simples, é plenamente possível afirmar que **se tratam de produtos diferentes**. Por certo, diferem em suas características, sendo a temperatura física o elemento nuclear dessa distinção.

O consumo também se dá de forma diferente, podendo a bebida gelada ser consumida imediatamente, enquanto a que possui temperatura ambiente poderá, ao desejo do consumidor, ter que sofrer processo de resfriamento.

Também despertam desejos e expectativas diferentes no consumidor e assim o fazem exatamente pela temperatura distinta.

Nesse sentido, ao se afirmar que a bebida gelada/resfriada equivale ao "mesmo produto" representado pela bebida em temperatura ambiente, deveriam ser, por derradeiro, iguais as formas de consumo, como também o desejo e expectativas dos consumidores.

5. O DIREITO À INFORMAÇÃO E A LIBERDADE DE ESCOLHA

Um dos princípios basilares do Código de Defesa do Consumidor é o direito à informação. Insculpido em diversos dispositivos do diploma consumerista nacional, esse direito se fundamenta, substancialmente, na vulnerabilidade do consumidor, que se manifesta também em relação à informação.

Assim, o consumidor tem o direito de ser informado sobre todos os aspectos e características dos produtos ou serviços ofertados no mercado de consumo, traduzindo, assim, numa forma de respeito ao princípio precípuo da informação.

O Código de Defesa do Consumidor prevê, em seus artigos 6º, II, III e IV, 30, 31 e 37:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor: (...)

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

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços; (...)

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

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. (...)

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços. (...)

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

Vê-se que a lei consumerista eleva o direito à informação a um patamar tão especial e relevante que o seu descumprimento equivale a comportamentos passíveis de sanções administrativas e/ou penais.

Assim, sempre que a oferta ou apresentação de um produto ou serviço falhar na transmissão de informação essencial ao consumidor, assim considerada aquela capaz de influenciar na decisão de compra ou de contratação, o direito básico à informação está sendo agredido, podendo o fornecedor sofrer ações de órgão administrativos de fiscalização do mercado, órgãos policiais e Poder Judiciário.

Sendo criteriosamente acatado o direito fundamental à informação, ou seja, cumprindo o fornecedor o dever de corretamente informar, o consumidor terá o conhecimento das características básicas e essenciais da mercadoria ofertada, podendo, nesse caso, exercer sua liberdade de escolha, consagrada no artigo 6º, II, CDC.

No caso da venda de bebida gelada/resfriada por preço superior ao "mesmo produto" em temperatura ambiente, deverá o consumidor receber essa informação, de forma precisa, clara e ostensiva, podendo, assim, escolher o produto que melhor atenda a seu desejo e expectativas.

6. REGRAS GERAIS DE PRECIFICAÇÃO

Conforme regramento estabelecido pelas Leis Federais nºs 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor) e 10.962/2004 (Lei de "Precificação"), a forma padrão de se informar o valor dos produtos e serviços aos consumidores é a indicação correta, clara, precisa e ostensiva do **preço à vista**.

O Decreto Federal n.º 5.903/2006, regulamentador da Lei Federal n.º 10.962/2004, por sua vez, em seu artigo 2º, define o que é informação de preço correta, clara, precisa e ostensiva. Vejamos:

- a) **correção**: a informação verdadeira que não seja capaz de induzir o consumidor em erro;
- b) **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;
- c) **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;
- d) **ostensividade**: a informação que seja de fácil percepção, dispensando qualquer esforço na sua assimilação.

Por isso, a primeira conclusão é que, independentemente do produto ou do serviço ofertado no mercado de consumo, a informação sobre o preço, além da obrigação de ser ostensiva, não poderá conter incorreções, obscuridades ou imprecisões.

Temos, então, que o preço deve ser informado sem induzir o consumidor em erro (correção e precisão), de forma plenamente perceptível (ostensividade) e sem a necessidade de interpretação ou de cálculo (clareza). Nesse sentido, qualquer informação de preço que afronte

a essas determinações poderão ser consideradas, em princípio, inadequadas e em desconformidade com as normas de defesa do consumidor.

No caso da venda de bebida gelada/resfriada por preço superior ao mesmo produto em temperatura ambiente, considerando, especialmente, fatos narrados no expediente investigativo da Promotoria de Justiça consulente, o consumidor não poderá ser surpreendido, em nenhuma hipótese, com um novo preço quando do pagamento do produto.

Portanto, diante de eventual impossibilidade de precificar adequadamente a bebida gelada no mecanismo de códigos de barras, deverá o fornecedor se abster de ofertá-la com essa característica, sob pena de incorrer em prática infrativa de divergência de preços, caso em que o preço a ser pago pelo consumidor deverá ser o menor entre os ofertados (arts. 6º, II, III e IV, 30, 31 e 37 do CDC, 5º da Lei Federal nº 10.962/2004 e 2º do Decreto Federal nº 5.903/2006).

7. CONCLUSÃO

Por todo o exposto, e considerando os quesitos apresentados pela Promotoria de Justiça consulente, conclui-se que:

1 - Um mesmo produto pode ter valor a mais pelo simples fato de estar gelado?

R.: Sim.

2 - Há necessidade dessa informação?

R.: Sim. Tais informações deverão ser prestadas conforme as normas de precificação. É fundamental que o consumidor saiba, prévia, ostensiva e inequivocamente, eventuais variações de preços dos produtos em razão de uma qualidade a ele agregada, para poder, de maneira livre e consciente, exercer sua escolha.

3 - Existência de alguns preços de produtos com marcações diferentes no caixa e nas máquinas de verificação: como está sendo feita a fiscalização nessa época de pandemia?

R.: Abaixo, a manifestação da Divisão de Fiscalização do Procon-MG (SEI DIFIS (1249401)).

“Prezada Dra. Deise, boa tarde.

Realizamos esse tipo de fiscalização por amostragem, em uma média de 30 (trinta) produtos, anotando os preços informados na etiqueta de preços pelo estabelecimento, e, em seguida, consultando os referidos preços no caixa do supermercado. Sendo verificada a duplicidade de preço é preenchido o formulário de autuação, n.º 2, sendo impresso o cupom fiscal com a informação do preço constatado e realizado o registro fotográfico da etiqueta que informava o preço do produto que apresentou a divergência de preços. Ambos são anexados ao formulário preenchido na fiscalização.

Caso não seja verificada nenhuma irregularidade é preenchido o formulário de constatação n.º 1, constatando que não houve nenhuma irregularidade.

Durante a pandemia as fiscalizações estão sendo realizadas de acordo com as solicitações dos Promotores de Justiça.

Belo Horizonte, 02 de junho de 2021.

Cristiane de Oliveira Castro - Agente Fiscal”

8. DILIGÊNCIAS

Considerando ser recorrente o recebimento de consultas, encaminhadas por integrantes do Sistema Estadual de Defesa do Consumidor e diretamente por consumidores, sobre a possibilidade ou não de cobrança de valores diferenciados nos casos e condições expostos

neste parecer, sugere-se a elaboração/expedição de Nota Técnica.

Por fim, conforme o artigo 12, Parágrafo Único, I, da Resolução 04/20191, que estabelece critérios para a atuação das Coordenadorias Estaduais e Regionais e unidades organizacionais com funções congêneres do Ministério Público do Estado de Minas Gerais e regulamenta o Procedimento de Apoio à Atividade Fim, fica registrado que o presente parecer tem caráter não vinculativo.

Belo Horizonte - MG, 4 de agosto de 2021

Regina Sturm - Assessora II
Assessoria Jurídica / Procon-MG
(Elaboração)

Ricardo Augusto Amorim César - Assessor II
Assessoria Jurídica/Procon-MG
(Elaboração)

Christiane Pedersoli - Assessora III
Coordenadora da Assessoria Jurídica/Procon-MG
(Revisão)

Janaina Gonçalves Drumond Américo - Analista
Assessoria Jurídica / Procon-MG
(Revisão)

1 - Resolução PGJ nº 15/2019 - Art. 4º Compete ao Procon-MG: (...) XVII - responder consultas e elaborar pareceres, a pedido dos Promotores de Justiça do Procon-MG e dos procons municipais. (...) §2º As atribuições previstas nos incisos I, VII, XIII, XVI, XVII e XVIII deste artigo serão exercidas pelo Coordenador do Procon-MG (...)

2 - CARNEIRO, Jorge M. T.; SAITO, Cláudio Sunao; AZEVEDO, Hélio Moreira de; CARVALHO, Luiz Celso Silva de. Formação e Administração de Preços. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006. p. 105.

*** Parecer aprovado na 7ª Reunião da Coordenação do Procon-MG com as Coordenadorias Regionais de Defesa do Consumidor, realizada em 04/08/2021**



Documento assinado eletronicamente por **RICARDO AUGUSTO AMORIM CESAR, ASSESSOR II**, em 06/08/2021, às 16:19, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **REGINA STURM VILELA, ASSESSOR II**, em 06/08/2021, às 17:06, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **JANAINA GONCALVES DRUMOND AMERICO, ANALISTA DO MINIST. PUBLICO - QP**, em 09/08/2021, às 10:46, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **CHRISTIANE VIEIRA SOARES PEDERSOLI, ASSESSOR III**, em 09/08/2021, às 17:10, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.





A autenticidade do documento pode ser conferida no site <http://www.mpmg.mp.br/sei/processos/verifica>, informando o código verificador **1446638** e o código CRC **9353E55E**.

Processo SEI: 19.16.0117.0038414/2021-25 / Documento SEI:
1446638

Gerado por: PGJMG/PROCON-MG/SECP/ASJUP

RUA GONÇALVES DIAS, 2039 - Bairro LOURDES - Belo Horizonte/ MG - CEP 30140092