

ERRO DE PRECIFICAÇÃO



Ana Laura Chanes
Bianca Basile Reis
Brisa Monteiro
João Pedro Bianchi
João Fabiano Alvarenga
Maria Eduarda Lopes
Nicole Moreno Alves



Sobre o Projeto:

A disciplina de Extensão, ministrada pela professora Mônica Martinez, representa um compromisso entre a faculdade e a sociedade. Essa parceria visa promover a integração entre educação e comunidade, destacando-se pela troca de conhecimentos e pelo desenvolvimento de habilidades que vão além da sala de aula. Nesse contexto, o blog da FADI assume um papel fundamental como meio acessível de divulgação dos trabalhos desenvolvidos pelos próprios alunos durante a disciplina. Essa produção gera um impacto extremamente positivo na sociedade, visto que os grupos de estudantes se organizam para elaborar conteúdos relevantes, que são cuidadosamente acompanhados e aprovados pela professora responsável. Os materiais publicados no blog possuem grande relevância tanto para a comunidade acadêmica quanto para a sociedade em geral. Os alunos que participam desse projeto sentem-se orgulhosos por deixarem sua contribuição registrada na história da instituição, incentivando, assim, o comprometimento das futuras turmas. Os temas abordados são sempre de grande importância social, muitas vezes negligenciados pela falta de informação. A proposta é tratá-los sob uma perspectiva jurídica, utilizando a liberdade que esse espaço oferece para tornar o Direito mais acessível e aplicável ao cotidiano. Dentro dessa proposta, o nosso grupo escolheu abordar a temática “Erro de Precificação”, buscando esclarecer, de forma simples e acessível, os direitos dos consumidores e fornecedores diante dessa situação. A intenção é democratizar o conhecimento, facilitando a compreensão e a correta aplicação dos direitos nas relações de consumo.



Nosso principal objetivo é gerar mais consciência e responsabilidade nas relações comerciais, orientando consumidores sobre como agir em casos de erro de preço e, ao mesmo tempo, promovendo a justiça pautada no Código de Defesa do Consumidor (CDC). É fundamental compreender que o CDC protege o consumidor, mas deve ser utilizado com responsabilidade, diferenciando os erros evidentes das situações em que prevalece a boa-fé. O trabalho desenvolvido vai além do ambiente acadêmico. Como produto final, o grupo elaborou um folder informativo, destinado tanto a consumidores quanto a fornecedores, com linguagem simples e de fácil compreensão. O efeito que esperamos com esse trabalho é contribuir para relações de consumo mais respeitadas, com menos conflitos e mais equilíbrio, demonstrando que o Direito é, acima de tudo, uma ferramenta de proteção e de promoção da justiça no dia a dia.

Introdução



Erros de precificação são situações comuns e acontecem com bastante frequência em vários tipos de estabelecimentos, notadamente entre clientes e fornecedores. Essas situações podem causar dúvidas e insatisfações, por isso escolhemos esse tema em busca de conscientizar sobre a importância desse assunto.

Este trabalho apresenta temas sobre o cancelamento de vendas por erro na precificação, com base na legislação brasileira. Analisamos aspectos de quando a venda pode ser anulada ou efetivada, usando exemplos ilustrativos.



A escolha desse tema foi para ajudar a esclarecer dúvidas e informar os consumidores.

ACOMPANHE AS PRÓXIMAS
PÁGINAS E SAIBA COMO
GARANTIR SEUS DIREITOS

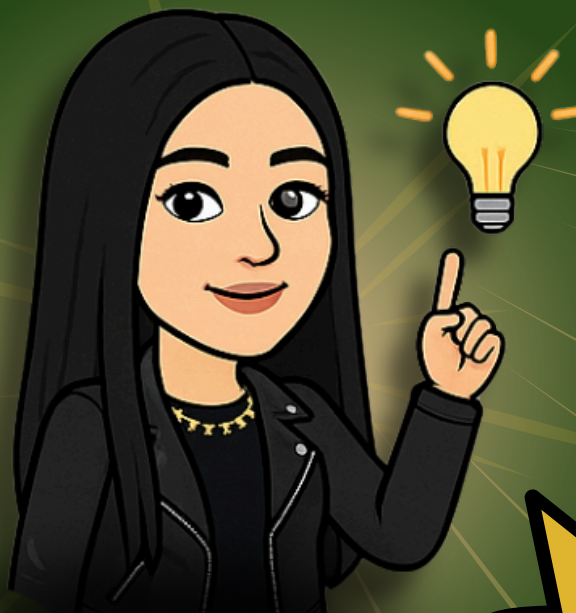




Você sabe o que é
“precificação”?

Precificação é o processo de definir o valor que será cobrado por um produto ou serviço. Uma boa precificação não é feita no “achismo”. Ela considera os custos, o lucro desejado e o valor percebido pelo consumidor.

Ela é essencial para garantir que a empresa cubra seus gastos, lucre e ainda seja competitiva no mercado. Precificar bem é respeitar o consumidor e manter o equilíbrio nas relações de consumo.



Tive uma ideia! Vou te
apresentar erros reais
de “precificação”!

EXEMPLOS REAIS DE ERROS NA PRECIFICAÇÃO:



O que fazer nesse caso?

1

Tire uma foto da etiqueta (como você fez) com os dois valores visíveis.

2

Informe o erro ao atendente da loja de forma educada e peça esclarecimento sobre o valor correto.

3

Caso o valor mais baixo pareça razoável e não seja evidentemente um erro grotesco, você pode exigir que o produto seja vendido por esse valor, com base no Código de Defesa do Consumidor (CDC), que protege o consumidor em casos de dúvida ou ambiguidade em oferta (art. 30 e art. 31 do CDC).

4

Se a loja se recusar a vender, registre a situação e entre em contato com o PROCON, Anexando a foto e relatando o ocorrido.





**E VOCÊ SABE O
QUE É CDC?**



O CDC – CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - É A LEI QUE PROTEGE OS DIREITOS DE QUEM COMPRA PRODUTOS OU CONTRATA SERVIÇOS. ELE ESTABELECE REGRAS SOBRE COMO AS EMPRESAS DEVEM AGIR E, QUAIS SÃO OS DIREITOS DOS CONSUMIDORES EM DIVERSAS SITUAÇÕES. EM RESUMO, É A LEI QUE BUSCA EQUILIBRAR A RELAÇÃO ENTRE CONSUMIDORES E FORNECEDORES.



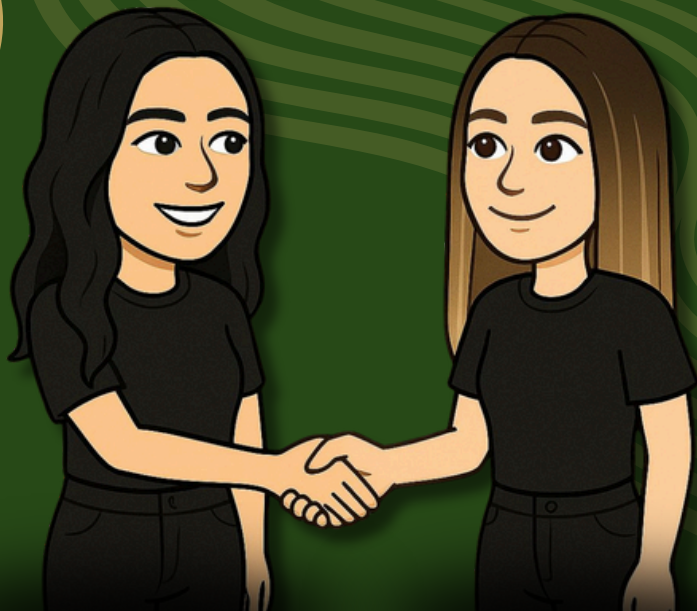
ENTÃO QUAL É SUA FINALIDADE?



O Código de Defesa do Consumidor (CDC) protege o consumidor e busca equilibrar sua relação com o fornecedor. Ele se aplica em casos como erros de precificação, avaliando se houve má-fé ou erro evidente. Também regula a publicidade, exigindo clareza, veracidade e evitando que o consumidor seja enganado. Um de seus princípios fundamentais é a boa-fé, que exige honestidade, lealdade e transparência entre as partes. Consumidor e fornecedor devem agir com respeito e confiança, garantindo relações de consumo justas e responsáveis.



Boa-fé é agir com honestidade, lealdade e transparência. No Direito do Consumidor, garante relações justas e equilibradas, exigindo respeito e confiança mútua entre fornecedor e consumidor.



DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR?



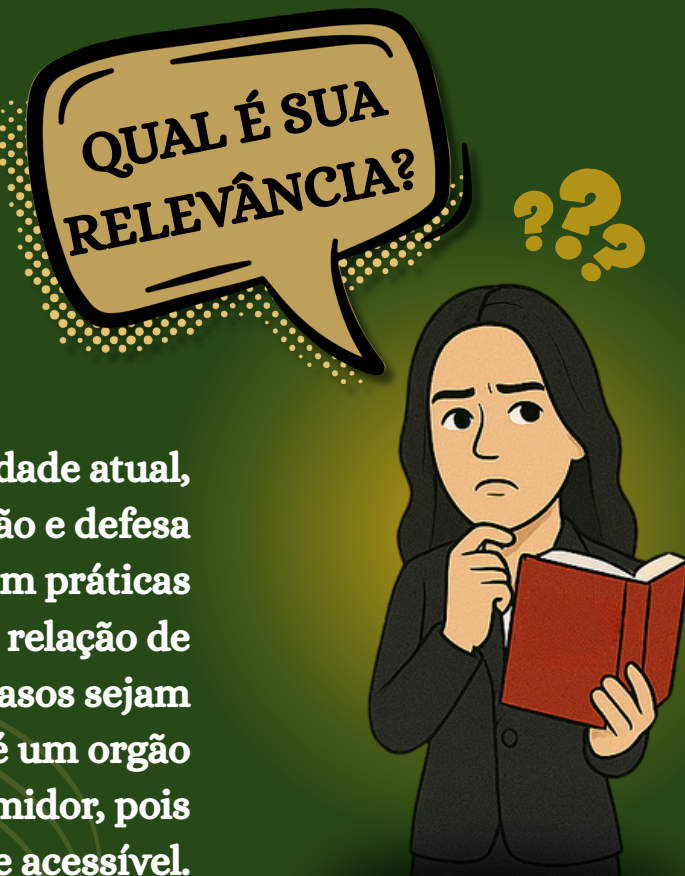
- ✓ A PROTEÇÃO DA VIDA, SAÚDE E SEGURANÇA;
- ✓ EDUCAÇÃO PARA ASSEGURAR A LIBERDADE DE ESCOLHA;
- ✓ INFORMAÇÃO ADEQUADA E CLARA SOBRE PRODUTOS E SERVIÇOS;
(DIREITO À INFORMAÇÃO)
- ✓ PROTEÇÃO CONTRA PUBLICIDADE ENGANOSA E ABUSIVA; (DIREITO CONTRA)
- ✓ PROTEÇÃO CONTRA PRÁTICAS ABUSIVAS E DESLEAIS;
- ✓ MODIFICAÇÃO E REVISÃO DE CLÁUSULAS CONTRATUAIS;
- ✓ REPARAÇÃO DE DANOS PATRIMONIAIS E MORAIS;
- ✓ ACESSO À JUSTIÇA E FACILITAÇÃO DA DEFESA DE SEUS DIREITOS.



**MAS O QUE
É PROCON?**

O Procon foi fundado em 1976, em São Paulo, é um órgão público brasileiro Estadual e Municipal, tendo uma ligação direta com o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC),

é dirigido pela Secretaria Nacional do Consumidor, Senacon, e tem vínculo ao Ministério da Justiça. Seu objetivo principal é passar a devida segurança para o consumidor que age de boa-fé, fiscalizando as práticas de comercialização, receber reclamações e tomar as medidas cabíveis e aplicando as sanções quando necessária.



**QUAL É SUA
RELEVÂNCIA?**

Sua relevância é fundamental para a sociedade atual, desempenha como um órgão de proteção e defesa para os consumidores. intervém em práticas abusivas e interceder conflitos entra a relação de consumo, impedindo que muito desses casos sejam levados ate o Poder Judiciário. O Procon é um órgão primordial na segurança do consumidor, pois proporciona uma solução imediata e acessível.

Sua operação coopera para a melhoria dos produtos, segurança na relação de consumo e assim colaborando com uma relação de consumo mais confiável, potencializando a cidadania e incentivando as práticas comerciais mais francas e responsáveis. Por tanto, sua atuação é indispensável para garantir o cumprimento do Código de Defesa do Consumidor.

ENTÃO O QUE O PROCON FAZ?



ANÁLISE DAS RECLAMAÇÕES

Sua operação coopera para a melhoria dos produtos, segurança na relação de consumo e assim colaborando com uma relação de consumo mais confiável, potencializando a cidadania e incentivando as práticas comerciais mais francas e responsáveis. Portanto, sua atuação é indispensável para garantir o cumprimento do Código de Defesa do Consumidor.

MEDIAÇÃO DE CONFLITOS

Exerce uma função intermediária nos conflitos entre consumidores e empresas, incentivando audiências de conciliação para evitar acionar o Poder Judiciário.

ORIENTAÇÃO AO CONSUMIDOR

Disponibiliza informações sobre os direitos e deveres do próprio, esmiuçando dúvidas e instruindo como deve agir quando essas situações correm.

FISCALIZAÇÃO NAS EMPRESAS

O Procon executa inspeções e fiscalizações nos estabelecimentos, garantindo a vigência das normas de defesa do consumidor, intervindo em práticas abusivas.

APLICAÇÃO DAS SANÇÕES

Logo após identificadas, o órgão deve aplicar as devidas sanções administrativas, buscando revisar as irregularidades e evitar danos aos consumidores.

Aprimora e estimula campanhas de orientações para estimular o consumo responsável e seguro, informando a população quais são os seus devidos direitos e deveres.

Linha do Tempo do PROCON



- 1976** CRIAÇÃO DO PROCON-SP: O PRIMEIRO ÓRGÃO PÚBLICO DEDICADA À DEFESA DO CONSUMIDOR NO BRASIL, MARCANDO O INÍCIO DA ESTRUTURAÇÃO DESSA ÁREA.
- 1988** CONSTITUIÇÃO FEDERAL: ELEVOU A DEFESA DO CONSUMIDOR A DIREITO FUNDAMENTAL (ART. 5º, XXXII) E ESTABELECEU PRINCÍPIOS DA ORDEM ECONÔMICA QUE A INCLUEM (ART. 170, V), ALÉM DE DISPOSIÇÕES NO ADCT (ART. 48). ESSE RECONHECIMENTO CONSTITUCIONAL IMPULSIONOU A LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA.
- 1990** PROMULGAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (LEI Nº 8.078/90): O MARCO LEGAL MAIS SIGNIFICATIVO, QUE ESTABELECEU DE FORMA ABRANGENTE OS DIREITOS E DEVERES NAS RELAÇÕES DE CONSUMO.
- 1951** A LEI DE ECONOMIA POPULAR TROUXE AS PRIMEIRAS NOÇÕES DE PROTEÇÃO, FOCANDO EM ABUSOS ECONÔMICOS.
- 1970** A CRIAÇÃO DO INMETRO É RELEVANTE PARA A GARANTIA DE PADRÕES E SEGURANÇA DOS PRODUTOS.
- 1987** A FUNDAÇÃO DO IDEC FOI CRUCIAL PARA A ATUAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL NA DEFESA DOS DIREITOS DOS CONSUMIDORES.

**Quando o Fornecedor
é Obrigado a Cumprir
o Preço Ofertado?**

Dentro do Direito do Consumidor, os fornecedores têm a devida obrigação de exercer o que foi ofertado ao público. Segundo o artigo 30 do Código de Defesa do Consumidor (CDC), toda informação ou publicidade anunciada faz parte do contrato e assim vinculando o fornecedor. Expressa que, se algo for divulgado de maneira clara - como preço ou condições de venda -, não é possível voltar atrás com a compra. Essa norma protege a confiança do consumidor e combate a relação de consumo abusiva, tornando o fornecedor o responsável legal por tudo o que se é divulgado, seja eles em etiquetas, anúncios ou até sites.



**Erro Simples x
Erro Grotesco**

A lei diferencia os erros em:

Erro simples - divergência pequena no preço; pode compelir o cumprimento se o consumidor agir de boa-fé.

Erros grotesco - quando o erro é muito claro; não exige o cumprimento, visto que o consumidor deveria perceber o engano.



O Que diz a Justiça?

Os tribunais compreendem que os erros visíveis, como aborda no caso do TJSP que anulou a loja de vender um notebook anunciado por R\$199, forçam o fornecedor a exercer o valor ofertado. Entretanto erros menos óbvios, como no TJDFT em que a loja foi sentenciada a vender um micro-ondas por R\$189,

pois o consumidor agiu de maneira justa. Desta maneira, o fornecedor não deve usar qualquer erro como desculpa, porém não deve ser punido por falhas óbvias na divulgação.

Dica para o fornecedor



Para prevenir essas situações, o fornecedor deve revisar minuciosamente as informações anunciadas. Obedecer a oferta é regra - os erros visíveis são uma exceção. A boa-fé e a confiança legítima do consumidor devem sempre ser seguidas e respeitadas.

Casos Reais e Jurisprudência sobre Erro de Precificação



CASO B2W – RELÓGIOS NÁUTICA COM PREÇO MUITO ABAIXO DO MERCADO



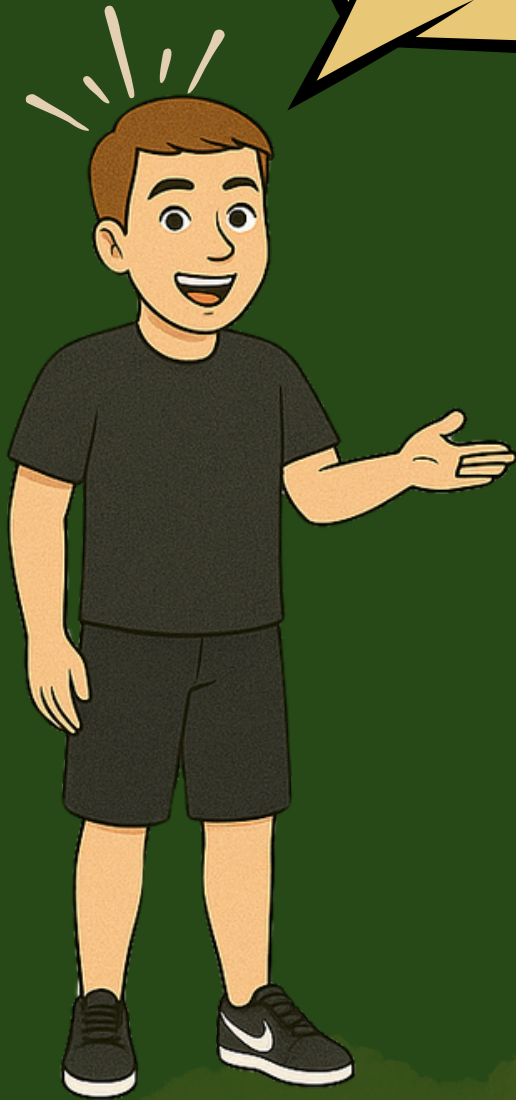
A empresa B2W anunciou, por erro, seis relógios da marca Náutica por R\$ 101,40, sendo que o valor real total era de quase R\$ 10.000. Um consumidor finalizou a compra, mas a empresa cancelou o pedido, alegando falha no sistema.

O caso foi julgado pela 1ª Turma Recursal dos Juizados Especiais do DF. A decisão foi favorável à empresa, pois o erro era evidente e grosseiro, e qualquer pessoa perceberia a distorção no preço. A Justiça entendeu que o consumidor agiu de má-fé, tentando se aproveitar do equívoco, e que não se aplica o princípio da vinculação à oferta nesse tipo de situação.

A decisão reforçou que o CDC não deve ser usado para obter vantagem indevida, e que contratos devem respeitar a boa-fé e o equilíbrio entre as partes.



Caso Montadora – Indenização por não cumprir preço anunciado



Um consumidor viu uma oferta de carro em promoção e fechou a compra. Após 60 dias, a montadora informou que o preço havia aumentado mais de R\$ 8 mil. A empresa alegou que o valor era apenas estimado, mas o juiz de Cotia (SP) não aceitou a justificativa.

A decisão foi favorável ao consumidor, com base no artigo 30 do CDC, que obriga o fornecedor a cumprir o que foi anunciado. O juiz entendeu que o erro não era evidente, e a empresa teve tempo para corrigir a falha, mas deixou o cliente esperando por dois meses antes de mudar o valor.

Resultado: a montadora foi condenada a pagar R\$ 17.259,06 ao consumidor, como indenização com juros e correção.

Esse caso reforça que, quando o consumidor age com boa-fé e o erro não é grotesco, o fornecedor deve cumprir o preço anunciado.



EXEMPLOS DE ANULAÇÃO DE VENDAS

Mas o que é anulação de vendas?

É quando a venda é cancelada pela Justiça, mesmo após o pagamento, porque houve erro grave no preço.

Como eu posso saber quando a venda pode ser anulada?

Quando o preço é muito fora da realidade (erro grosseiro), a Justiça permite o cancelamento da venda, mesmo com o pagamento feito.



Que tal exemplos práticos?



Casas Bahia (2013)

Anunciou notebooks por R\$143,00 por erro no sistema. Consumidores pagaram, mas a Justiça entendeu que o preço era tão baixo que qualquer pessoa perceberia o erro.

Venda cancelada.



Amazon (2021)

Perfumes importados por R\$ 9,90 foram colocados no site por engano. A empresa cancelou e a Justiça aceitou, pois o valor era muito abaixo do normal, configurando

Erro grosseiro.



O Código de Defesa do Consumidor garante que toda oferta deve ser cumprida (art. 30 e 35), mas também reconhece o erro evidente como motivo para anular uma venda.

Tudo depende da boa-fé e do bom senso na relação entre consumidor e fornecedor.

Mas o que acontece com o dinheiro do consumidor?

O consumidor tem direito à devolução total do valor pago, sem prejuízo e sem taxas no prazo de 30 dias . A empresa deve reembolsar de forma rápida e integral, pois o contrato foi desfeito e nenhuma das partes pode sair prejudicada.

Base legal: Art. 35, III do CDC



**VOCÊ CONHECE O
TRABALHO DELES?**

Celso Russomanno é amplamente conhecido por seu trabalho em proteção ao consumidor. Advogado e jornalista, usa a mídia para denunciar abusos e conscientizar sobre seus direitos. Ganhou notoriedade na década de 1990 por sua atuação na área de proteção ao consumidor no programa Aqui Agora (SBT). Posteriormente, apresentou segmentos de “Patrulha do Consumidor” em programas da RecordTV, como Cidade Alerta.



**CELSO
RUSSOMANNO**

**BEN
MENDES**

Ben Mendes é advogado e influenciador digital conhecido por traduzir o Direito do Consumidor para uma linguagem leve, jovial e simples. Em seus vídeos curtos, porém informativos, ele usa humor, exemplos cotidianos e comunicação direta para ensinar as pessoas sobre seus direitos. Ao focar nos direitos civis e do consumidor, Ben ajudou milhares de pessoas a entender melhor o CDC e a assumir a responsabilidade de resistir a abusos e práticas ilegais no mercado.



**DIVULGAÇÃO POPULAR:
SOLUÇÃO OU PROBLEMA?**

A exibição de figuras como Celso Russomanno e Ben Mendes pela mídia contribui para a aceitação pelos consumidores dos direitos dos consumidores. Através de programas de televisão e plataformas de mídia social, os dois conseguem neutralizar o jargão jurídico e apresentar casos reais; eles conseguem conectar os consumidores diretamente ao campo da proteção legal. Tal exposição serve como uma “porta aberta” para os cidadãos perceberem seus direitos em situações em que o processo convencional de justiça não os beneficia.

**BEN E CELSO
INFORMAM OU CONFUNDEM?**

Contudo, a mesma popularização pode trazer desdobramentos negativos nesse contexto. O interesse por tornar o material mais acessível também tende a simplificar a abordagem jurídica. Com isso, há o risco do surgimento de interpretações equivocadas e mesmo da popularização da Fake News, que em muito pouco contribui para além confundir a população sobre seus direitos possíveis. Quando o elemento do entretenimento é colocado acima da técnica jurídica pura, há a chance da informação se tornar um espetáculo. Nisso, a compreensão real do direito do consumidor se perde. Assim, a atuação midiática desses defensores deve ser vista com olhar crítico, reconhecendo seus méritos, mas também seus limites.



EM RELAÇÃO AO APELO MÍDIÁTICO

Celso Russomanno e Ben Mendes fazem intenso uso da visibilidade propiciada pela mídia para consolidar sua autoridade junto ao grupo de interesse. Ao mesclar atuação política e midiática, projetam-se como protetores do cidadão comum, que se expressam e lutam contra diversos males e injustiças a fim de buscar o bem coletivo. No entanto, sua visibilidade é construída mais sobre a emoção do que sobre a razão: seus discursos incultam fervor, suas frases são incisivas e dramatizam disputas, mas não tem a robustez da fundamentação técnico-jurídica. Críticos de mídia, como Pierre Bourdieu, menciona no livro “Sobre a televisão”, que um longo e corrosivo efeito desse fenômeno de espetacularização, cuja lógica de atuação substitui a autoridade do saber técnico.

A atuação de Russomanno e Ben Mendes desperta debates sobre até onde a informação popular pode ir sem perder a precisão jurídica. Entre acertos e excessos, eles ajudam a construir uma ponte entre o consumidor e o Direito.



Conclusão

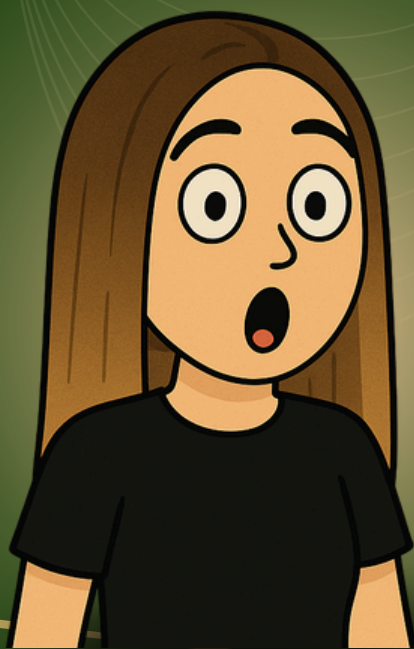
O trabalho desenvolvido teve como foco o erro na precificação de produtos, um problema frequente nas relações de consumo. Embora seja comum, esse tipo de erro deve ser tratado com responsabilidade, com base nas normas do Código de Defesa do Consumidor (CDC).



Que tal um resumo
do trabalho?

O trabalho tratou do erro de precificação, destacando que, conforme o CDC, o consumidor é protegido quando o erro não é evidente. Entrevista com o PROCON mostrou como o órgão atua nesses casos. Um folder educativo foi criado para orientar consumidores e fornecedores. O estudo reforça a importância do consumo consciente e da boa-fé nas relações de consumo.





Esquecemos de
contar uma
notícia!

Vamos te
explicar, ok?



Para ajudar a compreender melhor
nosso trabalho, realizamos uma
entrevista com uma agente do
procon e com o nosso professor de
Direito do Consumidor!



Entrevistado

O Professor Dr. Luís Inácio Carneiro Filho é advogado e docente com notável trajetória acadêmica e profissional no campo jurídico. Graduado em Direito pela Faculdade de Direito de Itu (FADITU) em 1998, concluiu sua especialização em Direito e Processo do Trabalho na mesma instituição, com monografia que abordou a presença do direito civil nas relações de trabalho.

Dedicando-se à vida acadêmica, obteve o título de mestre em Direito Civil pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) em 2008, com dissertação orientada pela renomada jurista Maria Helena Diniz. Posteriormente, cursou doutorado em Direito Comercial também pela PUC-SP, onde defendeu a tese intitulada “A reliberalização dos contratos comerciais”, sob a orientação do Professor Marcelo Sacramone, concluída em 2021.

Na docência, o professor Luís Carneiro destaca-se como professor titular de Direito Empresarial na Faculdade de Direito de Sorocaba (FADI) desde 2012, além de lecionar Direito Civil na Faculdade de Direito de Itu (FADITU) desde 2001. Já lecionou também nas Faculdades de Campinas e na Faculdade Max Planck, sempre contribuindo significativamente para a formação de novos juristas. Paralelamente à carreira acadêmica, atua como sócio da Carneiro Sociedade de Advogados, tradicional escritório fundado por sua mãe, a advogada Elza Garcia Carneiro, em 1973. Com sede em Itu/SP, o escritório é referência nas áreas de Direito Empresarial, Contratual, Imobiliário, Civil, Família e Sucessões.

Autor de diversas publicações, é responsável pelo livro “Contratos Comerciais – Liberdade Contratual à Luz da Declaração de Direitos de Liberdade Econômica”, obra lançada também em Portugal. Participa ativamente de eventos acadêmicos nacionais e internacionais, como o XI Simpósio Internacional de Direito CONSINTER, realizado na Universidade Complutense de Madrid. Com sua sólida formação, vasta experiência e compromisso com o ensino jurídico, o Professor Dr. Luís Inácio Carneiro Filho é reconhecido como uma referência no meio acadêmico e profissional, contribuindo de forma significativa para o desenvolvimento do Direito no Brasil.



**Dr. Luís Inácio
Carneiro Filho**



ENTREVISTA

Prof. Luis Carneiro



🔍 Vídeo da entrevista



AGRADECIMENTOS

Gostaríamos de agradecer aqueles que auxiliaram de maneira significativa a realização do trabalho, Professora Mônica, pelo apoio, orientação e confiança no potencial do grupo ao longo de todo processo. Professor Luís Carneiro, de Direito do Consumidor, pela contribuição teórica e prática para a construção crítica e jurídica dos nossos estudos. A participação destes foi fundamental para enriquecer nossos conhecimentos para concretizar o trabalho.

Referências bibliográficas

AMERICANAS cancela compras de PS4 vendido por R\$ 9. Exame, 10 mar. 2014. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/americanas-cancela-compras-de-ps4-vendido-por-r-9/>. Acesso em: 24 abr. 2025.

BOBBIO, Norberto. O Futuro da Democracia. Disponível em: <https://professor.pucgoias.edu.br/sitedocente/admin/arquivosUpload/4615/material/BOBBIO%20-%20FUTURO%20DA%20DEMOCRACIA.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2025.

BOURDIEU, Pierre. Sobre a Televisão. Disponível em: <https://drive.google.com>. Acesso em: 03 maio 2025.

BRASIL. Código Civil (Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002). Diário Oficial da União, Brasília, DF, 11 jan. 2002. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm. Acesso em: 24 abr. 2025.

BRASIL. Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990). Diário Oficial da União, Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm. Acesso em: 24 abr. 2025.

BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Art. 4º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. JusBrasil. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10608486/artigo-4-da-lei-n-8078-de-11-de-setembro-de-1990>. Acesso em: 28 abr. 2025.

BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Inciso V do art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. JusBrasil. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10602693/inciso-v-do-artigo-39-da-lei-n-8078-de-11-de-setembro-de-1990>. Acesso em: 28 abr. 2025.

BRASIL. Código de Proteção e Defesa do Consumidor: Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990. São Paulo: Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor - PROCON/SP, 2008.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm. Acesso em: 29 abr. 2025.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Código Civil. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm. Acesso em: 29 abr. 2025.

CASAS BAHIA cancela vendas de notebooks anunciados por R\$ 143 na internet. G1, 28 jan. 2013. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2013/01/casas-bahia-cancela-vendas-de-notebooks-anunciados-por-r-143-na-internet.html>. Acesso em: 24 abr. 2025.

Referências bibliográficas

DDEBORD, Gury. A Sociedade do Espetáculo. 1967. Disponível em: <https://www.marxists.org/portugues/debord/1967/11/sociedade.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2025.

DINIZ, Maria Helena. Curso de Direito Civil Brasileiro. 29. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. v. 1.

EMPRESA não é obrigada a cumprir oferta de produto a preço vil se erro for de fácil constatação. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios – TJDF, 2020. Disponível em: <https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/noticias/2020/novembro/empresa-nao-e-obrigada-a-cumprir-oferta-de-produto-a-preco-vil-e-erro-for-de-facil-constatacao>. Acesso em: 26 abr. 2025.

FUNDAÇÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR - PROCON/SP. Guia de defesa do consumidor: 30 anos PROCON/SP. São Paulo: PROCON-SP, [s.d.].

FUNDAÇÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR - PROCON/SP. Guia prático do fornecedor. São Paulo: PROCON-SP, [s.d.].

GOMES, Orlando. Contratos. 29. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2014.

GOVERNO FEDERAL. CDC completa 30 anos. Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/noticias/codigo-de-defesa-do-consumidor-cdc-completa-30-anos>. Acesso em: 29 abr. 2025.

GOVERNO FEDERAL. Código de Defesa do Consumidor em português simplificado. Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor/Anexos/cdc-portugues-2013.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2025.

MONTADORA é condenada por não praticar preço anunciado. Consultor Jurídico – ConJur, 2023. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2023-dez-02/montadora-e-condenada-por-nao-praticar-preco-anunciado/>. Acesso em: 27 abr. 2025.

Referências bibliográficas

POSNER, Richard A. O Direito e a Análise Econômica. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

PROCON PR. O que é o PROCON. Disponível em: https://www.procon.pr.gov.br/sites/procon-pr/arquivos_restritos/files/documento/2024-07/O%20QUE%20%C3%89%20PROCON.pdf. Acesso em: 29 abr. 2025.

PROCON SP. Institucional. Disponível em: <https://www.procon.sp.gov.br/institucional/>. Acesso em: 29 abr. 2025.

REALE, Miguel. Lições Preliminares de Direito. 27. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

RIZZATTO NUNES, Luiz Antonio. Curso de Direito do Consumidor. 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2023.

TECHTUDO. Amazon vende perfumes por R\$ 9 e cancela pedidos por erro de preço. TechTudo, 10 fev. 2021. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2021/02/amazon-vende-perfumes-por-r-9-e-cancela-pedidos-por-erro-de-preco.ghtml>. Acesso em: 24 abr. 2025.

TJDFT. Apelação Cível 0715829-18.2018.8.07.0001. Rel. Des. Sérgio Rocha. Julgado em 03 abr. 2019.

TJSP. Apelação Cível 1001585-29.2013.8.26.0576, São José do Rio Preto. Relator: Des. Carlos Henrique Abrão. Julgamento em: 12 ago. 2014. Disponível em: <https://www.tjsp.jus.br>. Acesso em: 24 abr. 2025.

TJSP. Apelação Cível 1009373-42.2017.8.26.0576. Rel. Des. J. Mendes. Julgado em 06 jun. 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Consumer Rights Directive 2011/83/EU. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu>. Acesso em: 29 abr. 2025.

“Panfleto”

Etiqueta com valor errado ? Saiba o que fazer

Você viu um produto na loja com o valor do item em outra moeda, mas na hora de pagar, o caixa diz que está errado?



Procure um(a) funcionaria(a) do estabelecimento



LIGUE PARA O PROCON
Caso o problema não seja resolvido, acione imediatamente o órgão de defesa do consumidor



Você tem o direito de pagar o valor da etiqueta



Seus direitos não são um luxo, são uma garantia. Quando um preço te engana ou uma promessa não se cumpre, é o Código de Defesa do Consumidor que te protege. Exigir respeito não é exagero — é justiça. Conheça seus direitos. Eles são inegociáveis