

Opinião. Afoitos para vender, lojistas podem querer inflar preços

Especialistas temem que crise ressuscite a "Black Fraude"

Liquidação acaba à meia-noite de hoje nos sites, mas segue em algumas lojas

SÃO PAULO. Os órgãos de defesa do consumidor alertam que, neste ano, a atenção às promoções na Black Friday, a megaliquidação que acontece hoje em todo o país, nas lojas físicas e na internet, deve ser dobrada. A avaliação é que, com a dificuldade de vendas enfrentada pelos varejistas, houve uma avalanche de promoções que começaram já no mês passado, o que torna mais frágeis as referências de preço e abre mais espaço para maquiagem.

Na terça-feira, dia 22, o site Reclame Aqui já detectou alguns produtos que tiveram uma majoração de preços significativa antes da liquidação. O preço de um fogão de seis bocas, por exemplo, subiu R\$ 444 em um dia. Na Black Friday do ano passado, essa prática de maquiagem de preço, que consiste em aumentar para depois dar desconto, representou 30% das queixas recebidas pela Fundação Procon de São Paulo, diz a supervisora de atendimento, Márcia Christina Oliveira.

Esse índice de maquiagem de preço foi muito alto no começo, quando a megaliquidação chegou a ser apelidada de "Black Fraude". A

REPRODUÇÃO RECLAME AQUI/INTERNET
Enquanto o dia não chega, estamos monitorando o preço de mais de 1.200 produtos nas melhores lojas, veja um exemplo:



Smartphone Motorola Moto G (3ª Geração) Colors HDTV Dual Chip Android 5.1 Tela 5 16GB 4G Câmera 13MP - Branco 2 Capas



De olho. Reclame Aqui monitora preços de 1.200 produtos; alguns tiveram preços aumentados antes

prática da maquiagem de preço veio perdendo força ano a ano, mas agora, na sétima edição do evento, pode voltar a crescer, alerta Márcia.

Essa opinião é compartilhada pela economista do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), Ione Amorim. "A maquiagem de preço ainda é uma preocupação", ressalta. A publicidade enganosa de produtos que, na prática, não estão em promoção é, na avaliação da economista, o principal cuidado a ser tomado. Márcia aponta a crise da economia brasileira como um dos fatores que podem incentivar a prática. "Os lojistas querem tirar o atraso nas vendas e podem iludir o consumidor".

Outro fator que embaraça o cenário e pode abrir espaço para maquiagem de preço é o fato de as campanhas

sob a chancela Black Friday terem começado mais cedo. "Ao longo deste mês, já vimos várias campanhas anunciando preços que já são menores do que os da Black Friday, e outras dizendo que já estavam com preços de Black Friday antes da data", diz a supervisora do Procon-SP. Ela acredita que as campanhas antecipadas podem confundir o consumidor.

SAÍDAS. A principal saída para evitar esse problema, segundo os órgãos de defesa do consumidor, é mesmo ter pesquisado preços, e continuar de olho hoje. A recomendação ao consumidor é que ele próprio faça a sua pesquisa nas lojas físicas, nos sites das lojas virtuais ou em sites especializados em busca de preços.

Desde setembro, uma equipe de fiscais do Procon-

SP já monitora uma lista de produtos, entre eletroeletrônicos, celulares e eletrodomésticos, nos sites das lojas virtuais dos principais varejistas para detectar falsas promoções.

A Proteste, associação de consumidores, acompanhou os preços de cerca de cem produtos, entre eletrodomésticos, eletrônicos e smartphones. Hoje, dia da megaliquidação, vai publicar as principais ofertas desses produtos em seu site e na sua página do Facebook.

Além do risco de maquiagem de preço, Márcia, do Procon-SP, alerta para o problema de sites falsos. Ela recomenda que o consumidor nunca entre no site da loja por meio do link enviado por e-mail da promoção. "Existem muitas empresas fraudulentas", diz.

Nunca é demais lembrar as dicas

- ▼ **Evite compra por impulso:** faça uma lista com produtos e serviços que realmente necessita
- ▼ **Pesquise preço:** além de fazer a própria pesquisa, sites, como Zoom, Buscapé e Baixou acompanham os preços dos produtos. A Proteste vai divulgar hoje uma lista com preços monitorados. O site Reclame Aqui vai monitorar os preços e comparar ofertas
- ▼ **Documente as ofertas:** imprima páginas do anúncio com as características da mercadoria nas compras pela internet
- ▼ **De olho no frete:** considere o valor do frete nas compras pela internet
- ▼ **Desconfie do desconto:** se a empresa prometeu abatimento, a oferta deve ser

- cumprida como foi veiculada
- ▼ **Reputação da loja:** verifique se a loja está na lista de não recomendadas no site do Procon-SP e se tem selo de boa reputação dado pela Câmara de Comércio Eletrônico e do Reclame Aqui
- ▼ **Pagamento seguro:** prefira lojas que aceitem pagamento por meio de plataformas eletrônicas nas quais o número do cartão não é informado diretamente ao varejista
- ▼ **Código de Defesa do Consumidor:** as regras do código valem para a Black Friday: 30 dias de prazo para reclamações sobre problemas aparentes para itens não duráveis e 90 dias para itens duráveis

Tendência

Só a confiança do consumidor não aumenta

DA REDAÇÃO

O Índice de Confiança da Indústria (ICI) apurado na prévia da sondagem de novembro avançou 1,1 ponto na passagem de outubro para novembro, alcançando 87,7 pontos, informou ontem a Fundação Getúlio Vargas (FGV). Os empresários do comércio também ficaram mais otimistas na passagem de outubro para novembro, informou a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). O Índice de Confiança do Empresário do Comércio (Icec) subiu 1,2%, para 98,9 pontos. Em relação a novembro de 2015, a alta foi de 23,5%.

Os setores esqueceram de combinar com quem vai comprar os produtos deles na ponta final. A confiança do consumidor caiu 3,3 pontos em novembro ante outubro, informou ontem a Fundação Getúlio Vargas (FGV). Com o resultado, o Índice de Confiança do Consumidor (ICC) ficou em 79,1 pontos, após seis altas consecutivas.

"O resultado de novembro resulta da calibragem de expectativas. Na falta de notícias positivas no front econômico e dada a contínua dete-

rrioração do mercado de trabalho, uma parcela dos consumidores brasileiros reduziu o otimismo em relação à perspectiva de melhora no horizonte de seis meses", avaliou Viviane Seda Bittencourt, coordenadora da Sondagem do Consumidor, em nota.

O item que mais contribuiu para a queda na confiança do consumidor em novembro é o que mede o otimismo em relação à situação econômica geral no futuro.

"Embora haja a percepção de que a crise esteja lentamente perdendo a força, as condições do mercado de trabalho, o crédito caro e a restrição de renda das famílias permanecem como um entrave para a recuperação do comércio varejista. Por outro lado, a desaceleração da inflação influencia positivamente o comércio", avaliou a economista da CNC Izis Ferreira.

A sinalização de avanço na confiança do empresário da indústria em novembro não muda o cenário. A oscilação dos últimos meses mostra que a tendência ainda é de acomodação, segundo Tabi Thuler, coordenadora da Sondagem da Indústria da FGV. **(Com agências)**

PAULO PINTO/FOTOS PÚBLICAS - 5.12.2015



Comerciantes estão mais otimistas, mas consumidores, ainda não

Pesquisa

Intenção de compra subiu, diz o Google

SÃO PAULO. A proximidade da Black Friday elevou a intenção dos consumidores de comprarem em diferentes categorias de produto, de acordo com levantamento feito pelo Google. O maior avanço ocorre na categoria de moda.

Enquanto na média do ano a intenção de compra de itens de moda atingia 38%, na última semana esse percentual subiu para 47%, de acordo com a pesquisa. As roupas femininas atingiram 55% de intenção de compra, enquanto os sapatos tiveram 48% e

as roupas masculinas, 46%.

Esta semana trouxe um pico no desejo de comprar para todas as categorias, em 27 produtos acompanhados semanalmente pelo Google.

Em produtos de beleza e de esporte, a diferença entre o percentual de pessoas que queriam comprar na média do ano e as que desejavam consumir produtos nesta semana é de 6 pontos percentuais. Para itens eletrônicos, a média de intenção de compra no ano era de 23% e passou a 27% nesta semana. O destaque são os smartphones.

Breves

Banco Central Dados abertos

O Banco Central lançou ontem o Portal de Dados Abertos, que traz os dados produzidos pela autarquia em formato aberto, referenciados em URL. De acordo com o BC, há indicadores de crédito, de finanças públicas, de inclusão financeira, setor externo e atividade econômica, totalizando 454 conjuntos de dados. O endereço é: <http://dadosabertos.bcb.gov.br>.

Aprovados Lactose zero

Todas as 107 amostras coletadas em 13 variedades de produtos lácteos para dietas com restrição de lactose tiveram os resultados de laboratórios oficiais em conformidade com padrões determinados pelo Ministério da Saúde. A avaliação foi feita em produtos registrados no Serviço de Inspeção Federal (SIF) de 31 empresas instaladas em cinco Estados. Foi a primeira operação Lactose Zero realizada por força-tarefa do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa).