Consumidor Direito + Grita

Na semana em que se comemora o Dia do Supermercado, consumidores relatam problemas com preços, produtos e serviços. Especialistas explicam como agir nessas situações

Promoção na gôndola, prejuízo no bolso



» BRUNNA RAMOS*
» JOSÉ GHESTI*

Todo mundo tem uma história para contar sobre uma ida ao supermercado. Seja pela pesquisa de preços em diferentes estabelecimentos, seja pelas filas nos caixas, seja pelas promoções que chamam a atenção nas prateleiras, esses espaços fazem parte da rotina dos brasileiros. Mas nem sempre a experiência termina como o esperado. Diferenças entre os preços anunciados e os valores cobrados, alimentos impróprios para consumo e problemas nos estacionamentos estão entre as situações que podem gerar dor de cabeça para os clientes. Às vésperas do Dia do Supermercado, celebrado nesta quinta-feira, consumidores compartilham experiências e especialistas orientam sobre como agir diante dessas situações.

Ariana Frazão é uma das consumidoras que enfrentaram problemas ao tentar aproveitar uma promoção. Ela foi a um supermercado para comprar chocolates que pretendia distribuir como presentes de fim de ano para as sobrinhas e amigas. A ideia era organizar uma festa do pijama, e a escolha do estabelecimento foi motivada pelas ofertas anunciadas.

Entre os produtos, Ariana encontrou uma promoção de vários chocolates em varejo, quatro unidades por R$ 12. Já o preço individual era de R$ 3,30. Interessada na oferta, pegou 11 unidades e seguiu para o caixa. No entanto, por não ter completado a quantidade exigida para a promoção, acabou pagando cerca de R$ 10 a mais do que esperava, mesmo que a promoção não fosse apenas para a quantidade exigida, já que os preços individuais também estavam em promoção. "Nossa! Eu levei um susto e aí, quando saí da loja, percebi que estava R$ 10 mais caro do que deveria", relata.

Ao perceber a diferença, Ariana voltou ao estabelecimento para questionar a cobrança. Segundo ela, o funcionário informou que a promoção não estava mais em vigor e que, para conseguir o preço anunciado, seria necessário levar mais cinco chocolates. "Eu fiquei chocada. Era uma mentira, porque na placa dizia outra coisa. Era um golpe. Me mandaram comprar mais cinco", conta.

Outra consumidora que enfrentou problemas foi a terapeuta holística Donatela Brants, 36, que foi a uma grande rede de supermercados multinacional ao ver em um comercial de televisão uma promoção de eletrodomésticos. "Os preços estavam muito bons e eram exatamente os produtos que eu estava precisando", conta ela, que buscava uma televisão 60 polegadas e uma geladeira de duas portas.

Ao chegar ao supermercado, Donatela percebeu que o preço estava mais alto do que o do anúncio na televisão, mas, ainda assim, ela e o parceiro resolveram seguir com a compra. Porém, foram duas semanas depois que percebeu que havia sido passada para trás, pois os preços haviam sido substituídos pelos preços normais, para parecer promoções. "Não esperava por isso. Cheguei a questionar um dos funcionários só para saber mesmo, mas me informaram que eram os preços normais os que eu tinha pago", desabafa.

O que diz a lei

De acordo com a advogada especialista em direito do consumidor Michelli Roos, quando há diferença entre o preço informado na prateleira e o registrado no caixa, o consumidor pode exigir o cumprimento da oferta pelo menor valor anunciado. Ela ressalta que a informação suficientemente precisa vincula o fornecedor e que os preços devem ser apresentados de maneira clara e correta. Caso o supermercado se recuse a cumprir o valor anunciado, o cliente pode exigir o cumprimento da oferta, aceitar outro produto equivalente ou cancelar a compra, conforme as circunstâncias.

"O ideal é mostrar ao funcionário a etiqueta ou a placa da gôndola e pedir a correção antes de concluir o pagamento", orienta Michelli. Se a divergência for percebida depois, a recomendação é guardar a nota fiscal e procurar o estabelecimento para solicitar o estorno da diferença.

A advogada Tays Cavalcante também destaca que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e a Lei nº 10.962/2004 protegem o cliente em situações de divergência de preços. "O Código de Defesa do Consumidor estabelece que a informação sobre preços deve ser clara, precisa e ostensiva. Quando existe divergência entre o valor anunciado na prateleira e aquele registrado no caixa, o consumidor tem direito, em regra, ao pagamento pelo menor preço", afirma.

Tays explica que os artigos 30 e 35 do CDC determinam que a oferta vincula o fornecedor, ou seja, o supermercado deve cumprir as condições anunciadas. "O risco da atividade comercial pertence ao fornecedor. O consumidor não pode ser surpreendido no caixa com um preço superior àquele que foi claramente anunciado no momento da escolha do produto", acrescenta.

Alimentos e estacionamento

Os problemas enfrentados pelos consumidores não se restringem aos preços. A compra de alimentos deteriorados ou impróprios para consumo também pode gerar responsabilização do estabelecimento. Segundo Michelli Roos, nesses casos, o consumidor deve guardar a embalagem, o rótulo e a nota fiscal, além de fotografar o produto e registrar informações como lote e validade.

"Alimentos deteriorados ou impróprios para consumo são considerados inadequados pelo CDC", explica. A especialista acrescenta que o cliente pode solicitar a substituição por outro produto em condições próprias ou a devolução do valor pago.

Se o alimento provocar sintomas de intoxicação ou outros problemas de saúde, a recomendação é procurar atendimento médico e preservar relatórios, receitas e comprovantes de despesas. Tays Cavalcante lembra que o artigo 18 do CDC assegura direitos ao consumidor diante de produtos impróprios para consumo. "Dependendo da situação, é possível exigir a substituição do produto, a restituição do valor pago ou o abatimento proporcional do preço", afirma.

Outro ponto de atenção são os estacionamentos oferecidos pelos supermercados. De acordo com as especialistas, o estabelecimento pode ser responsabilizado por danos ou furtos de veículos ocorridos nesses espaços. A Súmula 130 do Superior Tribunal de Justiça (STJ) estabelece que a empresa responde perante o cliente pela reparação de danos ou furtos de veículos ocorridos em seu estacionamento.

"Quanto a danos ou furto de veículo em estacionamento oferecido pelo supermercado, o estabelecimento pode ter o dever de indenizar quando houver relação entre o serviço de estacionamento e o prejuízo", explica Michelli.

Para buscar o ressarcimento, o consumidor deve comunicar imediatamente o ocorrido ao estabelecimento e reunir provas, como fotografias, comprovante de estacionamento, nota fiscal da compra, boletim de ocorrência e orçamentos de reparo. Também é recomendável solicitar a preservação das imagens das câmeras de segurança.

Tays reforça que o supermercado não pode simplesmente afastar sua responsabilidade por meio de placas com avisos de que não se responsabiliza por objetos deixados nos veículos. "Essas advertências não prevalecem sobre os direitos assegurados pelo Código de Defesa do Consumidor", afirma.

***Estagiários sob a supervisão de Patrick Selvatti**

»VIVO
ATRASO NA INSTALAÇÃO



Natasha Silva contratou um serviço de internet residencial da Vivo e agendou a visita de um técnico para realizar a instalação nesta data, a partir das 14h. Segundo ela, antes do atendimento, recebeu uma mensagem da empresa pelo WhatsApp solicitando a assinatura digital do contrato, procedimento que considerou estranho, mas realizou. Apesar de ter cumprido a solicitação, Natasha afirma que continua aguardando o contato da operadora para confirmar a instalação do serviço.

Comentário da empresa

*O **Correio Braziliense** entrou em contato por e-mail com a Vivo, mas até a publicação da matéria não houve retorno.*

Comentário da cliente

Até o momento, Natasha Silva aguarda um posicionamento da empresa e a realização da instalação da internet contratada.

»AMAZON
PEDIDO PAGO E NÃO ENTREGUE

Camil Vitória relata que realizou uma compra pela Amazon, mas não recebeu o pedido e também não teve o dinheiro estornado. Segundo ela, a situação se agravou depois que a plataforma encerrou sua conta, alegando atividade suspeita após a inclusão de um novo cartão de crédito.

Comentário da empresa

*A Amazon Brasil foi procurada pelo **Correio Braziliense** para comentar o caso, mas até o momento não retornou ao pedido de posicionando .*

Comentário do cliente

A consumidora afirma que enviou os documentos solicitados pela empresa, mas teve a análise dificultada pela exigência de uma fatura do cartão recém-adicionado.

RECLAMAÇÕES DIRIGIDAS A ESTA SEÇÃO DEVEM SER FEITAS DA SEGUINTE FORMA:

» Breve relato dos fatos
» Nome completo, CPF, telefone e endereço
» E-mail: *consumidor.df@dabr.com.br*
» No caso de e-mail, favor não esquecer de colocar também o número do telefone

» Razão social, endereço e telefone para contato da empresa ou prestador de serviços denunciados

» Enviar para: SIG, Quadra 2, nº 340 CEP 70.610-901 Fax: (61) 3214-1146

Telefones úteis

Anatel 1331 | **Anac** 0800 725 4445 | **ANP** 0800 970 0267 | **Anvisa** 0800 642 9782 | **ANS** 0800 701 9656 | **Decon** 3362-5935 | **Inmetro** 0800 285 1818 | **Procon** 151 | **Prodecon** 3343-9851 e 3343-9852