



Opinião: Cautelas a serem adotadas pelas empresas na Black Friday

A cada ano, a *Black Friday* se torna mais popular no Brasil, atraindo cada vez mais fornecedores e consumidores. No entanto, é necessário que as empresas tenham algumas cautelas e se atentem aos direitos dos consumidores. Os fornecedores precisam se atentar aos produtos e serviços que serão selecionados e os descontos que serão concedidos, verificando a quantidade de itens para colocar em oferta e ter condições de entregar ao consumidor. Outro ponto importante é a publicidade enganosa ou anunciado sobre o produto deve corresponder à realidade.



No nosso país, é bem conhecida a prática de empresas que,

nas semanas que antecedem a *Black Friday*, inflacionam os valores dos produtos de forma significativa para conceder falsos descontos, transformando em uma verdadeira "*Black Fraude*", sendo este o maior motivo de reclamações perante o Procon, que cada vez mais tem aprimorado as técnicas de monitoramento e aplicado multas às empresas como forma de punição, ficando, ainda, a empresa submetida a possíveis condenações para reparações a título de danos materiais e morais aos consumidores.

Para evitar essa responsabilização, é essencial que o anúncio contenha o preço e as formas de pagamentos disponíveis, sendo possível que as lojas físicas tenham preços diferentes da internet. Entretanto, para esse caso, é necessário que a informação sobre a distinção de preço esteja expressa e precisa, pois, caso contrário, o consumidor poderá exigir o menor preço, em atenção ao artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor.

Quanto ao prazo de entrega dos produtos, não há uma regra específica que estabeleça um máximo. Porém, o seu descumprimento não é permitido, como também não pode ser alterado para "status indefinido" após a aquisição, uma vez que a indefinição vai contra os ditames estabelecidos no dispositivo 39, inciso XII, do Código de Defesa do Consumidor. Portanto, o fornecedor deve conceder informações claras, descrevendo o prazo e o valor do frete antes da conclusão da compra, além de estarem preparados para o aumento do volume da demanda.



Considerando que devem ser fielmente cumpridas as ofertas realizadas pelos fornecedores, não há justificativa plausível para o cancelamento da compra. Caso ocorra, o consumidor tem duas possibilidades: exigir a entrega ou a devolução dos valores.

Da mesma forma, é necessário se atentarem às regras de garantia do produto. Todavia, a venda de mercadorias defeituosas não é vedada, desde que a descrição especifique todos os detalhes para que o consumidor fique ciente. Já no caso de entrega de artigos com defeitos e sem a especificação desta característica, é necessário sanar a falha em até 30 dias. Caso o vício não seja sanado no prazo, o consumidor poderá exigir a troca do produto, a devolução do valor atualizado, incluindo o frete, ou o abatimento proporcional, conforme preconiza o artigo 18 do Código de Defesa do Consumidor.

Não há obrigação do fornecedor em efetuar a troca de itens entregues em perfeitas condições de uso e de acordo com a compra efetuada, sendo uma decisão das empresas que possuem política que regule a prática de troca. Nesse caso, poderá ser estipulado o prazo que a empresa desejar, devendo os consumidores observarem essas regras.

Além do direito de troca e garantia, o Código de Defesa do Consumidor ainda prevê o direito ao arrependimento em seu dispositivo 49, concedendo ao consumidor o prazo de sete dias corridos a contar do recebimento do produto ou serviço, mesmo que a embalagem seja aberta, para as contratações que ocorrerem fora do estabelecimento comercial, não havendo a necessidade de justificativa ou defeito no produto. Nessa situação, o fornecedor deverá arcar com todos os custos de devolução do produto, além de estornar os valores eventualmente pagos, a qualquer título, monetariamente atualizados.

Sabe-se que é extremamente desvantajoso para o empresário ter o nome da sua empresa, seja ela *e-commerce* ou não, colocado na lista negra dos consumidores, assim como ter uma reputação ruim perante os órgãos de fiscalização, como o Procon, o que pode acarretar uma queda substancial no faturamento, prejuízos ocasionados por medidas jurídicas, além de ser uma marca negativa no desenvolvimento do negócio.

Contemplar as regras básicas para conduzir a venda de um produto ou serviço se faz necessário para manter ou criar uma boa marca perante os consumidores, obter selos de confiabilidade — como o *Black Friday Legal*, concedido pela Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico —, garantir crescimento e faturamento, entre outros pontos positivos.

Uma alternativa para evitar prejuízos, reclamações e sanções, é otimizar os canais de relacionamento com o consumidor. Para os casos de *e-commerce* já é uma regra estabelecida pelo Decreto 7.962/13, oferecendo um atendimento de qualidade que viabilize a solução do problema diretamente com a loja e evita que o consumidor tenha que recorrer ao Procon, que realiza plantões para receber denúncias durante a *Black Friday*.

Date Created

19/11/2020