



## Forma correta de informar informar o preço em promoções

Na oferta de descontos o fornecedor deve deixar claro ao consumidor qual o preço original do produto/serviço, qual é o preço promocional e qual a vantagem auferida (desconto) para que o mesmo possa avaliar se quer fazer a aquisição/contratação nas condições ofertadas, sem ter que perguntar ao vendedor, pois a informação tem que ser clara e objetiva.

### PROMOÇÕES OFERECIDAS “A PARTIR DE.....”

Os preços fixados ou as promoções oferecidas com a expressão “a partir de” não informam precisamente o que o consumidor precisa saber, pois não define com clareza qual o valor exato que o consumidor pagará por determinada mercadoria ou por determinado serviço que pretende contratar.

### DESCONTOS DE ATÉ... %”

Esta oferta não informa claramente qual o desconto exato, qual mercadoria ou produto se refere ou quais (loja toda, por exemplo), bem como o preço do produto.

Toda vez que houver uma promoção, é importante complementar a informação publicitária com outros dados que permitam a identificação da exata medida do desconto e da definição da(s) mercadorias(s).

**IMPORTANTE:** No produto deverá haver a informação do DE/POR, conforme orientação acima.  
Se anunciou, por exemplo, desconto de até 70% é necessário que haja produtos com esse percentual de desconto no estabelecimento.

### OFERTA DE KITS PROMOCIONAIS

Ao realizar promoções em combos e pacotes fechados é importante que o consumidor consiga individualizar o preço unitário do produto e o preço do combo/pacote para que possa verificar se o desconto oferecido realmente está sendo cumprido.

Porém, quando se tratar de promoções que não utilizam combos ou pacotes fechados, é importante que o consumidor consiga visualizar o preço promocional e o preço não promocional do produto para que identifique se é efetiva a oferta e se deseja realmente adquiri-la. **EXEMPLO:**

-Comprando três unidades, cada uma sai por: R\$ XX  
-Preço individual não promocional/ ou preço unitário não promocional: R\$ XX

Importante asseverar que ao utilizar a informação leve 3 e pague 2, por exemplo, o consumidor deverá constatar que o terceiro produto é gratuito. Deste modo, qualquer informação de preço promocional individualizado dos três produtos não condiz com a oferta anunciada, uma vez que “leve 3 e pague 2”, aduz que o terceiro produto é gratuito.

### DESCONTOS POR CORES

Outra forma de conceder descontos é através da seleção de cores. Ao utilizar essa modalidade, é necessário além da etiqueta de cor correspondente, INFORMAR o preço diretamente na peça com a opção de DE/POR.

### OFERTA ENQUANTO DURAREM OS ESTOQUES

Toda vez que houver uma promoção com a expressão “enquanto durarem os estoques” é importante informar ao consumidor a quantidade de produtos em estoque, quais lojas eventualmente participarão, o período de validade dessa oferta e, tendo acabado os produtos em estoque, deixar claro quantos foram comercializados e que não há mais produtos em estoque.

### COMO CORRIGIR UMA INFORMAÇÃO PUBLICADA ERRONEAMENTE

Uma vez publicada a informação e havendo divulgação, é importante corrigi-la através da publicação de uma ERRATA. Além de protocolar nos órgãos de defesa do consumidor o ocorrido, é importante corrigir a informação aos consumidores. Por tal motivo, cartazes no estabelecimento, adendos em jornais publicitários e até mesmo a publicação em jornal de grande circulação são alguns dos meios utilizados para a correção do erro.

**IMPORTANTE:** enquanto a informação não for corrigida e sua correção divulgada, direitos poderão ser gerados nesse período.