

COMÉRCIO

O consumidor reage

Sob pressão, o governo federal despacha fiscais para vigiar gôndolas de supermercados e exige das indústrias mudanças nos produtos



Nas prateleiras dos supermercados, um olho no preço e outro no peso. A mobilização dos consumidores contra as artimanhas de algumas empresas para mascarar aumentos de preços já surtiu efeito. Na semana passada, em Minas Gerais, uma ação inédita

do Programa Estadual de Proteção ao Consumidor (Procon) obrigou os estabelecimentos comerciais a retirar das gôndolas sete produtos, entre biscoitos, enlatados e adoçantes. Donas-de-casa mineiras prometem não parar por aí. "O gás de cozinha está durando menos. Vamos ficar atentas", garante Lúcia Pacífico, de 55 anos, coordenadora do Movimento das Donas de Casa e Consumidores, uma organização não-governamental influente em Belo Horizonte.

A mobilização mineira não é caso isolado. Em todo o país, os consumidores assumiram o papel de fiscais e passaram a denunciar práticas comerciais enganosas. "O cidadão brasileiro amadureceu", diz Marilena Lazzarini, coor-

denadora do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec).

No Instituto de Pesos e Medidas (Ipem), com sede no Rio de Janeiro, o número de reclamações diárias pulou de dez para 200. Maionese, torrada, requeijão, achocolatados, iogurte, fraldas e até medicamentos passaram a engrossar a lista de itens com peso alterado. Na quinta-feira, a Câmara de Medicamentos (Camed), responsável pelo julgamento de reajustes extraordinários de preços, abriu um processo contra o laboratório DM Indústria Farmacêutica. A empresa reduziu a embalagem do analgésico Atroveran de 30 mililitros para 20 mililitros, sem alterar o preço.

Os produtos já listados com quantidades maquiadas são a ponta de um iceberg, acredita Paulo de Tarso Ramos Ribeiro, secretário de Direito Econômico do Ministério da Justiça, principal encarregado de zelar pelo Código de Defesa do Consumidor. Ainda não há estimativas sobre quantos dos 70 mil itens vendidos nos supermercados apresentaram problemas. Nesta semana, o Instituto Nacional de Metrologia, Normali-

zação e Qualidade Industrial (Inmetro), responsável pela aplicação das normas de fabricação dos produtos, vai reunir listas vindas do Ipem de todos os Estados e publicará a primeira relação nacional de produtos reduzidos sem a proporcional redução de preço.

Em São Paulo, o Procon, vinculado à Secretaria de Justiça do Estado, desistiu de divulgar uma relação final de produtos com quantidades alteradas. "Todo dia os pesquisadores encontram novos itens", afirma Maria Inês Fornazaro, diretora-executiva do órgão. Dos 73 itens da cesta básica analisados no dia 20 pelo Ipem-SP, 40 apresentaram quantidade abaixo da especificada na embalagem. "Nosso trabalho é medir. Mas agora passamos a checar preços também", afirma Márcio Brito, técnico da Divisão de Produtos Pré-Medidos do Inmetro.

Os aumentos disfarçados já chegaram à inflação. A metodologia de cálculo do Índice de Preços ao Consumidor (IPC), da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), foi mudada para levar em conta o subterfúgio. "A

SOB SUSPEITA

O Ministério da Justiça acusa 24 empresas de reduzir a quantidade nas embalagens sem alterar os preços

Cirio Brasil (extrato de tomate Peixe)
Coniexpress (extrato de tomate Quero)
Karambi (extrato de tomate Colonial)

Procter & Gamble (sabão em pó Ace e Ariel)
Gessy Lever (sabão em pó Omo e Minerva e extrato de tomate Cica)

Quaker Brasil (sardinha Coqueiro)
GDC Alimentos (sardinha Gomes da Costa)





Paulo Figueiras/Estado de Minas

AÇÃO Em Minas Gerais, donas-de-casa e fiscais recolheram os produtos maquiados

influência será de 0,08 ponto porcentual na inflação de São Paulo”, prevê Heron do Carmo, coordenador do índice. Só o papel higiênico subiu 28,5% com a redução de 10 metros no rolo.

No total, são 24 empresas acusadas de reduzir a quantidade dos produtos sem fazer um corte proporcional de preço, conforme a lista divulgada pela Secretaria de Direito Econômico na última quinta-feira. Todas terão de prestar esclarecimentos. A redução dos conteúdos sem a prévia e devida informação ao consumidor, mesmo que inscrita na embalagem, pode ocasionar aos fabricantes multas de R\$ 212,82 a

R\$ 3,2 milhões. “O caso é de publicidade enganosa por omissão”, afirma Ramos Ribeiro.

O governo vai tentar ampliar acordos setoriais para padronizar o conteúdo dos produtos mais consumidos. Os fabricantes de biscoitos já se comprometeram a padronizar em embalagens de 200 gramas os quatro itens que compõem a cesta básica: biscoitos cream cracker, maria, maisena e água e sal até o fim do ano. O caso dos fabricantes de papel higiênico é mais grave. O setor apresenta indícios de cartelização – combinação ilegal de práticas comerciais. Dos três maiores fabricantes que detêm mais de 50%

DICAS PARA IR ÀS COMPRAS

- ✓ No supermercado, anote o peso e a quantidade dos produtos. Confira-os sempre com os da lista do mês anterior
- ✓ Leia sempre a embalagem em vez de simplesmente pegar o produto na gôndola
- ✓ Fique atento a mudanças de rótulos e a promoções anunciadas nas caixas
- ✓ Cheque na balança se o peso impresso no produto é o real. Isso é um direito do consumidor e o supermercado é obrigado a permitir
- ✓ Confira no leitor de código de barras se a quantidade que aparece é a mesma que está marcada na embalagem do produto

Fonte: cartilha do Ipen/RJ

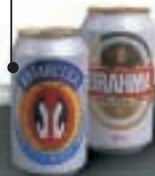
do mercado (Klabin Kimberly, Companhia Melhoramentos e Santher), apenas o último aceitou de imediato voltar a vender os rolos de medida habitual. Os outros alegaram falta de tempo. Caso as suspeitas sejam confirmadas, a sanção para as empresas pode chegar à multa de até 30% do faturamento anual. ■

COM REPORTAGEM DE
NELITO FERNANDES, DO RIO,
DENISE SILVA, DE BELO HORIZONTE,
AGUINALDO NOGUEIRA, DE BRASÍLIA,
E CÁTIA LUZ, DE SÃO PAULO

Klabin
(papel higiênico Neve e Nice)
Companhia Melhoramentos
(papel higiênico Sublime e Fofura)
Santher
(papel higiênico Personal e papel toalha Snob)

Nestlé Brasil
(biscoitos wafer)
Indústria Todeschini
(biscoitos, doces e salgados)
Danone
(biscoitos Aymoré, Maizena Triunfo, Água e Sal e Cream Craker)

Kaiser
(cerveja em lata)
AmBev
(cervejas Brahma, Skol, Antarctica e Bohemia)



Johnson & Johnson
(fraldas Johnson's Baby)
Higie Brás
(lã de aço e pacotes de panos absorventes)
Reckitt Benckiser
(cera Poliflor Líquida)
RBM
(caldo de carne Knorr e extrato de tomate Beira Alta)
Wickbold
(pão de fôrma Wickbold)
Kodama
(pão de fôrma Seven Boys)
Plus Vita
(pão de fôrma Champion)
Vepê
(Adoçante Doce Menor e Gold Aspartame)
Boehringer Ingelheim
(adoçante Finn Cristal)

Fonte: Secretaria de Direito Econômico

Fotos do infográfico: Raphael Falavigna, Carol Carquejão/ÉPOCA