

Caso Exemplar n.º 1/2009

CONTRATO DE COMPRA E VENDA. PROMOÇÃO. LIVRE CONCORRÊNCIA.

Factos: Um estabelecimento comercial de venda de loiças anunciou uma campanha de «Tudo a 50%». O consumidor comprou, nesse estabelecimento comercial, um conjunto de peças de loiça de uma determinada marca, que lhe custou €3000. No entanto, como beneficiou da tal campanha só pagou €1500. Posteriormente, ao dirigir-se à loja da marca da loiça que tinha comprado, reparou que o mesmo conjunto de loiça custava €2000 (sem desconto). O consumidor entende que, sendo a loiça da mesma marca e estando sujeita ao «Preço de Venda Recomendado» ou ao «Preço de Venda ao Público», tem direito a que o desconto de 50% seja feito sobre o preço praticado pela loja da marca da loiça (€2000) e não pelo praticado no estabelecimento comercial onde comprou o bem (€3000). Para além do mais, o consumidor refere que a loja está a praticar publicidade enganosa, pois desta forma só teve um desconto efectivo de 25%.

Resolução: O estabelecimento comercial de venda de loiça estava com uma campanha de «Tudo a 50%». Esta é uma prática comercial de redução de preço, com vista ao escoamento das existências, ao aumento do volume de vendas ou a promover o lançamento de um produto não comercializado anteriormente pelo agente económico (o que quer dizer que está sujeito ao Decreto-Lei n.º 70/2007, de 26 de Março). De acordo com a alínea *b*) do artigo 3.º deste diploma, o estabelecimento estaria a praticar a modalidade de venda «Promoção», que consiste na venda promovida a um preço inferior ou com condições mais vantajosas do que as habituais, com vista a potenciar a venda de determinados produtos ou o lançamento de um produto não comercializado anteriormente pelo agente económico,

bem como o desenvolvimento da actividade comercial, não realizadas em simultâneo com uma venda em saldos.

A redução de preço anunciada deve ser real, por referência ao preço anteriormente praticado para o mesmo produto ou por referência ao preço a praticar após o período de redução, quando se trate de um produto não comercializado anteriormente pelo agente económico – artigo 5.º, n.ºs 1 e 2. No caso em questão, o estabelecimento comercial parece ter cumprido as exigências legais, pelo que não se trata de publicidade enganosa.

O preço de venda pode ser recomendado, mas neste caso não é obrigatório. Os comerciantes não compram todos ao mesmo fornecedor e normalmente, para comprar a um preço mais acessível, tem de se fazer um determinado volume de compras mensal. Não se pode impor a um estabelecimento comercial que venda ao mesmo preço que outro. Esta prática distorceria o princípio da livre concorrência. Cabe ao consumidor averiguar, antes da celebração do contrato, qual é a proposta mais adequada para as suas necessidades.

O consumidor não tem direito a que o desconto de 50% seja feito sobre o preço praticado por outra loja, no caso €2000, devendo ter como referência o do estabelecimento comercial onde comprou o bem, ou seja, €3000.

MIGUEL GUERREIRO