



Home > Ponto de vista > OPINIÃO

Palavras-chave: **ibope, internauta, puc, site, varejo eletrônico, vendas**

19/12/2011 - 18h12

Notícias

Acontece

Casa e Construção

Cidades

Consumo

Diversão e Arte

Economia

Empresas e Negócios

Esportes

Gastronomia

Gay

Gente

Internacional
Moda e Estilo

Política

Ponto de vista

Saúde e Bem Estar

Televisão

Viagem

Jornais

Jornal DCI

Shopping News

Rádios

Nova Brasil FM

Central AM

TV

TVB

Uma empresa de comunicação das Organizações Sol Panamby



Correção da oferta equivocada

Atenção deve ser voltada para a divulgação dos preços, características do produto, formas de pagamento, número de produtos em estoque, prazo de entrega e validade de ofertas



Seja o primeiro de seus amigos a curtir isso.

Por: Fabiôla Meira*

São Paulo

Conforme dados do IBOPE, em média 43,3 milhões de brasileiros acessam sites de e-commerce. Diante disso, fornecedores de produtos e serviços no ambiente virtual devem estar atentos a qualquer erro na divulgação de ofertas de produtos ou serviços, sob pena de suportarem prejuízos.

A atenção deve estar voltada para a divulgação dos preços, características do produto/serviço, formas de pagamento, número de produtos em estoque, prazo de entrega e validade da oferta.

Isto porque o art. 30, do Código de Defesa do Consumidor, dispõe que toda informação veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação obriga o fornecedor e integra o contrato que venha a ser celebrado e, caso o fornecedor recuse o cumprimento da oferta, o artigo 35, do mesmo CDC, determina o cumprimento forçado da obrigação.

Exemplificando, caso o preço de um produto seja divulgado no site ou em outro meio de divulgação, o fornecedor estará obrigado a vender o produto pelo preço e condições ofertadas. Ocorre que, após a divulgação, o fornecedor pode perceber que o valor foi lançado equivocadamente.

Nesses casos, pelo art. 30 do CDC, o fornecedor deve cumprir a oferta e efetivar a compra e venda nos moldes da divulgação ou oferecer outro produto ou prestação de serviço equivalente, caso o consumidor aceite.

Porém, muitas vezes, o preço divulgado é absolutamente incompatível e discrepante com o valor de mercado do bem, ensejando erro gritante e que qualquer pessoa entenderia se tratar de um equívoco, e não de uma "grande oferta". Nesta hipótese, o Tribunal de Justiça de São Paulo, TJ/SP, já manifestou entendimento pela aplicação dos princípios da boa-fé e da vedação ao enriquecimento ilícito, em detrimento ao princípio do cumprimento forçado da obrigação, tendo em vista que o valor inferior não constou no informe publicitário como chamariz à loja física ou virtual, mas, sim, de um erro escusável.

A análise dos casos deve ser feita individualmente, recomendando-se que, em hipóteses de oferta equivocada, os fornecedores, para demonstrarem que não tinham interesse em ludibriar o consumidor com preços atrativos, adotem certas medidas tão logo o erro seja identificado.

Vejamos:

- Divulgação de ERRATA, ou seja, informação destacada com a correção do valor pelo mesmo meio de divulgação (e-mail, jornal, site, mala direta etc.), bem como em destaque na entrada da loja física ou na primeira oportunidade em que o consumidor acessar o site,

- Contato por e-mail com todos os consumidores cadastrados e que tenham aceitado receber e-mails de ofertas, divulgações etc.;

- Caso a discrepância seja de grande monta e possa causar prejuízos irreparáveis ao fornecedor, recomenda-se a comunicação do equívoco aos órgãos de proteção e defesa do consumidor, rádios e jornais de grande circulação, sob pena de ser obrigado a vender o produto pelo preço anunciado.

- Por fim, não sendo possível, recomenda-se, o oferecimento de melhores condições comerciais para que o consumidor adquira o produto pelo preço real;

Por meio da adoção de tais medidas, a boa-fé do fornecedor estará demonstrada, podendo ser evitado o cumprimento forçado de uma oferta equivocada.

*A autora é advogada do Braga Nascimento e Zilio Advogados Associados, Mestre em Direitos Difusos e Coletivos pela PUC/SP, Especialista em Direito das Relações de Consumo pela PUC/SP, Professora Assistente do Curso de Pós-Graduação em Direito das Relações de Consumo da PUC/SP – COGAE.

PROMOÇÃO EXCLUSIVA!

Assine por 1 ano o **Jornal DCI**, receba a revista **EXAME**



Cotações

Moedas

DÓLAR (COM)

▲R\$ 1,818

12/12 às 10:56

DÓLAR (PAR)

▲R\$ 1,740

12/12 às 10:31

DÓLAR (TUR)

▲R\$ 1,740

12/12 às 10:31

Bolsas