

Novas etiquetas nos supermercados

Seria bom podermos comparar os produtos para ter certeza de levar para casa aquele que tem o melhor custo/benefício, não? Para os consumidores do Rio de Janeiro, essa tarefa será mais fácil a partir de julho, quando os preços também serão indicados por litro, quilo ou unidade

É melhor escolher o refrigerante de 1,5 litro, por R\$ 2,29, ou o que vem na garrafa de 500 ml, por R\$ 1,67? E a água, a melhor opção é a embalagem de 600 ml, por R\$ 1,89, ou a de 510 ml, por R\$ 1,29? Caso você não esteja com uma calculadora em mãos, para saber qual dos produtos é o mais barato por litro, a escolha será apenas um chute – com chances de errar.

Pensando nisso, o Ministério Público do Rio de Janeiro fez um acordo com a Associação de Supermercados desse estado, a Asserj, para que os estabelecimentos passem a informar, além do preço do pacote ou da garrafa de cada produto, o preço correspondente ao quilograma, litro ou metro. A medida deve ser colocada em prática até 30 de junho – pelo menos em parte dos produtos.

Quer ver como ficará mais simples?

As gôndolas trarão os dois valores – por pacote e por unidade de medida –, como já acontece hoje com as bandejas de frios na maior parte dos supermercados. Por exemplo, no caso do refrigerante de 1,5 litro, haverá dois valores impressos na prateleira: preço da garrafa (R\$ 2,29) e preço por litro (R\$ 1,53). Assim como o de 500 ml: preço da garrafa (R\$ 1,67) e preço por litro (R\$ 3,34). Comparando os preços por litro, o consumidor saberá qual é mais barato, sem precisar fazer contas na hora.

Não se discute que a variedade de embalagens é interessante. É bom poder comprar exatamente a quantidade que se precisa de cada produto. Trata-se, isso sim, de fornecer mais um parâmetro para que o consumidor decida a sua compra – sem tolher a liberdade de o fornecedor oferecer embalagens de diversos modelos, marcas e tamanhos. Ninguém sai perdendo!

PARA PROVAR AS DIFERENÇAS

O Idec, para ilustrar a situação, pesquisou o preço de 177 produtos,

de 70 marcas diferentes, e encontrou variações de preço de até 215% entre diferentes tamanhos de embalagem. O caso mais gritante de diferença de preço por unidade de medida foi o da água mineral sem gás Crystal. Pela embalagem de 1,5 litro, o consumidor paga R\$ 1,00 o litro. Já pela garrafa de 600 ml, o preço por litro pula para R\$ 3,15. Em segundo lugar está a água Minalba, que era vendida com diferença de 131% entre suas apresentações de 1,5 litro e 510 ml. Confira os principais resultados na tabela à página 18.

Os preços e especificações dos produtos foram obtidos nos dias 31 de março e 1º de abril, em consulta ao site do supermercado Pão de Açúcar. Também foram verificados no site do supermercado Sonda, onde constatamos a mesma tendência. Os valores obtidos foram transportados para medidas padronizadas de acordo com o tipo de produto (quilograma, litro ou metro). É importante salientar que, nesta pesquisa, os preços são apenas ilustrativos para demonstrar a importância da medida – que, na opinião do Idec, deveria se estender para todo o país.

A pesquisa mostrou que a informação sobre o preço do produto por unidade de medida é totalmente relevante, por três motivos: facilitará muito a vida do consumidor que deseja comparar os preços de produtos da mesma marca que estão em embalagens de tamanhos diferentes; servirá também para facilitar a comparação de preços entre produtos diferentes, mas de qualidade semelhante; e ainda evitará novos casos de maquiagem de produto, em que o fabricante reduz o volume e não diminui o preço proporcionalmente – já que a informação de preço por quilo ou litro servirá como alarme para essas mudanças.

No caso de produtos de marcas diferentes, mas com qualidade semelhante, a pesquisa também encontrou números interessantes.

A maior variação foi no sabão em pó, com

305,7% de diferença. O Surf banho de brancura foi encontrado a R\$ 4,20 o quilo, enquanto o Minuano puro coco estava a R\$ 17,04 o quilo. Em segundo lugar ficou a comparação entre ração canina, com 242,1% de diferença. A Petit Ami de 8 kg estava sendo vendida a R\$ 2,09 o quilo, enquanto a Dog Show de 10,1 kg era vendida a R\$ 7,15 o quilo.

CONTRARIANDO A REGRA

A pesquisa mostrou, inclusive, que nem sempre os produtos com maiores apresentações são os mais baratos – como se poderia supor. Essas “exceções” são justamente as que melhor de-

O acordo

Os supermercados que assinaram o acordo com o MP do Rio de Janeiro se obrigaram a informar, nas gôndolas, os preços por unidade de medida de cada um dos produtos. O preço de referência, no entanto, “deverá ser colocado nas etiquetas em fonte de tamanho menor que aquela utilizada para informar o preço do produto, desde que legível”, afirma o termo de cooperação.

Oito empresas assinaram o acordo: Supermercados Mundial; Casas Guanabara de Comestíveis; Prezunic Comercial; Princesa Auto Serviço de Comestíveis; Supermercados Zona Sul; Wal-Mart Brasil; Carrefour Comércio e Indústria; Companhia Brasileira de Distribuição (Grupo Pão de Açúcar).

O Idec enviou carta às três empresas que também atuam em São Paulo (Wal-Mart, Carrefour e Companhia Brasileira de Distribuição) para saber qual será a política delas no estado. Até o fechamento desta edição, apenas o Pão de Açúcar havia respondido. O grupo informou que fará um projeto piloto em três lojas de São Paulo para avaliar a medida.



monstram a necessidade do preço por unidade de medida – com o qual o consumidor teria meios para perceber que o menor pacote pode ser também o que mais compensa.

Lembra a comparação inicial sobre os preços da água? Entre uma embalagem de 600 ml, por R\$ 1,89, e outra de 510 ml, por R\$ 1,29, qual escolher? Esse é um caso em que a embalagem maior custa mais caro por litro do produto. A diferença é de 24,5%: a garrafa de 510 ml custa R\$ 2,53 o litro, e a de 600 ml custa R\$ 3,15 o litro.

Se você é daqueles que se vangloriam de nunca errar em uma escolha, esse pode ser um exemplo claro de que nem sempre dá pra acertar sem uma ajudinha extra – como a informação do preço por unidade de medida.

Entre os produtos da mesma marca que apresentaram esse “desvio” do padrão (a embalagem

maior cobrar mais caro por unidade de medida), o que ficou no topo da lista foi o Activia Danone, com variação de 40,3%. A embalagem menor, com 170 g do produto, custa por quilo R\$ 7,29. Já a maior, com 400 g, custa R\$ 10,23 por quilo. Confira os resultados na tabela à página 19.

LEVE 3 E PAGUE 2,9?

Os supermercados, ainda por cima, estão cheios de produtos com promoções do tipo “pague 2, leve 3”. O que poderia ser uma grande vantagem para o consumidor, muitas vezes não passa de ledão engano, porque não é fácil saber se a promoção é real apenas olhando o preço do produto.

Na pesquisa do Idec, encontramos um exemplo disso: o papel higiênico Neve tinha duas embalagens diferentes com o mesmo produto (4 ro-

los de 50 metros), porém apenas uma delas era promocional (“leve 200 m, pague 180 m”). O produto sem promoção custava R\$ 0,037 por metro, e o que tinha a inscrição “leve 200 m, pague 180 m” custava R\$ 0,036 por metro.

Ou seja, você leva 200 m e, na realidade, paga por 196,8 m (e não 180 m, como o anunciado). Para esta conta nem precisa de calculadora: é bem diferente pagar por 196 m ou por 180 m, concorda? Se a promoção fosse respeitada, o valor do pacote promocional deveria ser 10% menor que o do comum: R\$ 0,034 por metro.

Desvantagem semelhante já havia sido constatada pelo Idec em 2006, quando publicamos na seção “Não é bem assim” as diferentes apresentações do papel Neve e os preços cobrados em um supermercado de São Paulo. Confira mais na edição de outubro daquele ano.

Projeto de lei

Em São Paulo, o Projeto de Lei nº 123/09, do deputado Carlinhos Almeida, pretende obrigar os supermercados do estado a seguirem regras parecidas com as que serão obrigatórias no Rio de Janeiro. “Com a variedade de produtos, marcas e promoções, muitas vezes o consumidor não consegue fazer comparações corretamente. Se o PL for aprovado e colocado em prática, o consumidor terá mais condições de decidir”, afirma Carlinhos. Como a tramitação do projeto está no início, é possível que os consumidores paulistas ainda esperem algum tempo para ter preços por unidade de medida nos supermercados. Há também PLs federais em tramitação, como o proposto pelo deputado Valtemir Pereira, que pretendem ampliar a medida para todo o país.



Produto	Unidade de medida	Embalagem 1/Preço comercial	Preço por unidade de medida 1	Embalagem 1/Preço comercial	Preço por unidade de medida 2	Variação
Água mineral sem gás - Crystal	litro	garrafa 1,5 L/R\$ 1,50	1,00	garrafa 600 ml/R\$ 1,89	3,15	215,0%
Água mineral sem gás - Minalba	litro	garrafa 1,5 L/R\$ 1,50	1,00	garrafa 510 ml/R\$ 1,18	2,31	131,0%
Refrigerante Citrus - Classic	litro	garrafa 1 L/R\$ 1,93	1,93	garrafa 290 ml/R\$ 1,29	4,45	130,6%
Refrigerante Limão - H2OH!	litro	garrafa 1,5 L/R\$ 2,29	1,53	garrafa 500 ml/R\$ 1,67	3,34	118,3%
Água mineral sem gás - Crystal	litro	garrafa 510 ml/R\$ 1,29	2,53	garrafa 250 ml/R\$ 1,18	4,72	86,6%
Água mineral com gás - Via Natural	litro	garrafa 1,5 L/R\$ 1,72	1,15	garrafa 505 ml/R\$ 1,07	2,12	84,3%
Água mineral sem gás - Minalba	litro	garrafa 510 ml/R\$ 1,18	2,31	garrafa 310 ml/R\$ 1,29	4,16	80,1%
Água mineral com gás - Minalba	litro	garrafa 1,5 L/R\$ 2,04	1,36	garrafa 510 ml/R\$ 1,18	2,31	69,9%
Refrigerante Citrus - Schweppes	litro	lata 350 ml/R\$ 1,72	4,91	garrafa 250 ml/R\$ 2,04	8,16	66,2%
Água mineral com gás - Crystal	litro	garrafa 1,5 L/R\$ 2,47	1,65	garrafa 510 ml/R\$ 1,35	2,65	60,6%

Produto	Unidade de medida	Embalagem 1/Preço comercial	Preço por unidade de medida 1	Embalagem 1/Preço comercial	Preço por unidade de medida 2	Variação
logurte Activia Danone	kg	integral com laranja, cenoura e mel 170 g/R\$ 1,24	7,29	integral original 4 potes de 100 g/R\$ 4,09	10,23	40,3%
Cerveja Skol	litro	lata 473 ml/R\$ 1,83	3,87	garrafa big neck 500 ml/R\$ 2,58	5,16	33,3%
Cerveja Skol	litro	garrafa long neck 355 ml/R\$ 1,39	3,92	garrafa big neck 500 ml/R\$ 2,58	5,16	31,6%
Cerveja Skol	litro	lata 350 ml/R\$ 1,39	3,97	garrafa big neck 500 ml/R\$ 2,58	5,16	30,0%
Água mineral sem gás Crystal	litro	garrafa 1,5 L/R\$ 1,50	1,00	garrafão 5 L/R\$ 1,29	1,29	29,0%
Água mineral sem gás Crystal	litro	garrafa 510 ml/R\$ 1,29	2,53	garrafa 600 ml/R\$ 1,89	3,15	24,5%
Água mineral sem gás Minalba	litro	garrafa 1,5 L/R\$ 1,50	1,00	garrafão 5 L/R\$ 1,23	1,23	23,0%
Amaciante Comfort	litro	Dia a Dia 1,5 L/R\$ 5,17	3,45	Baby Care 1,8 L/R\$ 7,23	4,02	16,5%



Exemplo que vem de fora

Os países da União Europeia são obrigados, desde 1998, a especificar os preços por unidade de medida. Assim como ocorre no Chile, desde 2002. Nesses lugares há, inclusive, a especificação dos preços por litro, quilo e metro nos sites de alguns supermercados.

Alguns exemplos são os sites do Carrefour (www.ooshop.com), do Continente (www.continente.pt) e do Telemercados (www.telemercados.cl).



Vale, todavia, uma dica: “se o consumidor encontrar uma promoção desse tipo sendo desrespeitada, deve avisar na hora o gerente do supermercado, para que o preço seja mudado”, alerta Martinho Paiva Moreira, vice-presidente da Associação Paulista de Supermercados (Apas).

PRODUTOS MAQUIADOS

Da mesma maneira que a informação do preço por unidade de medida deve coibir propagandas enganosas como as de “leve 3, pague 2”, também deve evitar a maquiagem de produtos. “Ou, pelo menos, vai ajudar a reduzir o número de casos”, afirma Júlio Machado, promotor de Justiça do Consumidor do Ministério Público do Rio de Janeiro.

“Muitas vezes o consumidor nem percebe a maquiagem. Um iogurte que passa de 200 g para 180 g, por exemplo, mal é percebido. O consumidor acha que está mais barato, mas não é isso, é porque vem menos quantidade de produto”, alerta Júlio. O ruim é que nem sempre essa redução de volume é indicada claramente no rótulo ou o preço é reduzido proporcionalmente.

Com certeza, a mudança na maneira de explicitar os preços fará esse tipo de armadilha ser menos comum, já que o preço por litro não deveria mudar – e essa será a arma do consumidor para descobrir quanto realmente paga pelo que compra.

Rio de Janeiro será modelo

De acordo com o promotor Júlio Machado, a iniciativa de indicar os preços por unidade de medida no Rio de Janeiro veio de reclamações dos consumidores sobre a dificuldade de comparar preços quando a unidade de medida é diferente. “Acreditamos que assim o consumidor poderá escolher o produto que mais se encaixe em suas necessidades”, afirma.

“Não será mais necessário levar uma calculadora ao supermercado para conferir o que está mais caro ou mais barato”, completa Ailton Fornari, presidente da Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (Asserj).

Para o vice-presidente da Apas, Martinho Paiva Moreira, essa vantagem para o consumidor ainda não está clara. Segundo ele, a Apas ficará atenta ao que ocorrer no Rio de Janeiro para saber se vale ou não a pena implementar a medi-

da em São Paulo. “À primeira vista, acho que não vai ajudar muito. Vai ser tanta informação que não sei se pode ajudar ou atrapalhar o consumidor”, diz.

Mas isso não deve ser problema para que a medida tenha o sucesso que merece entre os consumidores: “pode ser que o consumidor não entenda de imediato para que serve a nova informação. Mas com certeza os benefícios serão maiores que esses eventuais transtornos do início”, pondera Júlio.

Segundo o promotor, os supermercados do Rio de Janeiro terão dois anos para se adaptar à regra completamente – quando todos os produtos deverão ter os preços por unidade de medida indicados. A partir de julho, no entanto, já estarão sujeitos a multa caso não cumpram com o combinado. ■