

## Reduflação encolhe produtos, mas mantém preços elevados



# Reduflação: peso de produtos fica menor, mas preço permanece ‘igual’

Fabricantes têm recorrido à redução das embalagens; prática não é ilegal, mas deve ser informada em destaque no rótulo

TISA MORAES

### NOVAS FÓRMULAS

Produtos com ingredientes mais baratos também são disponibilizados

Além de comparar o valor dos produtos para economizar o que for possível em meio à alta da inflação, os consumidores também devem ficar atentos ao peso das mercadorias industrializadas à venda nas gôndolas dos supermercados. Diante da perda do poder de compra da população e do encarecimento dos insumos aos fabricantes, tem crescido o número de itens que sofreram diminuição de volume, uma tática utilizada pelas empresas para manter preços ou aplicar um reajuste que cause menor impacto no bolso dos cidadãos.

A estratégia já ganhou até apelido: reduflação. Ou seja, uma inflação “disfarçada” que se dá pela redução do peso dos produtos. O JC visitou dois estabelecimentos de Bauri e encontrou, em uma rápida pesquisa, mais de dez mercadorias cujas embalagens “encolheram”, como iogurte, molho de tomate, sabão em pó, sabão em pedra, caixa de fósforo, amendoim torrado, bolacha, cookie e outras guloseimas.

Além de itens com menor peso, as indústrias também têm disponibilizado produtos

com novas fórmulas, com ingredientes mais baratos, o que ajuda a diminuir o preço final ao consumidor. Um exemplo é o leite condensado, que ganhou uma “versão” denominada mistura láctea, pela qual o cliente paga, em média, R\$ 2,00 a menos. Também existem manteigas que são, na verdade, um misto de margarina e manteiga.

A prática, segundo o Procon-SP, não é considerada ilegal ou abusiva, desde que alguns critérios estabelecidos pelo Ministério da Justiça, como a divulgação destas mudanças em destaque no rótulo, sejam cumpridos. Tem o mesmo entendimento a Proteste Associação de Consumidores, que já se manifestou, contudo, sobre a necessidade de analisar o fenômeno com ressalvas, visto que a pessoa acostumada a comprar um produto pode não perceber a diminuição.

### INTENSIFICAÇÃO

“Esta estratégia das empresas existe há bastante tempo, mas tem se intensificado. Existem regras que precisam ser observadas para garantir transparência e facilitar a visualização. Mesmo assim, alguns podem não perceber e levar para casa menos produto pelo mesmo preço, sem se dar conta de que está pagando mais caro”, pondera a coordenadora do Núcleo Regional do Procon-SP em Bauri, Sílvia Mondejar Piche.

Presidente da Comissão de Direito do Consumidor da subseção Bauri da Ordem dos Advogados do Brasil, Marcus Vinícius de Andrade explica que, quando não há divulgação clara por parte das empresas, a alteração de peso é considerada prática lesiva. Porém, caso os critérios de transparência estejam sendo obedecidos, resta ao consumidor somente exercer seu poder de escolha. “Se as pessoas constatarem alguma irregularidade, devem procurar algum órgão de defesa do consumidor”, destaca. É o caso do Procon (no <https://consumidor.procon.sp.gov.br>). Comissão de Direito do Consumidor da OAB, Idec ou plataformas como Reclame Aqui.

Marcus Vinícius de Andrade, presidente da Comissão de Direito do Consumidor da OAB Bauri: irregularidades devem ser denunciadas



### Fique atento ao rótulo

Segundo a coordenadora do Núcleo Regional do Procon-SP, Sílvia Mondejar Piche, a portaria n.º 392, de 29 de setembro de 2021, do Ministério da Justiça, estabeleceu regras sobre como as empresas devem informar ao consumidor a redução da quantidade de produtos embalados. Elas entraram em vigor no fim de março de 2022. Entre as exigências, está a necessidade de constar no rótulo, em caixa alta e negrito, o peso anterior e o atual, bem como a diferença entre eles, inclusive em termos percentuais. A informação deve ser impressa nas embalagens pelo prazo mínimo de seis meses após a alteração, em cor que contraste com o fundo do rótulo. E é vedada a disposição desta mensagem em locais de difícil visualização, como áreas de selagem e de torção.

## ‘Às vezes, a gente pode não se dar conta’, afirma consumidor

O aposentado Claudio Tech, 69 anos, é um dos consumidores baurienses que notaram a diminuição de peso de alguns produtos vendidos nos supermercados. Diante da multiplicação de itens que vêm sofrendo este tipo de alteração nos últimos meses, ele diz que redobrou a atenção na hora de ir às compras.

“Às vezes, a gente pode não se dar conta, pega o produto da

prateleira de forma automática, porque já está acostumado com ele. Além de comparar preço, agora precisamos comparar peso também, para decidir qual produto é mais vantajoso. Do contrário, o consumidor pode ficar em uma condição de prejuízo”, avalia.

A comerciante Juciléia Alves dos Santos, 45 anos, conta já ter identificado redução de embalagens de itens como

sabão em pó, caixa de bombons e achocolatado, mas não deixou de consumir as marcas com as quais já estava acostumada, mesmo após a mudança de peso. “Mas acho sacanagem, porque a gente sabe que, normalmente, o consumidor não olha o rótulo e nem sabe que está pagando o mesmo preço, ou até mais, por uma quantidade menor de produto”, reclama.



Comerciante Juciléia dos Santos destaca que muitos consumidores não leem embalagens

**Veículo:** Impresso -> Jornal -> Jornal da Cidade - Bauru/SP

**Seção:** Economia **Página:** 4