

Newsletter |  
2023

# BLACK FRIDAY

24 de NOV



# 1 ORIGEM

O período de promoções *Black Friday*, ao qual se juntou, recentemente, a *Cyber Monday*, é aguardado, com expectativa, pelos operadores económicos, que esperam aumentar consideravelmente as suas vendas e promover o escoamento dos seus produtos, mas, principalmente, pelos consumidores, que contam beneficiar de descontos substanciais nas suas compras.

A origem da *Black Friday* remonta aos Estados Unidos da América e está associada à comemoração do Dia de Ação de Graças, ocorrendo no dia seguinte à 4.<sup>a</sup> quinta-feira do mês de novembro.

A *Cyber Monday* surgiu, mais recentemente, com o avanço das novas tecnologias digitais e técnicas de promoção de vendas pela internet e ocorre na segunda-feira depois do dia de Ação de Graças, tendo, por objetivo, assinalar as compras efetuadas pela Internet.

## 2 A INFLUÊNCIA DA PUBLICIDADE E DAS ESTRATÉGIAS DE *MARKETING* NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

O período de *Black Friday*, assim como, de outras promoções semelhantes, pode estimular um padrão comportamental distinto do que utilizamos nas compras do resto do ano, influenciado por fatores que, por vezes, nos impelem a adquirir bens que não necessitamos e a agir de forma mais impulsiva e menos racional.

A **desindividuação** é um fenómeno em que a identidade e o comportamento do indivíduo se dissolvem em detrimento do comportamento do grupo. Se, por exemplo, um número elevado de pessoas aguarda na entrada do Centro Comercial pela sua abertura e, aquando desta, ocorre aos produtos colocados na prateleira, este comportamento pode conduzir outros consumidores a adotar conduta idêntica: “se há tantas pessoas a querer comprar, não devem estar erradas, não custa nada tentar também aproveitar”. Estes consumidores acabam, assim, por tomar atitudes irrefletidas que, em situações normais, não seriam por si adotadas.



## "FEAR OF MISSING OUT"

O nosso comportamento é também influenciado, através da ativação de determinados **gatilhos mentais**, desencadeados por estratégias de marketing comumente utilizadas, que despertam a sensação de ansiedade por estar a poder perder uma oportunidade (Fear of Missing Out).



SALE  
SALE  
SALE  
SALE



### **URGÊNCIA:**

As mensagens publicitárias de “oportunidade única”, “tempo limitado” e o uso de estratégias como contagens regressivas, estimulam a sensação de urgência. Tudo o que sentimos como urgente, torna-se uma prioridade, condicionando o indivíduo para o consumo.



### **CURIOSIDADE:**

O marketing da *Black Friday* trabalha na criação de antecipação, anunciando previamente promoções que estão para vir no grande dia, através de posts, vídeos e slogans, despertando a curiosidade no indivíduo, e tornando-as mais sedutoras.



### **ESCASSEZ:**

Quando sentimos que estamos a perder possibilidades de escolha, e que algo é mais raro e escasso, torna-se mais valioso. A sensação de medo de perder algo importante, desencadeada por mensagens de *stock* limitado e de oportunidades e preços únicos, ativam também o gatilho da exclusividade, tornando mais apelativa a compra, com o risco de se descurar a consideração de outros aspetos relevantes.



### **PROVA SOCIAL:**

“Se os outros aprovam, é porque deve valer a pena”. A prova social pode associar-se ao gatilho de segurança relativamente à aquisição do produto, ao da autoridade e ao de afinidade, funcionando muito bem, especialmente, em vendas online, através do uso da avaliação e recomendação de “especialistas” (gatilho da autoridade), e/ou de influencers digitais, figuras conhecidas, consumidores anónimos (gatilho da afinidade), e, também, através da publicação de fotos de filas de pessoas que pretendem adquirir um produto, ou que salientem o número de pessoas que já adquiriram o produto.



# 3 COMPRAS ONLINE – DIREITOS DO CONSUMIDOR

Uma compra *online* é considerada uma venda à distância e, nesta modalidade, o nosso sistema jurídico garante uma maior proteção ao Consumidor.

Um dos direitos que, por regra, o Consumidor dispõe, nas compras online, é o direito de resolver livremente o contrato, no prazo de **14 dias**, ou seja, o direito de devolver o produto e de reaver o que pagou. É o chamado direito de reflexão, livre resolução ou de retratação.

Ainda assim, algumas lojas com espaço digital dispõem de um prazo de reflexão superior ao prazo legal de **14 dias**. Deve, assim, confirmar a política comercial de cada loja, procurando a informação que, geralmente, se encontra no final da página, intitulada “condições de compra” ou “termos e condições”.



# 4 TROCAS E DEVOLUÇÕES

A propósito das trocas e devoluções comumente praticadas pelas empresas, é importante distinguir se a compra foi efetuada fora do estabelecimento comercial (online / via telefone, na rua, ...) ou no próprio estabelecimento (“ao balcão”).

No primeiro caso, os consumidores beneficiam, nos termos da legislação em vigor, do prazo de **14 dias**, para livremente, trocar ou devolver o produto.

No segundo caso, as trocas e devoluções só são permitidas, em caso de defeito (falta de conformidade) ou por cortesia da empresa, em caso de troca / devolução por “insatisfação”, isto é, os operadores económicos não são obrigados a trocar ou reaver um produto, se este não tiver defeito. Tal procedimento, existindo, decorre, apenas, de um ato voluntário da empresa, fruto da **política comercial / cortesia** adotada para com os clientes.

Nesta *Black Friday*, considerando que muitas famílias aproveitam este período de descontos para anteciparem as compras de Natal, importa que o Consumidor verifique, previamente, se a loja onde está a comprar, aceita ou não devoluções, e em que condições o permite.



# 5 DESCONTOS REAIS?

Uma estratégia que os Consumidores poderão adotar para se certificarem que os descontos são reais é recorrer aos “comparadores de preços online”, que, por regra, registam um histórico dos preços dos produtos durante 1 ano.

Atualmente, a lei impõe que o desconto da Black Friday deverá incidir sobre o preço mais baixo praticado para o mesmo produto, nos últimos 30 dias consecutivos anteriores à aplicação daquela redução do preço.

Com as alterações introduzidas ao Decreto-Lei n.º 70/2007, de 26 de março pelo Decreto-Lei n.º 109-G/2021, de 10 de dezembro, o desconto passou a incidir sobre o preço mais baixo a que o produto foi vendido nos 30 dias consecutivos que antecedem a aplicação da redução do preço (o início da Black Friday). Anteriormente, o prazo era de 90 dias.



# 6 ATENÇÃO ÀS FRAUDES!

As fraudes relacionadas com a *Black Friday* ocorrem quando são anunciados artigos falsos ou fictícios. Estes artigos podem ser publicitados nas redes sociais, sites de leilões, associados a imagens, pessoas e comentários credíveis, para transmitir a ideia de que os produtos são reais.

## Atenção:

- à clonagem de sítios eletrónicos!
- a descontos demasiado elevados;
- a exigências de pagamentos, apenas, por transferência bancária;
- a erros ortográficos, a falta de identificação do vendedor no site (morada, contacto telefónico, ...), pois podem ser indícios de falsificação.

A horizontal strip of white paper is torn, revealing a bright orange background. The word "DICAS" is written in white, bold, uppercase letters across the center of the orange area. The paper is slightly curled at the edges, and the background is a plain, light gray surface.

**DICAS**

1



Não aja de forma instintiva e emocional, decida sempre com alguma reflexão, por forma a distinguir um bem necessário de um supérfluo.

2



Compre em sites fidedignos, com certificado ("https"), associados a marcas conhecidas e empresas de confiança.

4



Verifique, antecipadamente, os preços na loja e na internet para poder avaliar a relação entre o preço e o desconto praticado, designadamente, através de comparadores de preços, e, assim, avaliar as vantagens oferecidas.

3



Pesquise críticas e avaliações dos produtos e profissionais. Verifique devidamente as informações divulgadas nos canais digitais para garantir que não é vítima de fraude (lojas fictícias).

5



Solicite informação sobre as políticas de trocas e devoluções de cada loja, uma vez que, não havendo defeito, a troca e a devolução traduz-se numa política de cortesia da Empresa, e não de um direito do Consumidor.

7



Denuncie fraudes e publicidade agressiva ou enganosa, por exemplo, quanto à inexistência real de uma promoção, pois é uma prática proibida.

6



Verifique se o valor dos portes de envio e se a taxa de juro, nas compras com cartão de crédito, compensam a promoção e o desconto.

*REDUZIR PREÇOS NÃO SIGNIFICA  
REDUZIR DIREITOS!*