

0036544

08012.008785/2012-83



## MINISTÉRIO DA JUSTIÇA

Nota Técnica nº 6/2015/CPA - SENACON/CGCTPA/DPDC/SENACON

PROCESSO N° 08012.008785/2012-83

INTERESSADO: @interessados\_virgula\_espaco\_maiusculas@

Nota n.	006 - 2015/CPA/CGCTPA/DPDC/Senacón/MJ.
Data:	19 de janeiro de 2015.
Protocolado:	08012.008785/2012-83
Representante:	Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor
Representado:	Globex Utilidades S.A
Assunto:	Prática Abusiva.
Ementa:	Processo Administrativo. Irregularidade na comercialização de seguros e serviços adicionados. Irregularidade na oferta de produtos e "venda casada" e serviço não solicitado pelo consumidor. Infração aos artigos 4º, <i>caput</i> , incisos I e III; 6º, incisos III, IV e VI, que prevêem direitos básicos do consumidor, bem como artigos 18, <i>caput</i> , §1º, incisos I, II e III; 20; 31; 36; 37; 39, incisos I, III e IV e 46 da Lei 8.078/R\$ 7.248.147,59 (sete milhões, duzentos e quarenta e oito mil, cento e quarenta e sete reais e cinqüenta e nove centavos).

Senhora Coordenadora-Geral de Consultoria Técnica e Processos Administrativos,

## I.Relatório

1. Trata-se de Processo Administrativo instaurado *ex officio* por este Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacón), do Ministério da Justiça (MJ), em face da empresa Globex Utilidades S.A, para apuração de supostas irregularidades na oferta de produtos e serviços, assim como pela prática denominada "venda casada" e pelo fornecimento de serviço não solicitado pelo consumidor.

2. Em 11 de outubro de 2012, foi expedida a Notificação n. 319/2012-DPDC/Senacón/MJ à empresa Globex Utilidades S.A para apresentar esclarecimentos acerca de possível oferta de serviços adicionais aos consumidores, quando da comercialização de produtos, além de informar quais os serviços oferecidos, valores cobrados e suas finalidades.

3. Como resposta (fls. 01/09 – autos apartados) manifestou a empresa Globex que o controle da empresa foi adquirido pelo Grupo Pão de Açúcar (Companhia Brasileira de Distribuição – CBD). Outrossim, também foi esclarecido quais são os serviços possíveis de serem adicionados que são oferecidos em suas lojas, bem como os valores cobrados por cada um, além de o vendedor somente oferecer tais serviços e seguros mediante informação ao consumidor; e por fim, que os funcionários recebem treinamentos sobre o conteúdo dos serviços disponibilizados, com o intuito de esclarecer quaisquer dúvidas dos consumidores.

4. A fim de apurar a repercussão das supostas irregularidades cometidas no mercado de consumo, foi solicitada a realização de pesquisa no Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (SINDEC), do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, tendo como objeto a venda de seguros e serviços adicionais no período de 1º de janeiro de 2005 até 30 de junho de 2012 (fls. 99-122).

5. O resultado da pesquisa (fls. 99-122) revelou o número expressivo de reclamações de consumidores em todo o território nacional contra a Representada. O maior quantitativo de reclamações se referia em primeiro lugar a problemas de "Garantia", total de 14.031 (quatorze mil e trinta e um) registros e em quarto lugar "Problemas com Cobranças", total 5.693 (cinco mil seiscentos e noventa e três) registros. Ademais, foram colacionados à Nota Técnica ofertada pelo SINDEC vários relatos de consumidores que adquiriram produtos junto ao estabelecimento da Globex Utilidades S.A e que tiveram incluído outros serviços fornecidos no valor final da compra, sem sua prévia solicitação.

6. Em decorrência do quantitativo de reclamações apresentadas como resultado da Pesquisa SINDEC, por intermédio da Notificação n. 481/2013/CGCTPA/DPDC/Senacón/MJ (fls. 131/132), a empresa foi provocada a manifestar-se de forma a apresentar a este Departamento esclarecimentos quanto:

- a) à natureza jurídica dos serviços adicionados fornecidos aos consumidores;
- b) como seriam oferecidos aos consumidores esses serviços e para especificar por quem seria realizada a oferta do serviço e em qual momento;
- c) como seriam prestadas as informações acerca dos serviços adicionais para os consumidores;
- d) à forma de pagamento dos serviços adicionais, se seria pagamento à vista ou a prazo, se o pagamento fosse à prazo se o consumidor conseguiria distinguir facilmente a cobrança dos serviços adicionados e o valor do produto;
- e) à quantidade de consumidores que contrataram cada serviço adicional;

- f) se o consumidor deveria assinar algum tipo de documento, e em caso positivo que encaminhasse o termo;
- g) caso o consumidor não optasse pela contratação do serviço adicionado, se existiria algum embaraço para efetuar a compra do produto;
- h) se o estabelecimento promoveria incentivo à comercialização desses serviços adicionais por parte dos seus empregados.

7. A Representada ao apresentar resposta suscitou em sede preliminar o interesse do apensamento do presente feito à Averiguação Preliminar nº 08012.001896/2012-69, que tramita em face da empresa Casas Bahia, em razão da incorporação realizada em janeiro de 2013 da Nova Casa Bahia pela Via Varejo

(fls. 96-111 autos apartados) e de forma pontual manifestou-se acerca de cada quesito.

No que pertine a apresentação de informações e esclarecimentos sobre o quantitativo de reclamações registradas por intermédio da Pesquisa SINDEC, a empresa suscitou que o número de registros pode ser considerado pequeno, tratando-se de hipótese de casos isolados, e que a prática estaria em total desacordo com as políticas da empresa.

8. Em decorrência dos elementos probatórios coletados na fase de investigação e do cometimento de supostas irregularidades na comercialização de serviços adicionados e na oferta de produtos e serviços, foi instaurado Processo Administrativo, no dia 08 de abril de 2014, por meio da Nota Técnica n. 74-2014/CCTPA/DPDC/Senacon/MJ (fls 470-474), ante os indícios de infração dos seguintes artigos do Código de Defesa do Consumidor arts. 4º, *caput*, I e III; 6º, III, IV e VI; 18, *caput*, § 1º, I, II e III; 20; 31; 36; 37; 39, I, III e IV e 46. Oportunamente, na mesma data, foi expedida a Intimação n. 46/2014-CPA/CCTPA/DPDC/Senacon/MJ (fl. 477) para a empresa apresentar defesa administrativa, bem como foi enviado o Ofício Circular nº 821/2014-CPA/CCTPA/DPDC/Senacon/MJ (fl. 478), aos membros no Sistema Nacional de Defesa do Consumidor - SNDC para conhecimento da instauração.

9. Por conseguinte, o Procon de Munhuaçu/MG remeteu a este Departamento o Ofício n. 046/2013/nov/20 (fls. 378/193), com cópia de processos administrativos, cujo objeto era pertinente a vendas casadas de garantia estendida perpetrada pela Globex Utilidades S.A, além de anexar diversos relatos de consumidores daquela localidade que tiveram serviços adicionados em suas compras sem prévia solicitação.

10. Em vista do recebimento do Ofício Circular do DPDC, o Ministério Público de Minas Gerais encaminhou o Ofício nº 589/2013 (fls. 497/607) a este Departamento contendo cópia do processo administrativo com decisão cautelar daquela promotoria, tendo como objeto a apuração da suposta venda irregular do seguro garantia estendida no âmbito do referido Estado. Pela decisão cautelar ficou determinada a suspensão das vendas de seguros no território mineiro, objeto de estipulações contratadas entre os fornecedores de eletrodomésticos e das seguradoras, nos estabelecimentos físicos, evitando-se a continuidade das lesões em desfavor dos direitos dos consumidores.

11. Na Defesa apresentada pela empresa Globex (fls. 333-365 autos apartados reservados) foi reiterada a hipótese de considerar o número de reclamações pequeno e que fosse dado o tratamento de casos isolados. Ademais, foi reforçado o fato de os consumidores que adquiriram os serviços o fizeram mediante assinatura de certificados de seguros e serviços e que tinham ciência da contratação. Ademais, sustentou-se que venda de seguros sem solicitação do consumidor não corresponderia a prática institucionalizada do estabelecimento.

12. Em 18 de agosto de 2014, atendendo solicitação da Representada, foi realizada reunião para tratar do processo administrativo em epígrafe e sobre a nova forma de comercialização de seguros. Como resultado do encontro foi ofertada pela Globex petição apresentando as novas políticas adotadas para fins de oferta e comercialização de seguros, em razão do advento das Resoluções do Conselho Nacional de Seguros Privados n.sº 296 e 297, publicadas em 28 de outubro de 2013, bem como da Circular da Superintendência de Seguros Privados nº 480, publicada em 18 de dezembro de 2013.

13. Na data de 25 de setembro de 2014 a Globex Utilidades S.A. foi Intimada para apresentar Alegações Finais (fl. 617). Em resposta (fls. 567-575 autos apartados reservados), foram apresentados argumentos de defesa sobre os ofícios remetidos pelos demais órgãos de defesa do consumidor e reiterados todos os argumentos apresentados na defesa administrativa anteriormente apresentada.

É o relatório.

## II. Fundamentação

### II.1. Competência da Secretaria Nacional do Consumidor – Senaçon.

14. No caso em tela, a questão ultrapassa contornos individuais para impactar a coletividade, pois a oferta dos serviços e seguros atingiram número indeterminado de pessoas, por meio das lojas da empresa Globex Utilidades S.A.

15. Importante salientar que os órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) têm competência concorrente no exercício do poder de polícia administrativo, sendo que sua atuação coordenada e difusa – contribui para a efetividade da defesa do consumidor no País.

16. Esse Sistema tem suas relações pautadas na integração entre os órgãos, isto é, todos os participantes do SNDC possuem autonomia para atuar, buscando sempre uma harmonia como forma de garantir a proteção e defesa do consumidor, da maneira mais adequada e eficiente possível.

17. A Secretaria Nacional do Consumidor – Senaçon, segundo o artigo 106 do CDC, é responsável pela coordenação desse sistema e, por tal razão, desenvolve a integração cooperativa, solidária e sinérgica dos órgãos de defesa do consumidor. Ainda, conforme o Decreto n. 7.738/2012, a Senaçon deve se concentrar na articulação que se fizer necessária dos órgãos de interesse de defesa do consumidor competentes, e atuar nesse sentido quando as circunstâncias assim demandarem.

18. Para tanto, a Senaçon conta com o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) que, de acordo com o art. 18 do Regimento Interno da Senaçon (Portaria nº 1.840, de 21 de agosto de 2012, publicada no D.O.U., de 22 de agosto de 2012 – Seção 1 – n. 163, fls. 26-29), é órgão de assessoria para formulação, promoção, supervisão e coordenação do Sistema Nacional do Consumidor. Assim, compete ao DPDC fiscalizar demandas que envolvam relevante interesse geral e tenham abrangência nacional e aplicar sanções administrativas previstas nas normas de defesa do consumidor, podendo para tanto, instaurar

averiguações preliminares e processos administrativos (art. 18, III, do Regimento Interno da Senaçon).

19. Dessa forma, o comando expresso no art. 55, § 1º, e no art. 106, incisos VI e VII, do CDC, bem como o art. 4º, *caput*, do Decreto nº. 2.181/1997, atualizado pelo Decreto nº. 7.738/2012, determinam caber ao Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) a análise de questões que tenham repercussão nacional e interesse geral, competindo aos órgãos regionais e locais de defesa e proteção ao consumidor assuntos relacionados às respectivas circunscrições territoriais e casos individuais específicos.

20. Considerando que a oferta ocorreu em todo o território nacional, pois houve a comercialização dos serviços e seguros nas lojas Globex Utilidades S.A. em diversos Estados brasileiros, torna-se patente a competência do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) para análise dos fatos, de acordo com o Decreto nº. 2.181/97, atualizado pelo Decreto nº. 7.738/2012, por se tratar de questão de âmbito nacional.

## **II.2. Da Proteção Constitucional e Princípios da Relação de Consumo**

21. A Constituição Federal (CF) de 1988 situa o Direito do Consumidor no rol dos direitos e garantias fundamentais do cidadão e da coletividade (art. 5º, inciso XXXII) e estabelece que é dever do Estado promover, na forma da lei, a defesa do consumidor, além de determinar ser a proteção do consumidor baliza para a atividade econômica, nos termos do art. 170, inciso V, da Carta Magna.

22. O Código de Defesa do Consumidor como um microssistema jurídico, estabelece em seu artigo 4º alguns princípios norteadores da relação de consumo no Brasil. Dentre estes princípios e tendo em vista a demanda em epígrafe, vale ressaltar a importância de três destes nas relações estabelecidas entre o consumidor e a Globex Utilidades S.A., quais sejam, o princípio da vulnerabilidade do consumidor, boa-fé e transparência.

### **II.2.1 Princípio da Vulnerabilidade**

23. O princípio da vulnerabilidade, nos ensinamentos do Bruno Miragem, é aquele que justifica o direito do consumidor, uma presunção legal e absoluta que norteia o cumprimento das normas do direito do consumidor como também determina a maneira de ser aplicado. Este princípio visa proteger a parte mais fraca da relação de consumo, qual seja o consumidor, pois existe um desequilíbrio entre dois agentes econômicos (consumidor e fornecedor) nas relações jurídicas estabelecidas entre si, o que justifica a criação de regras especiais para a proteção do ente mais fraco[1].

24. No mesmo sentido, Valério Dal Pai Moraes define o Princípio da Vulnerabilidade como:

“Vulnerabilidade, sob o enfoque jurídico, é, então, o princípio pelo qual o sistema jurídico positivado brasileiro reconhece a qualidade ou condição daquele(s) sujeito(s) mais fraco(s) na relação de consumo, tendo em vista a possibilidade de que venha(m) a ser ofendido(s) ou feridos, na sua incolumidade física ou psíquica, bem como no âmbito econômico, por parte do(s) sujeito(s) mais potente(s) da mesma relação”[2].

25. Nesse passo, a vulnerabilidade é dividida em três[3] âmbitos de forma clássica para doutrina brasileira: a técnica, jurídica e fática. A reformulação dada pela Professora Cláudia Lima Marques ao conceito insere também a ideia de vulnerabilidade informacional[4], a mais expressiva para o caso em tela.

26. A vulnerabilidade técnica é a mais fácil de se identificar. Basicamente, pode-se resumir na ideia de que o consumidor não tem conhecimento especializado sobre o produto ou serviço que adquire, enquanto o fornecedor é o detentor desse conhecimento mais profundo do produto ou serviço. Nas lições de Bruno Miragem[5], o exemplo típico de relação é aquela do médico e paciente.

27. De outro lado, a vulnerabilidade jurídica é aquela em que o consumidor não entende quais as consequências jurídicas de firmar um contrato ou estabelecer uma relação de consumo. Para a Professora Claudia Lima Marques estaria incluída aqui a vulnerabilidade além de jurídica, também a contábil e a econômica.

28. Em outro âmbito, a vulnerabilidade fática é mais abrangente, sendo reconhecida no caso em concreto que é observada a debilidade do consumidor frente ao fornecedor. Ela é espécie importante, pois além de ser uma ideia/conceito genérico de vulnerabilidade é aqui que se estabelecem casos de dupla vulnerabilidade do consumidor como o idoso e a criança.

29. Resta consignar que a vulnerabilidade informacional, nas lições da Professora Cláudia Lima Marques[6], representa verdadeiramente o fenômeno da sociedade informacional em que vivemos. Segundo entendimento, a sociedade informacional caracteriza-se pelo surgimento de blocos econômicos e pela globalização, pela acessibilidade, rapidez e fluidez do acesso à informação. Nesse contexto, o dever de informar ganha contornos importantíssimos e fundamentais nos tempos atuais, seja no direito civil ou no direito do consumidor, onde sua importância é ainda maior, refletindo-se na proteção legal da vulnerabilidade do consumidor, nos termos do art. 4º, inciso III, do CDC. Observa-se, no caso em comento, que esta é a vulnerabilidade que está ligada aos consumidores que não solicitaram e, em alguns casos manifestaram a sua vontade em não contratar tais serviços passíveis de serem adicionados em suas compras. Dessa forma, a Globex não só desrespeitou a condição de vulnerabilidade do consumidor, como também utilizou da mesma para imputar-lhe serviços que não eram de sua vontade contratar. Tal conduta infringiu além do princípio da vulnerabilidade o princípio da boa-fé e da transparência, princípios estes que sempre devem prevalecer na relação de consumo.

### **II.2.2 Princípios da Boa-fé, Transparência e Confiança**

30. Os princípios da boa-fé, transparência e confiança são essenciais para a consolidação de uma relação de consumo como determina o CDC. Estes princípios transmitem a real vontade das partes em estabelecerem uma relação de consumo. O que determina a prevalência do princípio da boa-fé e transparência nas relações de consumo é a harmonização do interesse das partes; já a transparência é uma consequência destes dois princípios.

31. Tais princípios estão expressamente previstos no artigo 4º do referido Código de Defesa do Consumidor, traduzindo que o consumidor e o fornecedor contratem com lealdade e segurança recíprocas. Pode-se dizer que são regras de condutas onde devem ser respeitados os interesses dos consumidores, através de um espírito de cooperação entre eles, o que justificaria a existência do contrato[7]. Essa conduta que deve ser observada pelos contratantes com a finalidade de constituir um equilíbrio na relação contratual onde nenhuma das partes sairá prejudicada e, todas as suas expectativas serão satisfeitas[8] e a confiança do consumidor em celebrar o contrato estará resguardada.

32. O Princípio da proteção da confiança do consumidor, tem como um dos seus aspectos “*a proteção da confiança na prestação contratual, que dará origem às normas cogentes do CDC, que procuram garantir ao consumidor a adequação do produto ou serviço adquirido, assim como evitar riscos e prejuízos oriundos destes produtos e serviços*”[9]. A transparência, confiança, harmonia nas relações de consumo, reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, bem como a harmonização de interesses, sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores, são princípios que estabelecem a segurança jurídica da relação de consumo e estão previstos no artigo 4º do CDC, no seguinte sentido:

“Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

(...)

III – harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170 da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores”. (Grifos acrescidos).

33. Assim, nota-se que entre os objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo estão o respeito à dignidade, o atendimento à saúde e segurança dos consumidores, a proteção dos interesses econômicos, a transparência e harmonia nas relações de consumo e o direito de escolha, por intermédio do reconhecimento do princípio da vulnerabilidade.

34. Considerando, pois, o necessário alinhamento dos valores e princípios organizacionais das empresas com a política de oferta de produtos e serviços no mercado, a preocupação em relação à forma de comunicação dirigida ao consumidor apresenta-se como indicativo sensível e revelador dos padrões éticos das relações de consumo. Com efeito, o legislador pátrio conferiu proteção ao consumidor não apenas durante a relação contratual, mas principalmente no momento em que antecede a concretização do contrato. Nesta etapa da relação jurídica, em que há apenas a expectativa de consumo, é imprescindível que as informações acerca do produto ou serviço sejam prestadas de maneira adequada, por quanto é com base nesses dados que o consumidor irá fundamentar o seu consentimento. Ao observar e respeitar os princípios aqui elencados, resguarda o direito de informação do consumidor, que conforme estabelece o artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor, é um direito básico do consumidor.

### II.3. Direitos Básicos do Consumidor

35. O Código de Defesa do Consumidor (CDC) define em seu artigo 6º e parágrafos os direitos básicos dos consumidores, os quais são invioláveis e devem ser resguardados em todas as relações de consumo estabelecidas.

36. Dentre esses direitos, está estabelecido o direito à informação, direito este que deve ser prestado de forma adequada, clara e inequivoca (quantidade, características, composição, qualidade, preço, riscos) sobre os diferentes produtos e serviços. O inciso III, do artigo 6º, do Código de Defesa do Consumidor assegura o direito à informação ao consumidor, sendo a base para assegurar toda a contratação que será posteriormente consolidada. Nesse sentido, Cláudia Lima Marques esclarece:

Observa-se, também, que, de certa maneira, essas novas leis interventionistas de função social vão ocasionar um renascimento da defesa da liberdade de contratar, da liberdade de escolha do parceiro contratual, através do novo dever de informação imposto ao fornecedor, para que o consumidor possa escolher o parceiro que melhor lhe convier (...)[10].

37. O Ministro do Superior Tribunal de Justiça, Antonio Herman V. Benjamin, também destaca a importância do direito à informação, no Recurso Especial n.º 586.316/MG, *ipsis litteris*:

A informação é irmã-gêmea – ‘inseparável’, diz Jorge Mosset Ituriraspe (*Defensa Del Consumidor*, 2ª ed., Santa Fé, Rubinzal-Culzoni, 2003, p. 29) dos Princípios da Transparência, da Confiança e da Boa-fé Objetiva. Sem ela, esses princípios não se realizam. Por isso se apregoa que ser informado é ser livre, inexistindo plena liberdade sem informação. Perceptível, então, a contradição entre aqueles que pregam o ‘livre mercado’ e, ao mesmo tempo, negam, solapam ou inviabilizam a plena informação ao consumidor. Segundo, é a informação que confere ao consumidor ‘a possibilidade de utilizar os produtos comercializados com plena segurança e de modo satisfatório aos seus interesses’ (Gabriel A. Stilitz, *Protección Jurídica Del Consumidor*, Buenos Aires, Depalma, 1986, p. 45). Só o consumidor bem informado consegue de fato usufruir integralmente os benefícios econômicos que o produto ou serviço lhe proporciona, bem como proteger-se de maneira adequada dos riscos que apresentam. Por esse último aspecto (proteção-contra riscos), a obrigação de informar deriva da obrigação de segurança, que modernamente, por força de lei ou da razão, se põe como pressuposto para o exercício de qualquer atividade no mercado de consumo.

38. O Direito à Informação é primordial para todas as relações de consumo, devendo sempre ser observado minuciosamente, pois, além de ser um pressuposto para o exercício de liberdade de escolha do consumidor, assegura os demais direitos e princípios norteadores das relações de consumo, como por exemplo, a sua vulnerabilidade, a boa-fé, transparência nas contratações, dentre outros.

39. A informação a ser prestada ao consumidor deve ser completa, gratuita e útil[11], de forma que o consumidor compreenda o que está adquirindo ou contratando, ela é a essência do contrato e assegura a transparência na relação de consumo. O direito de informação é assegurado pelo CDC em razão da sua importância para a consolidação da contratação no ordenamento jurídico.

40. Além do direito à informação, o artigo 6º, no inciso IV, traz a proibição da publicidade enganosa e abusiva bem como a proibição de práticas e cláusulas abusivas impostas aos consumidores. Estas proibições asseguram ao consumidor que aquilo que está sendo oferecido seja realmente o que ele irá contratar, sem nenhuma distinção ou alteração da oferta apresentada, bem como não serão impostas condições de contratação que causem qualquer forma de prejuízo ao consumidor, desde prejuízos morais quanto materiais. Tais proibições são a revalidação da importância dos princípios e direitos básicos do consumidor e a segurança jurídica nas contratações.

41. Ademais, outro direito básico do consumidor que devemos ressaltar no caso concreto é o estabelecido no inciso V do artigo 6º do CDC, que trata do dever de prevenção e reparação dos danos pelo fornecedor frente aos consumidores dos seus produtos e serviços. Esta determinação assegura, mais uma vez a importância de garantir a base da relação consumerista, visando sempre a proteção do consumidor.

42. Todos estes princípios e direitos básicos do consumidor devem sempre, sem nenhuma exceção, estarem presentes nas relações de consumo estabelecidas entre fornecedores e consumidores. Destarte, observa-se que no caso em epígrafe, eles não foram respeitados pela empresa Globex ao não informar aos consumidores sobre a contratação dos seguros ou serviços, bem como ao condicionar a aquisição do produto à contratação do seguro, conforme constam nos autos.

#### II.4 Da Prática Abusiva

43. Inicialmente, vale destacar que a conduta do fornecedor em ofertar, aos consumidores, serviços e seguros, em sua maioria, associados às aquisições dos produtos de varejo comercializados naquele estabelecimento comercial, não são vedados pelo ordenamento jurídico, tão pouco pelo Código de Defesa do Consumidor. Em recentes resoluções, a Superintendência de Seguros Privados - SUSEP regulamentou a comercialização de seguros junto às lojas de varejo, o que trouxe inovações nesta modalidade de comercialização, bem como mais segurança para os consumidores. Entretanto, vale ressaltar que o presente Processo Administrativo não foi instaurado em razão da falta de regulamentação de seguros à época dos fatos, mas sim em decorrência de violação de direitos e garantias previstos no Código de Defesa do Consumidor.

44. O fornecedor, independente de normas específicas da Superintendência de Seguros Privados - SUSEP, tem o dever de cumprir as normas estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor, que é uma norma cogente e suficiente para esclarecer as regras básicas para as contratações dos serviços diversos daqueles que motivaram o consumidor a adquirir o produto da empresa Globex.

45. Analisando os autos, observa-se que algumas normas do CDC foram frontalmente descumpridas pela Representada. Por meio da pesquisa realizada pelo Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor - SINDEC é possível notar um elevado registro de número de reclamações em desfavor da empresa Globex pela prática de oferta e comercialização de serviços adicionais, sem solicitação prévia do consumidor. Nos atendimentos realizados pelos Procons os consumidores destacaram em sua fala que na maioria dos contratos de serviços e seguros celebrados, não optaram voluntariamente por esta espécie de contratação, bem como foram expressos em não desejarem as referidas contratações, cite-se:

UF: MG

Procon: Procon Municipal de Montes Claros –

Área: Produtos

Assunto: Minicomputador / Produtos de Informática

Problema: Venda enganosa

Razão Social: GLOBEX UTILIDADES S A

Nome Fantasia: Ponto Frio

CNPJ: 33041260015609

Data: 15/05/2012

*A reclamante relata que fez uma compra na citada empresa, na oportunidade o vendedor ofereceu a garantia estendida e outros seguros os quais a mesma não concordou em fazê-los, porém mesmo sem o seu consentimento foram incluídos na compra e só quando chegou em casa que a consumidora recebeu percebeu a má fé do vendedor.*

Do pedido: Diante dos fatos a consumidora solicita cancelamento dos referidos seguros.

UF: RJ

Procon: Procon Estadual do Rio de Janeiro

Área: Produtos

Assunto: Máquina de Lavar Roupa / Louça e Sécadora

Problema: Venda enganos

Razão Social: VIA VAREJO S.A

Nome Fantasia: PONTO FRIO

CNPJ: 33041260000164

Data: 04/06/2012

O consumidor citado acima representado neste órgão administrativo por \*\*\*, inscrita no CPF: \*\*\*.

Ocorre que o consumidor no dia 14/05/2012 comprou na reclamada uma lava roupa 9,0K Brastemp, BWL09 110V BC, no valor R\$ 999,00.

No entanto, no ato da compra ao consumidor, que é um senhor de idade tem 88 anos, foi informado que fazendo cartão de crédito parcelaria em 18 vezes, no caso não foi informado que haveria juros.

*Vale frisar também que foi fornecida ao consumidor uma garantia estendida no valor R\$ 210,00, como o mesmo é um senhor de idade não tem esclarecimentos sobre contratos.*

Ante o exposto o consumidor representado requer o cancelamento deste cartão de crédito pois não tem condições de efetuar o pagamento das parcelas, como também o cancelamento da garantia estendida, já que só quis comprar a máquina de lavar roupa e não um cartão de crédito com 18 parcelas a pagar mais uma garantia estendida. Se compromete a efetuar o pagamento em um outro cartão de crédito, o valor do produto citado acima. Com base nos artigos: 4º, II, III, IV, 6º, II, III, IV, VI, VIII; 14, § 1, I; 20, II; 30; 37, § 1º; 38; 39, I, II, IV, V, XII; 42; 47; 51, I, IV, VI, XV todos da lei 8078/90.

UF: ES

Procon: Procon Municipal de Cachoeiro de Itapemirim

Área: Assuntos financeiros

Assunto: Cartão de Loja

Problema: Cobrança indevida.

Razão Social: GLOBEX UTILIDADES S.A

Nome Fantasia: PONTO FRIOS

CNPJ: 33041260012928

Data: 12/06/2012

A consumidora relata que, possui o cartão número XXX XXXX XXXX XX da reclamada. Acontece que, a reclamante esta recebeu as faturas referentes aos meses de março, abril, maio/2012 com valores indevidos como: "seguro família proteção" no valor de R\$ 13,84, que não foi solicitado por ela, também como valores de "tarifas de manutenção" no valor de R\$ 4,99 e a cobrança da "anuidade diferenciada" no valor de R\$ 5,99 cada parcela que foi dividido em 12 vezes.

Assim requer o resarcimento dos valores descritos acima, em dobro.

46. Em uma relação contratual, mormente em uma relação de consumo, o que se espera para a celebração do negócio jurídico é o respeito a livre manifestação de vontade das partes. Verifica-se no atendimento realizado pelos órgãos de proteção ao consumidor, que em várias contratações não houve o devido respeito a essa premissa por parte da empresa. Aliás, o que se constata é que em sentido oposto dirigiu-se a conduta do fornecedor Globex que incluiu discriminatoriamente nas compras de varejo realizadas pelo consumidor outros serviços e seguros por ele não desejados. Destarte, esta conduta configura a infração descrita no artigo 39, inciso III do CDC, que intitula como prática abusiva o envio ou entrega ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto ou fornecer qualquer serviço.

47. Ademais, importante destacar que a conduta dos vendedores do estabelecimento Globex, que imputam ao consumidor a necessidade de contratar serviço ou seguro adicional, como se fosse indispensável para a efetivação da compra do produto, objeto principal da celebração do contrato, é repudiada pelo Código de Defesa do Consumidor, por haver um desvirtuamento da função real da negociação, qual seja vender o produto e não promover a comercializar de serviços e seguros. Tal comportamento é vedado pela norma consumerista segundo o quanto disposto no artigo 39, I, que tipifica como abusiva o condicionamento do fornecimento de um produto ou serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço.

48. Além das ofensas aos dispositivos acima especificados, restou evidenciado que a Representada Globex também pratica a conduta vedada pelo inciso VI do artigo 6º que proíbe o fornecedor de prevalecer da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços. Esta conduta é comprovada por meio de denúncias recebidas dos órgãos de proteção e defesa do consumidor e atendimentos realizados pelos Procons e registrados no SINDEC em que alguns consumidores alegam que confiaram na palavra do vendedor e mesmo após registrarem que não desejavam adquirir outros seguros ou serviços "foram incluídos na compra e só quando chegou em casa que a consumidora percebeu que a má fé do vendedor" e mesmo sem saber o que estavam contratando "foi fornecida ao consumidor uma garantia estendida no valor R\$ 210,00, como o mesmo é um senhor de idade não tem esclarecimentos sobre contratos". Assim, evidencia-se que a Globex se valeu da condição de hipossuficiência do consumidor para imputar-lhe os serviços adicionados, em total desrespeito dos princípios da vulnerabilidade, boa-fé, transparência e confiança.

49. Todas as práticas abusivas configuradas e direitos básicos violados ensejam por consequência em ofensa ao artigo 31[12] do Código de Defesa do Consumidor, que determina que a informação a ser prestada aos consumidores devem ser claras, corretas e ostensivas e ainda suficientes para repassarem ao consumidor qual o serviço ou produto que está sendo contratado. No deslinde da investigação e com base na pesquisa SINDEC verifica-se que as informações não foram devidamente repassadas aos consumidores, não respeitando um dos direitos pilares das relações de consumo, conforme inclusive se atesta pelos relatos abaixo colacionados.

UF: MG

Procon: Procon Municipal de Sabará

Área: Produtos

Assunto: Móveis Para Quarto

Problema: Venda enganosa

Razão Social: GLOBEX UTILIDADES S/A

Nome Fantasia: PONTO FRIOS

CNPJ: 33041260008068

Data: 22/06/2012

Consumidora relata que comprou um guarda roupa e uma cama, porém quando chegou em casa percebeu que foi enganada com compra casada de garantia estendida. Em contato com a central de atendimento em 10 dias corridos eles vão entrar em contato com a consumidora para cancelar as cobranças indevidas.

50. Em outros pontos verifica-se que além da deficitária má prestação da informação, foi constatada a prática da oferta e publicidade enganosa, em que o consumidor imaginava que contratava um determinado produto e na realidade estava a adquirir outros serviços que não almejava. Os artigo 36 e 37 do Código de Defesa do Consumidor tratam da importância da oferta e publicidade claras e precisas, possibilitando ao consumidor imediata constatação do bem ou serviços que está a adquirir. O § 1º do artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor prevê como enganosa toda e qualquer informação de caráter publicitário que seja inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, seja capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, característica, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

51. Diante dos fatos relatados e dos elementos de provas produzidos, fica configurado que a conduta da Globex Utilidades S.A foi ofensiva ao Código de Defesa do Consumidor, não podendo a mesma se eximir de responsabilidades, ao alegar que os casos apresentados consistiram tão somente em fatos isolados, tendo em vista o registro de mais de 19.000 (dezenove mil) reclamações de consumidores que envolvem problemas com garantias e cobranças.

52. Restou demonstrado ainda que os vendedores que comercializavam tais serviços e seguros receberam comissões pela quantidade de venda consumada. Esclareça-se que a responsabilidade prevista pelo Código de Defesa do Consumidor é objetiva e reside na obrigação do fornecedor responder pelos serviços prestados, independentemente de culpa. Assim, para o caso em análise, o fornecedor do serviço não pode se abster da responsabilidade da prática abusiva cometida pelos seus representantes, no caso seus vendedores, respondendo integralmente pelos seus atos.

53. O Código de Defesa do Consumidor ainda estatui que a responsabilidade entre os fornecedores que formam a cadeia do fornecimento do produto ou serviço é solidária, de maneira que todos respondem pelos vícios de qualidade e quantidade dos seus produtos e serviços, conforme o *caput* do artigo 18 e o *caput* do artigo 20. Estes artigos descrevem ainda o dever de reparação por parte dos fornecedores dos vícios existentes nos produtos e nos serviços fornecidos.

54. Vale ressaltar também que diante dos fatos aqui apresentados, constata-se que o negócio jurídico celebrado entre a fornecedora e o consumidor nasceu eivado pelo vício da falta de informação quanto ao fornecimento dos serviços e os seguros oferecidos pela Globex, uma vez que o maior interessado na aquisição verdadeira de um serviço, qual seja o consumidor, não teve sua vontade e expectativa respeitadas pelo fornecedor.

55. Tendo em vista que ficou demonstrada conduta infrativa de adicionar serviços e seguros em compras do varejo sem o devido consentimento do consumidor, restou cabalmente visível que tais práticas não atendem às legítimas expectativas do consumidor, que não tiveram sua vontade respeitada, havendo a obrigação de reparar os danos causados aos consumidores pelo fornecimento do serviço sem a devida informação ao consumidor.

56. No mais, em razão de não ter sido oportunizado ao consumidor o direito a ter conhecimento prévio de que estaria contratando um seguro ou serviço, tão pouco não teve ele o direito ao conhecimento prévio do contrato celebrado, o instrumento contratual entabulado entre as partes não pode obrigar o consumidor, não vigendo a máxima do *pacta sunt servanda*, no qual o contrato faz lei entre as partes, em respeito a previsão contida no artigo 46 do Código de Defesa do Consumidor.

57. Diante de todo exposto, os autos fornecem comprovações suficientes da inobservância aos preceitos estabelecidos no Código de Defesa do Consumidor, mostrando-se necessária a intervenção do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, tendo em vista que ocorreu a prática abusiva do fornecimento de serviços sem a solicitação do consumidor, bem como a prática de venda casada, oferta e publicidade enganosa. Outrossim, também foram violados os princípios essenciais ao equilíbrio da relação de consumo – vulnerabilidade, boa-fé, confiança e transparência – bem como as normas de direito à informação correta e clara na oferta de produtos e serviços. Logo, resta evidente que a empresa Globex Utilidades S.A. afrontou o disposto nos artigos 4º, *caput*, incisos I e III; 6º, incisos III, IV e VI, 18, *caput*, §1º, incisos I, II e III; 20; 31; 36; 37; 39, incisos I, III e IV e 46 da Lei 8.078/90, todos do Código de Defesa do Consumidor.

### III. Conclusão

58. Por conseguinte, considerando a gravidade e a extensão da lesão causada aos consumidores em todo o País, a vantagem auferida e a condição econômica da Empresa, nos termos do artigo 57, da Lei n. 8.078/90, sugere-se a aplicação da sanção administrativa de multa, no valor de R\$ 7.248.147,59 (sete milhões, duzentos e quarenta e oito mil, cento e quarenta e sete reais e cinqüenta e nove centavos).

59. Tal valor ainda leva em consideração tratar-se de infração grave, nos termos do art. 17, inciso II, do Decreto 2.181/97, alterado pelo Decreto 7.738/2012, pois está presente a agravante prevista no art. 26, II, do Decreto 2.181/97, alterado pelo Decreto 7.738/2012, pois a comercialização dos seguros e serviços sem a devida solicitação do consumidor visava obter vantagem indevida. Há que se considerar, a atenuante prevista no art. 25, II, do mesmo Decreto, por ser a Representada primária, o que evita assim, a aplicação de valor superior.

60. No que se refere ao *quantum* indenizatório, mister se faz ressaltar o caráter pedagógico da sanção. O valor da indenização, levando-se em conta a violação do princípio da vulnerabilidade, boa-fé, transparência e confiança, deve ser fixado com esta característica inibidora, buscando desestimular o causador de danos a reincidir na prática lesiva.

61. Neste sentido o caráter da sanção de multa administrativa além de ser pedagógico é também repressivo e punitivo, de modo a restabelecer o *status quo ante*. Neste sentido o professor Bruno Miragem estabelece em seus comentários ao art. 57, do CDC: *A natureza da multa administrativa é de caráter punitivo, na medida em que representa penalidade própria para infração às normas de proteção do consumidor*<sup>[13]</sup>.

62. Sugere-se que a Representada depositie o valor definitivo da multa em favor do Fundo de Defesa de Direitos Difusos, nos termos da Resolução CFDD n.º 16, de 08 de março de 2005, consoante determina o art. 29, do Decreto nº 2.181/97, alterado pelo Decreto nº 7.738/2012.

63. Sugere-se, ainda, a expedição de ofício circular aos órgãos e entidades integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, dando ciência e encaminhando cópia da decisão em tela.

À consideração superior.

**FERNANDA VILELA OLIVEIRA**  
Coordenadora de Processos Administrativos

De acordo. Encaminhe-se ao Diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor.

**ALESSANDRA DE ALMEIDA CAMARGOS COSTA OLIVEIRA**  
Coordenadora-Geral de Consultoria Técnica e Processos Administrativos

[11] MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013, p.114.

[22] Moraes, Paulo Valério Dal Pai. *Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade nas demais práticas comerciais: interpretação sistemática do direito*. 3. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009, p. 125.

[33] De outro modo escreve Moraes, Paulo Valério Dal Pai. *Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade nas demais práticas comerciais: interpretação sistemática do direito*. 3. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009. p. 141 a 191, que haveria além dos três conceitos clássicos outras espécies de vulnerabilidade: política ou legislativa, neuropsicológica, econômica e social, ambiental e tributária.

[44] “O princípio da vulnerabilidade é o princípio básico que fundamenta a existência e aplicação do direito do consumidor [...] constitui presunção legal absoluta [...] A doutrina e jurisprudência vêm distinguindo diversas espécies de vulnerabilidade. Entre nós, é conhecida a lição de Cláudia Lima Marques que distingui a vulnerabilidade em três grandes espécies: vulnerabilidade técnica, vulnerabilidade jurídica; e vulnerabilidade fática. E recentemente identifica a autora gaúcha uma quarta espécie de vulnerabilidade, a vulnerabilidade informacional.” (MIRAGEM, 2008, p. 61-64).

[5] MIRAGEM, Bruno Nunes. Direito do consumidor: fundamentos do direito do consumidor; direito material e processual do consumidor; proteção administrativa do consumidor; direito penal do consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008, p. 63.

[6] Neste sentido, *vide* o Manual de Direito do Consumidor MARQUES *et all*, 2009, p. 76-77; “Resta analisar a *vulnerabilidade informacional*, que é a vulnerabilidade básica do consumidor, intrínseca e característica deste papel na sociedade. Hoje merece ela uma menção especial, pois na sociedade atual são de grande importância a aparência, a confiança, a comunicação e a informação. Nosso mundo de consumo é cada vez mais visual, rápido e de risco, daf a importância da confiança.”

[7] NEGREIROS, Teresa. *Teoria do Contrato: novos paradigmas*. São Paulo: Renovar, 2002, p. 123.

[8] NUNES, Luiz Antônio Rizzato. *Curso de Direito do Consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2004, p. 128.

[9] MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor, RT, 3a ed., 1999, p. 126 e 127

[10] BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 2ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009. p. 58.

[11] BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 2ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 74.

[12] Art. 31. A oferta e apresentação de produto ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados bem como sobre os riscos que apresentem à saúde e segurança dos consumidores.

[13] Benjamin, Antonio Herman V.; Marques, Cláudia Lima; Miragem, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 3. ed. São Paulo: Ed. RT, 2010. p. 1189

**DESPACHO do [nome do cargo da autoridade]**

De acordo. Encaminhe-se ao Diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor.



Documento assinado eletronicamente por FERNANDA VILELA OLIVEIRA, Coordenador(a) de Processos Administrativos, em 19/01/2015, às 16:58, conforme o § 2º do art. 10 da Medida Provisória nº 2.200/01.



Documento assinado eletronicamente por ALESSANDRA DE ALMEIDA CAMARGOS COSTA OLIVEIRA, Coordenador(a)-Geral de Consultoria Técnica e Processos Administrativos, em 19/01/2015, às 17:00, conforme o § 2º do art. 10 da Medida Provisória nº 2.200/01.

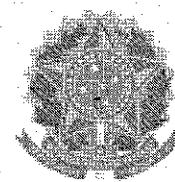


A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.mj.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.mj.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0) informando o código verificador 0036544 e o código CRC 093B9B9F.



0036727

08012.008785/2012-83

**MINISTÉRIO DA JUSTIÇA****Despacho nº 6/2015/CPA - SENACON/CGCTPA/DPDC/SENACON****Em, 19 de janeiro de 2015.****Assunto: Decisão Globex Utilidades S.A****Processo: 08012.008785/2012-83****Decisão n.º 006 /2015 – DPDC/Senacon/MJ****Representada: GLOBEX UTILIDADES S.A**

Em acolhimento às razões técnicas consubstanciadas na Nota Técnica elaborada pela Coordenação-Geral de Consultoria Técnica e Processos Administrativos, adotando-as inclusive como razão de decidir e, deste modo, considerando a gravidade e a extensão da lesão causada a milhares de consumidores em todo o País, a vantagem auferida e a condição econômica da Empresa, nos termos do art. 57 da Lei n.º 8.078/90 e art. 25, inciso II e 26, inciso II, do Decreto n.º 2.181/97, alterado pelo Decreto n.º 7.738/2012, aplico à Empresa Globex Utilidades S.A a sanção de multa no valor de R\$ 7.248.147,59 (sete milhões, duzentos e quarenta e oito mil, cento e quarenta e sete reais e cinqüenta e nove centavos), devendo a Empresa depositar o valor definitivo da multa em favor do Fundo de Defesa de Direitos Difusos, nos termos da Resolução CFDD n.º 16, de 08 de março de 2005, consoante determina o art. 29, do Decreto n.º 2.181/97, alterado pelo Decreto n.º 7.738/2012.

Intime-se a Empresa para ciência e cumprimento da presente Decisão. Determino, por fim, a expedição de ofício circular aos órgãos e entidades integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, dando ciência e encaminhando cópia da presente Decisão.

Publique-se.

**AMAURY MARTINS DE OLIVA****Diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor**



Documento assinado eletronicamente por AMAURY MARTINS DE OLIVA, Diretor(a) do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, em 19/01/2015, às 17:14, conforme o § 2º do art. 10 da Medida Provisória nº 2.200/01.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.mj.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.mj.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0) informando o código verificador 0036727 e o código CRC 12147731.

Referência: Processo nº 08012.008785/2012-83

SEI nº 0036727