



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PIAUÍ
PROGRAMA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
Rua Álvaro Mendes, 2294 - Centro - CEP nº 64000-060 – Teresina – PI

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 154/2013

RECLAMANTE: ANTONIO RODRIGUES DE AGUIAR

RECLAMADO: SOL NASCENTE MOTOS LTDA

PARECER

I – RELATÓRIO

Cuida-se de processo administrativo instaurado, nos termos da Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), bem como do art. 33 e seguintes do Decreto Federal nº 2.181/97, pelo Programa de Proteção e Defesa do Consumidor, órgão integrante do Ministério Público do Estado do Piauí, visando apurar indício de perpetração infrativa às relações de consumo por parte do fornecedor **SOL NASCENTE MOTOS LTDA**.

O Consumidor, no dia 20/02/2013, principiou reclamação, através da ficha de atendimento anexa às fls.04. Na ocasião, informou que, um funcionário da Concessionária Sol Nascente, lhe ofereceu a aquisição de um consórcio em andamento, grupo nº 30862, cota nº 641. Para tanto, segundo o representante da empresa, o demandante deveria efetuar o pagamento de 01 (um) boleto no valor de R\$319,60 (trezentos e dezenove reais e sessenta centavos) e o pagamento do lance, para obter imediatamente o bem. Nesse diapasão, o reclamante efetuou todos os pagamentos, contudo, a titularidade do consórcio não foi transferida para o seu nome e o objeto do contrato não foi entregue.

Diante disso, o contratante solicitou, através deste PROCON/MP/PI, a restituição do valor pago.

Destarte, foi enviada uma Carta de Informações Preliminares- CIP ao fornecedor, para que o mesmo apresentasse solução à demanda ou justificasse os motivos do não atendimento.

Na data de 01/03/2013, o fornecedor apresentou resposta ao pleito do consumidor. Em resguardo aduziu que o reclamante adquiriu uma cota contemplada, todavia, por ocasião de transferência, o setor de análise de crédito do Consórcio Nacional Honda não o aprovou. Nessa feita, afirmou que o vendedor já promoveu a devolução ao cliente do valor pago pela aquisição do consórcio contemplado. Quanto à devolução da parcela paga, informou que esta será devolvida pelo Consórcio Nacional Honda, obedecidas as novas regras que o norteiam, uma vez que a parcela paga

está em nome do consorciado titular. Ademais, sustentou que o autor deverá entrar em acordo com o titular do contrato ou com o vendedor para ter o seu pleito atendido.

Foi designada audiência conciliatória para a data de 16/04/2013. Presente as partes, o consumidor ratificou os termos da inicial. O fornecedor reiterou as alegações apresentadas anteriormente e acrescentou que não havia proposta de devolução da parcela paga, por se tratar de responsabilidade do vendedor autônomo, o qual era responsável pelo fato.

O Consumidor não concordou com o posicionamento do requerido e alegou que a responsabilidade pela venda enganosa é da empresa, eis que a contratação se deu dentro do seu estabelecimento e por um funcionário seu.

Diante da impossibilidade de uma composição amigável, o requerente foi orientado a buscar amparo judicial.

A Reclamação fora classificada como FUNDAMENTADA NÃO ATENDIDA. Foi instaurado o Processo Administrativo em epígrafe em face do fornecedor SOL NASCENTE MOTOS.

Devidamente notificado, o reclamado não apresentou defesa administrativa, conforme Certidão às fls. 16.

Após, vieram os autos conclusos.

II – DOS PRINCÍPIOS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos artigos 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e artigo 48 de suas disposições transitórias, sendo um sistema autônomo dentro do quadro Constitucional, que incide em toda relação que puder ser caracterizada como de consumo.

A política nacional das relações consumo tem por objetivo, conforme aduz o artigo 4º da Lei nº 8.078/1990, o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria de sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia nas relações de consumo.

Imbuído pelo espírito protecionista do Estado, o CDC estabelece como princípios inerentes às relações de consumo a vulnerabilidade, boa-fé objetiva, equidade e transparência.

O Código de Defesa do Consumidor, como lei principiológica, pressupõe a vulnerabilidade do consumidor, partindo da premissa de que ele, por ser a parte econômica, jurídica e tecnicamente mais fraca nas relações de consumo, encontra-se normalmente em posição de inferioridade perante o fornecedor, conforme se depreende da leitura de seu art. 4º, inciso I, *in verbis*:

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. (grifos acrescentados)

Neste diapasão, sedimenta o Professor RIZZATTO NUNES¹:

O inciso I do art.4º reconhece: o consumidor é vulnerável.

Tal reconhecimento é uma primeira medida de realização da isonomia garantida na Constituição Federal. Significa ele que o consumidor é a parte mais fraca na relação jurídica de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico.

Assim, outro não é o entendimento da Jurisprudência pátria:

Vale ressaltar que a hipossuficiência não se confunde com o conceito de vulnerabilidade do consumidor, princípio esse previsto no art. 4º, I do Código Consumerista, que reconhece ser o consumidor a parte mais fraca da relação de consumo. *Tal princípio tem como consequência jurídica a intervenção do Estado na relação de consumo para que seja mantido o equilíbrio entre as partes, de modo que o poder de uma não sufoque os direitos da outra.* A vulnerabilidade é uma condição inerente ao consumidor, ou seja, todo consumidor é considerado vulnerável, a parte frágil da relação de consumo.” (TJDFT – AGI nº 20080020135496 - 4º Turma Cível – Rel. Des. Arlindo Mares – DJ. 13/05/09) (grifos inseridos)

A proteção ao consumidor decorre da constatação de ser o consumidor o elemento mais fraco da relação de consumo, por não dispor do controle sobre a produção dos produtos, sendo submetido ao poder dos detentores destes, surgindo, assim, a necessidade da criação de uma política jurídica que busque o equilíbrio entre os sujeitos envolvidos na relação consumerista.

A Professora CLÁUDIA LIMA MARQUES², por sua vez, ensina que esta vulnerabilidade se perfaz em três tipos: técnica, jurídica e econômica:

Na vulnerabilidade técnica o comprador não possui conhecimentos específicos sobre o objeto que está adquirindo e, portanto, é mais facilmente enganado quanto às características do bem ou quanto à sua utilidade, o mesmo ocorrendo em matéria de serviços.

Noutro aspecto, vale discorrer sobre a boa-fé nas relações de consumo. Esta, por sua vez, é considerada como a boa conduta humana que se espera de todos nas relações sociais (art. 4º, inciso III, do CDC).

¹NUNES, Rizzatto. *Curso de Direito do Consumidor*. 4. Ed. Saraiva: São Paulo, 2009.

²CLÁUDIA LIMA MARQUES, *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, Revista dos Tribunais, 3. Ed, p. 148/149.

Na linha do Código de Defesa do Consumidor, o artigo 422 do Código Civil estabelece que “os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios da probidade e boa-fé”. A boa fé diz respeito ao exame objetivo e geral da conduta do sujeito em *todas* as fases contratuais (pré-contratual, contratual e pós-contratual), *servindo, a partir de suas funções, como parâmetro de interpretação dos contratos, identificação de abuso de direitos e criação de deveres anexos*.³

É natural, nos ordenamentos jurídicos modernos, que têm a dignidade da pessoa humana como fundamento, a imposição dessa boa-fé nas relações contratuais e, sobretudo, nas relações de consumo, enquanto concretizadora de direitos fundamentais⁴.

Nesse viés, ensina o Superior Tribunal de Justiça:

O princípio da boa-fé se aplica às relações contratuais regidas pelo CDC, impondo, por conseguinte, a obediência aos deveres anexos ao contrato, que são decorrência lógica deste princípio. O dever anexo de cooperação pressupõe ações recíprocas de lealdade dentro da relação contratual. **A violação a qualquer dos deveres anexos implica em inadimplemento contratual de quem lhe tenha dado causa.** (STJ – Resp 595631/SC – Rel. Min. Nancy Andrighi – DJ 02.08.2004) (grifos inclusos)

III – DA PRÁTICA ABUSIVA

Há que se falar, inicialmente, que o referido contrato é do tipo adesão, ao qual o consumidor adere pela aceitação de uma séria de cláusulas previamente formuladas pelo fornecedor, parte econômica mais forte da relação contratual, sem que, para tanto, seja dada ao consumidor a oportunidade de questionar ou alterar qualquer cláusula.

Sobre o tema, dispõe o art. 54, caput, da Lei nº 8.078/90:

Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

Neste viés, RIZZATO NUNES⁵ aponta sobre os contratos de adesão:

São contratos que acompanham a produção. Ambos – produção e contrato – são decididos unilateralmente e postos à disposição do consumidor, **que só tem como alternativa, caso queira ou precise adquirir o produto ou serviço oferecido, aderir às disposições preestabelecidas.** (grifos implantados)

E assim prossegue:

Anote-se que o uso do termo “adesão” não significa “manifestação da vontade” ou “decisão que implique concordância com o conteúdo das cláusulas contratuais”. **No contrato de adesão não se discutem cláusulas e**

³BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V. *Manual de Direito do Consumidor*. 3. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010, p. 324.

⁴KHOURI, Paulo R. Roque A. *Direito do Consumidor - Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo*, 2ª Edição, Atlas: São Paulo, 2005, p. 65

⁵ Idem, pp. 614,619.

não há que falar em pacta sunt servanda. É uma contradição falar em pacta sunt servanda de adesão. Não há acerto prévio entre as partes, discussão de cláusulas e redação de comum acordo. O que se dá é o fenômeno puro e simples da adesão ao contrato pensado e decidido unilateralmente pelo fornecedor, o que implica maneira própria de interpretar e que, como também vimos, foi totalmente encampado pela lei consumerista. (grifos inseridos)

Dentre as características desses contratos, a mais marcante é sua estipulação unilateral pelos fornecedores, que, adotando modelo prévio, estudado e decidido por conta própria, os **impõem a todos os consumidores que quiserem — ou precisarem — adquirir seus produtos e serviços**. O produto e/ou serviço são oferecidos acompanhados do contrato. Com isso, o consumidor, para estabelecer a relação jurídica com o fornecedor, tem que aceita-los, aderindo a seu conteúdo. Daí se falar em “contrato de adesão”.

Sabe-se, além, que num contrato de adesão a vontade das partes não é manifestada livremente. Ademais, ao consumidor, cabe apenas adquirir o produto ou o serviço e “aderir” ao contrato.

Com efeito, verifica-se nos autos, que o consumidor, como primeiro ato, foi submetido ao pagamento de valores, para, posteriormente, passar por um processo de análise, senão veja-se o esclarecimento apresentado pelo fornecedor às fls. 13:

O Representante acima qualificado do fornecedor SOL NASCENTE MOTOS LTDA. – SOL NASCENTE MOTOS anexou carta de preposição e **aduziu que o reclamante adquiriu uma cota de consórcio contemplada, todavia, por ocasião da transferência, o setor de análise de crédito do Consórcio Nacional Honda não o aprovou. Citou que o vendedor Lúcio informou ter realizado a devolução do valor pago pela aquisição do consórcio contemplado. Assentou que não há proposta de devolução da parcela paga**, por se tratar de responsabilidade do vendedor autônomo citado, o qual é responsável pelo fato. (grifos inseridos)

Ora, com esta explicação, o fornecedor de maneira clara confirmou que o demandante firmou o contrato, pagou valores, e, apenas, posteriormente, foi submetido ao setor de avaliação, não tendo, nesta ocasião, o seu crédito aprovado.

Tal prática, contudo, é explicitamente abusiva, posto que, não havendo a aprovação do crédito, o consumidor não terá a restituição imediata dos valores pagos. Pela ordem lógica dos contratos, qualquer pagamento só deve ser realizado após a análise da possibilidade de concessão do crédito ao cliente, caso contrário, como verificado nos autos, o consumidor estará sendo submetido à condição manifestamente onerosa.

Nessa feita, veda o Código de Defesa do Consumidor:

Artigo 39. **É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços dentre outras práticas abusivas:**
[...]

V – **exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;**

[...]

XII – deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou **deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério;** (grifos inseridos)

Assim, não restam dúvidas quanto à prática abusiva do Fornecedor, que inverte, a seu exclusivo critério, a ordem para a formalização do contrato, posto que, como dito alhures, recebe o pagamento pela aquisição do consórcio contemplado para depois analisar se o consumidor pode adquirir o mesmo.

IV – DO DESCUMPRIMENTO À OFERTA

Percorrido todo este escorço, destaca-se que o Consumidor dirigiu-se a este PROCON/MP/PI para solicitar providências, eis que adquiriu um consórcio contemplado, efetuou os devidos pagamentos e não obteve a entrega do bem, conforme lhe foi ofertado. Devido a isso, o reclamante solicitou a restituição dos valores pagos.

Em resguardo, o fornecedor se recusou a cumprir a oferta, sob a alegação de que o consumidor não teve o crédito aprovado na análise, prática esta abusiva, como já demonstrada em tópico próprio. Ademais, assentou que, para a devolução dos valores pagos, o autor deveria entrar em acordo com o titular do contrato ou com o vendedor. Na ocasião, verifica-se que a empresa requerida tenta eximir-se da responsabilidade pela venda enganosa, atribuindo esta exclusivamente ao vendedor, segundo ela autônoma.

Ocorre que a venda foi realizada dentro do estabelecimento comercial da empresa, conforme narrado pelo cliente e não contestado pelo demandado, às fls. 13; bem como por um representante autorizado pela empresa para comercializar os seus serviços.

Logo, inicialmente, insta referir que a empresa SOL NASCENTE é solidariamente responsável pelos atos de seus representantes autônomos, senão veja-se o que vaticina o CDC:

Artigo 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

Ora, o dispositivo supratranscrito, de texto claro e expresso, é preciso ao impor a responsabilidade solidária das empresas pelos atos de seus vendedores autônomos.

Superada tal questão, destaca-se que a defesa do consumidor, em função das publicidades e propagandas veiculadas no mercado, possui íntima relação com suas proibições, quando realizadas de forma enganosa ou abusiva. Por sua vez, a lei, além de estabelecer como principio a força obrigatória da policitação, daí advindo a sua irrevogabilidade durante o prazo fixado pelo anunciante ou outro razoável, ainda impõe um dever genérico de informação, acompanhado de outros mais específicos.

Na abalizada lição de PONTES DE MIRANDA, “se a promessa é vinculativa por si só, ou se é vinculativa e geradora de pretensões e ações, responde o sistema jurídico”⁶.

Assim, não seria diferente o Código de Defesa do Consumidor, que, em seu art. 30, dispõe:

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

O dispositivo legal supratranscrito dá caráter vinculante à informação e à publicidade – andou bem o legislador ao separar as duas modalidades de manifestação do fornecedor, considerando que aquela é mais ampla do que esta. Por informação, quis o CDC, no artigo 30, incluir todo tipo de manifestação do fornecedor que não seja considerado anúncio, mas que, mesmo assim, sirva para induzir o consentimento do consumidor. Aí estão incluídas as informações prestadas por representantes do fornecedor ou por ele próprio.

Oportuno frisar que a informação integra a oferta e esta cria um vínculo entre fornecedor e consumidor. Nesse sentido segue a interpretação do professor Leonardo de Medeiros Garcia sobre o artigo supracitado:

Segundo o artigo, a “informação” e a “publicidade” integram o termo “oferta”. A oferta é um veículo que transmite uma mensagem, incluindo informação e publicidade. O fornecedor é o emissor da mensagem e o consumidor é o seu receptor.

Toda publicidade veicula alguma forma de informação, mas nem toda informação é publicidade. **A informação é mais ampla. Exemplificando, a reposta do gerente do banco ou o preço dado pelo feirante “de boca” são informações suficientes para vincular o fornecedor, mas não são consideradas publicidade.**

(...)

A oferta, por si só, já é suficiente para criar um vínculo entre fornecedor e consumidor, surgindo uma obrigação pré-contratual, devendo o fornecedor cumpri-la nos exatos termos anunciados, vinculando-o contratualmente (princípio da vinculação contratual da publicidade).

A lei consumerista preceitua em seu artigo 31, características intrínsecas à oferta:

Art. 31 – A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas, e em linguagem portuguesa sobre suas características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, prazo de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Segundo a doutrina, oferta é a etapa que antecede os contratos, ou seja, o conjunto de esforços, informações e práticas adotadas pelo fornecedor para que o consumidor com ele contrate. Isto decorre logicamente de sua função essencial: *apresentar uma proposta de contratação aos*

⁶ PONTES DE MIRANDA, F.C. *Tratado de direito privado – Parte especial*. Rio de Janeiro: Borsoi, 1971, p. 71.

*consumidores sugerindo o preço, destacando qualidades dos produtos e serviços, promoções, e demais recursos atrativos que apenas os convidam para consumir.*⁷

Logo, verifica-se que o fornecedor, através da oferta, deve-se portar no sentido de cumprir os deveres de lealdade, proteção, informação, confiança e cooperação, devendo sobremaneira respeitar a oferta.

Nesse sentido, destaca-se que, após o descumprimento à oferta, o Reclamante optou por obter a restituição do valor pago, estando amparado pelo CDC:

Artigo 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

III – rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e perdas e danos; (grifos acrescentados)

Apesar da imposição legal supra, o fornecedor negou-se a restituir ao cliente todos os valores pagos, chegando ao absurdo de informar que o consumidor deveria entrar em acordo com o vendedor autônomo ou com o titular do contrato de consórcio.

V – CONCLUSÃO

Ante o exposto, por estar convicta da existência de transgressão à Lei nº 8.078/90, opino pela aplicação de multa ao reclamado **SOL NASCENTE MOTOS LTDA**, tendo em vista perpetração infrativa aos artigos 31; 35, III e 39, V e XII da Lei nº 8.078/90.

É o parecer.

À apreciação superior.

Teresina, 04 de Dezembro de 2013.

Gabriella Prado Albuquerque
Técnico Ministerial – Matrícula nº102
Assessor Especial
PROCON/MP/PI



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PIAUÍ

⁷Manual de direito do consumidor. - Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor. 2. Ed, 2009, p. 81.

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 154/2013

RECLAMANTE: ANTONIO RODRIGUES DE AGUIAR

RECLAMADO: SOL NASCENTE MOTOS LTDA

DECISÃO

Analisando-se com percuciência e acuidade os autos em apreço, verifica-se indubitável infração aos artigos 31; 35, III e 39, V e XII do Código de Defesa do Consumidor e perpetrada pelo fornecedor **SOL NASCENTE MOTOS LTDA**, razão pela qual acolho o parecer emitido pela M.D. Técnico Ministerial, impondo-se, pois, a correspondente aplicação de multa, a qual passo a dosar.

Passo, pois, a aplicar a sanção administrativa, sendo observados os critérios estatuídos pelos artigos 24 a 28 do Decreto 2.181/97, que dispõe sobre os critérios de fixação dos valores das penas de multa por infração ao Código de Defesa do Consumidor.

A fixação dos valores das multas nas infrações ao Código de Defesa do Consumidor dentro dos limites legais (art. 57, parágrafo único da Lei nº 8.078, de 11/09/90), será feito de acordo com a gravidade da infração, vantagem auferida e condição econômica do fornecedor.

Fixo a multa base no montante de **R\$8.000,00 (oito mil reais)** ao fornecedor **SOL NASCENTE MOTOS LTDA**.

Considerando a existência de 01 (uma) circunstância atenuante contida no art. 25, II, do Decreto 2.181/97, por ser o infrator primário. Considerando a existência de 01 (uma) circunstância agravante contida no art. 26, IV do Decreto 2181/97, por deixar o infrator, tendo conhecimento do ato lesivo, de tomar as providências para mitigar as suas consequências. Mantenho a obrigação no importe de R\$8.000,00 (oito mil reais), tendo em vista que uma atenuante anula uma agravante.

Pelo exposto, em face da empresa SOL NASCENTE MOTOS LTDA, torno a multa fixa e definitiva no valor de R\$8.000,00 (oito mil reais).

Para aplicação da pena de multa, observou-se o disposto no art. 24, I e II do Decreto 2.181/97.

Posto isso, determino:

- A notificação do fornecedor infrator **SOL NASCENTE MOTOS LTDA**, na forma legal, para recolher, à conta nº 1.588-9, agência nº 0029, operação 06, Caixa Econômica Federal, em nome do Ministério Público do Estado do Piauí, o valor da multa arbitrada, correspondente a **R\$8.000,00 (oito mil reais)**, a ser aplicada com redutor de 50% para pagamento sem recurso e no

prazo deste, ou apresentar recurso, no prazo de 15 (quinze) dias, a contar de sua notificação, na forma dos arts. 22, §3º e 24, da Lei Complementar Estadual nº 036/2004;

- Na ausência de recurso ou após o seu improvimento, caso o valor da multa não tenha sido pago no prazo de 30 (trinta) dias, a inscrição dos débitos em dívida ativa pelo PROCON Estadual, para posterior cobrança, com juros, correção monetária e os demais acréscimos legais, na forma do *caput* do artigo 55 do Decreto 2181/97;

- Após o trânsito em julgado desta decisão, a inscrição do nome do infrator no cadastro de Fornecedores do PROCON Estadual, nos termos do *caput* do art. 44 da Lei 8.078/90 e inciso II do art. 58 do Decreto 2.181/97.

Teresina-PI, 04 de Dezembro de 2013.

CLEANDRO ALVES DE MOURA
Promotor de Justiça
Coordenador Geral do PROCON/MP-PI