



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 269/2011

REF. F.A Nº 0111-001.004-9

RECLAMANTE: EDILEUSA VIANA DE SOUSA SANTOS

RECLAMADO: FIAT ADMINISTRADORA DE CONSORCIOS LTDA

PARECER

1. DO RELATÓRIO

Trata-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 (PROCON), órgão integrante do Ministério Público do Estado do Piauí, visando apurar indício de perpetração infrativa às relações de consumo por parte do fornecedor Fiat Administradora de Consórcios Ltda em desfavor de Edileusa Viana de Sousa Santos.

O Consumidor, no dia 17/02/11, principiou reclamação, através da Ficha de Atendimento nº 0111-001.004-9, solicitando esclarecimentos e o ressarcimento do valor de R\$ 282,36 (duzentos e oitenta e dois reais, e trinta e seis centavos), que foi pago diretamente ao vendedor Edson Gama. Assentou que a citada pessoa lhe prometeu que no prazo de 30 (trinta) dias receberia o veículo, nos termos da proposta nº 361166 de adesão ao grupo de consorcio. Mencionou que, posteriormente, não conseguiu contato com o vendedor. Acrescentou que esperou o recebimento do veículo, sendo que, em razão da demora, adquiriu outro bem em outra concessionária, de modo que, no ato da assinatura do contrato, o gerente informou que havia sido efetivada a aprovação do cadastro relativo ao Consorcio Fiat. Acrescentou que procurou, por diversas vezes, o funcionário citado, todavia o mesmo apenas protelava uma solução e demonstrava desídia com o caso. Assim, solicitou, na reclamação inicial, tendo em vista a publicidade enganosa veiculada, esclarecimentos sobre o fato, o cancelamento contratual, bem como o ressarcimento do valor de R\$ 282,36 (duzentos e oitenta e dois reais, e trinta e seis centavos).

Na audiência conciliatória ocorrida no dia 31/03/11 (fls. 14), o reclamado, apesar de devidamente notificado, não compareceu, nem prestou quaisquer esclarecimentos.



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

Remarcou-se novo encontro para o dia 20/04/11, a fim de que a empresa se adequasse às normas de proteção e defesa do consumidor, atendendo ao pleito do reclamante. Entretanto, conforme fls. 10/13, houve nova ausência injustificada.

Em razão da impossibilidade de composição amigável, o consumidor solicitou encaminhamento do caso para apreciação Judicial (fls. 17). Assim, a arguição do reclamante em face do fornecedor foi considerada como Fundamentada Não Atendida. Instaurou-se o Processo Administrativo nº 269/2011 contra o reclamado, para apurar indícios de perpetração infrativa às relações de consumo (fls. 15/16).

Devidamente notificado, o demandado apresentou defesa no prazo legal (fls. 18/19). Em anteparo, conforme fls. 20/21, sucintamente, aduziu que a cota questionada se encontra cancelada, desde 23/12/10, por falta de pagamentos. Esclareceu que, de acordo com o disposto no contrato, a desistência ou exclusão do consorciado caracteriza infração contratual pelo descumprimento da obrigação de contribuir para o atingimento integral dos objetivos do grupo. Discorreu sobre os cálculos utilizados para se chegar ao valor a ser ressarcido ao reclamante. Sustentou que, nos termos da Lei nº 11.795/2008 e Circular nº 3.432/2009 do Banco Central, o cliente excluído deve continuar a concorrer normalmente aos sorteios de seu grupo (consórcio) e, sendo contemplado, restituirá os valores pagos, acrescidos de rendimentos e descontados as multas contratuais. Citou que não há possibilidade de realizar a devolução antecipada dos valores pagos, devendo, assim, o consorciado aguardar o encerramento do referido grupo ou sua contemplação por sorteio, já que continuará a concorrer normalmente nos sorteios mensais. Por derradeiro, requereu o arquivamento do processo, visto que foram prestados os esclarecimentos solicitados.

Após, vieram os autos conclusos para análise (fls. 22).

2. DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR E DA POLÍTICA NACIONAL DAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Antes de se adentrar nos fatos propriamente ditos, alguns pontos devem ser esclarecidos quando o assunto é o respeito aos Direitos dos Consumidores. Pois então, passamos à sua análise.

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 arts. 5º, inciso



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

XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 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.

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 acrescidos)

Neste diapasão, sedimenta o Professor RIZZATTO NUNES:

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 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.¹

A Insigne Professora CLÁUDIA LIMA MARQUES, 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.*² (grifado)

Outro, portanto, não é o entendimento da Jurisprudência pátria:

O ponto de partida do CDC é a afirmação do Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor, mecanismos que visa a garantir igualdade formal material aos sujeitos da relação jurídica de consumo. (STJ – Resp. 586.316/MG) (grifei)

¹ NUNES, Rizzatto. *Curso de Direito do Consumidor*. 4. Ed. Saraiva: São Paulo, 2009, p. 129.

² MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. Revista dos Tribunais. 3. ed, p. 148/149.



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

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 inclusos).

3. DA APLICAÇÃO DO PRINCÍPIO DA BOA-FÉ

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

Na mesma 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)

³ BESSA, 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.

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



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

4. DA INFRAÇÃO AO ART. 55, §4º, DA LEI Nº 8.078/90 E DA APLICAÇÃO DOS EFEITOS DA REVELIA

Cumprido consignar que o fornecedor, apesar de corretamente notificado, não compareceu às 02 (duas) audiências designadas, nem prestou quaisquer esclarecimentos. Este fato configura, *de per se*, grave infração ao art. 55, parágrafo quarto, da Lei Consumerista. Senão vejamos:

Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

Digno de nota que a ausência às audiências marcadas junto aos Órgãos de Proteção e Defesa do Consumidor configura, como pode se constatar da análise do dispositivo acima, *crime de desobediência, na forma do art. 330 do Código Penal, sendo tema sedimentado através da Nota Técnica nº 220/2003*, exarada pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), órgão responsável pela coordenação da política do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (Art. 106, caput, do CDC).

Não é demais frisar ainda que, em razão do não comparecimento aos encontros designados para fins conciliatórios, e em função de que na defesa apresentada pela empresa não há qualquer contestação sobre a acusação de veiculação de publicidade enganosa, aplicam-se, neste caso, por analogia, os efeitos da revelia, previstos no art. 319 do Código Processo Civil: “Se o réu não contestar a ação, reputar-se-ão verdadeiros os fatos afirmados pelo autor.

Desta feita, os fatos afirmados pelo consumidor deverão ser considerados verdadeiros!

5. DA PUBLICIDADE ENGANOSA

A defesa do consumidor, em função das publicidades e propagandas veiculadas no mercado, possui íntima relação com suas proibições, quando realizadas de forma enganosas ou abusivas. Por sua vez, a lei, além de estabelecer como princípio a força obrigatória da polícitação, daí advindo a sua irrevogabilidade durante o prazo fixado pelo anunciante ou outro



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

razoável, ainda impõe um dever genérico de informação, acompanhado de outros mais específicos.

A oferta, fenômeno altamente regrado até Constitucionalmente, é a etapa que, segundo a doutrina, antecede os contratos, ou seja, o conjunto de esforços, informações e práticas adotadas pelo fornecedor para que o consumidor faça negócio com ele. Isso decorre, logicamente, da função essencial da oferta: apresentar uma proposta de contratação aos consumidores, sugerindo preços, destacando qualidades dos produtos e serviços, promoções, e demais recursos atrativos para consumo.

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”⁵.

Assim, não seria diferente o Código de Defesa do Consumidor, que, em seus arts. 30 e 31, assim 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.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos 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 apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Os dispositivos legais supratranscritos dão 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 art. 30, incluir todo tipo de manifestação do fornecedor que não seja considerado anúncio, mas que, mesmo assim, sirva para induzir o consentimento (= decisão) do consumidor. Aí estão incluídas as informações prestadas por representantes do fornecedor ou por ele próprio, bem como as que constam em bulas ou em alguns rótulos (não em todos, pois certos rótulo ou partes deles apresentam caráter publicitário).⁶

⁵ PONTES DE MIRANDA, F.C. *Tratado de direito privado – Parte especial*. Rio de Janeiro: Borsoi, 1971, p. 71.



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

Ademais, a Lei nº 8.078/90 também se preocupou com a proteção do consumidor, no caso da recusa no cumprimento da oferta ou publicidade, conforme se vislumbra com a leitura do seu art. 35, *in verbis*:

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

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

No ponto, vislumbra-se que houve por parte do reclamado uma prática de venda enganosa, fazendo crer o consumidor que, com a assinatura do contrato de consórcio, em 30 (trinta) dias receberia o bem; o que não é verdade, posto que se trata de um contrato aleatório, cuja contemplação se dá através de sorteio e/ou lance.

A respeito da publicidade enganosa, assim preceitua o art. 37, §1º, do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva. § 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

Nos termos abaixo se posiciona a doutrina:

Na caracterização da publicidade enganosa não se exige a intenção de enganar por parte do anunciante. É irrelevante, pois, sua boa ou má-fé. A intenção (dolo) e a prudência (culpa) só ganham destaque no tratamento penal do fenômeno. Logo, sempre que o anúncio for capaz de induzir o consumidor em erro – mesmo que tal não tenha sido querido pelo anunciante –, caracterizada está a venda enganosa.⁷

Incontroverso, a partir da análise do processo administrativo e em função da aplicação dos efeitos da revelia, que o fornecedor Fiat Administradora de Consórcio Ltda,

⁶ BENJAMIN, Antônio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima. **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010, p. 215.

⁷ BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed. Revista dos Tribunais: São Paulo, 2010, p. 239.



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

através de seu funcionário citado nos autos, realizou uma propaganda enganosa, de modo que sequer apresentou proposta de simples restituição do valor pago.

Ademais, não merecem prosperar as alegações de que, nos termos da lei que rege os contratos de consorcio, a restituição somente deve ser realizada ao final do grupo ou em caso de contemplação do consorciado inativo, posto que somente se reconhece estas condições quando há a explicação adequada e clara, sobre o contrato, os direitos e obrigações das partes, bem como todas outras informações imprescindíveis para que o consumidor possa exercer seu direito de escolha.

No presente caso, como houve uma venda enganosa, a qual contaminou toda a essência do contrato, tornando-o nulo, reconhece-se que a restituição deve ser imediata.

Ressalta-se que o requerido não conseguiu comprovar quaisquer fatos que lhe resguarde de uma eventual sanção administrativa.

Veja-se nesse sentido:

AÇÃO ANULATÓRIA. MULTA ADMINISTRATIVA. PROCON. PODER DE POLÍCIA - não há vício que leve à nulidade da decisão administrativa que, no exercício do poder de polícia, impõe multa ao infrator - *Autora que não logrou comprovar os fatos constitutivos de seu direito* - Permanece configurada a infringência aos arts. 18 e 31, do CDC - Multa devida - Valor da multa dentro dos parâmetros normativos - Recurso parcialmente provido. (TJ-SP – Apl. nº 994061588879 – 2º Câmara de Direito Público – Rel. Des. José Luiz Germano – DJ 10/03/10) (grifei)

6. CONCLUSÃO

Ante o exposto, por estar convicto da existência de transgressão à Lei nº 8.078/90, opino pela aplicação de multa ao reclamado **Fiat Administradora de Consórcio Ltda**, tendo em vista perpetração infrativa aos arts. 6º, inciso III, 30, 35, 37, e 55, §4º, da citada lei.

É o parecer. À apreciação superior.

Teresina, 16 de julho de 2012.

ANTONIO LIMA BACELAR JÚNIOR
Técnico Ministerial



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 269/2011

REF. F.A Nº 0111-001.004-9

RECLAMANTE: EDILEUSA VIANA DE SOUSA SANTOS

RECLAMADO: FIAT ADMINISTRADORA DE CONSORCIOS LTDA

DECISÃO

Analisando-se com percuciência e acuidade os autos em apreço, verifica-se indubitável infração aos arts. 6º, inciso III, 30, 35, 37, e 55, §4º, do Código de Defesa do Consumidor, perpetrada pelo fornecedor **Fiat Administradora de Consórcio Ltda**, razão pela qual acolho o parecer emitido pelo 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\$ 3.000,00 (três reais)** ao fornecedor **Fiat Administradora de Consórcio Ltda**.

Considerando a existência de 01 (uma) circunstância atenuante contida no art. 25, inciso II, do Decreto 2.181/97, por ser primário o infrator. Considerando a existência de 03 (três) circunstâncias agravantes contidas no art. 26, incisos II, IV, e VII, do Decreto 2.181/97, respectivamente, por ter o infrator comprovadamente cometido a prática infrativa para obter vantagens indevidas no que tange à contratação do plano de consórcio; pelo mesmo, tendo conhecimento do ato lesivo, ter deixado de tomar as medidas cabíveis para evitar ou mitigar suas consequência; e em razão do dolo existente no momento da venda enganosa. Aumento o



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

quantum em 1/2 (um meio) para cada agravante remanescente, tendo em vista que uma circunstância atenuante anula uma agravante, convertendo-se a obrigação no importe de R\$ 6.750,00 (seis mil, setecentos e cinquenta reais).

Pelo exposto, em face do fornecedor Fiat Administradora de Consórcio Ltda torno a multa fixa e definitiva no valor de R\$ 6.750,00 (seis mil, setecentos e cinquenta 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 **Fiat Administradora de Consórcio 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\$ 6.750,00 (seis mil, setecentos e cinquenta 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, 18 de julho de 2012.

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