



**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 289/2013**

**REF. F.A Nº 0113-003.570-2**

**RECLAMANTE: YARAXERXES GONÇALVES DA COSTA**

**RECLAMADO(S):        CONSORCIO        NACIONAL        VOLSKSWAGEN        –**  
**ADMINISTRADORA DE CONSÓRCIO LTDA**

**PARECER**

**I. 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 reclamado em desfavor de Yaraxerxes Gonçalves da Costa.

O Consumidor, no dia 18/04/13, principiou reclamação, através da Ficha de Atendimento supra, afirmando que sua cota nº 283-04, do grupo nº 90507, foi contemplada por sorteio, conforme correspondência emitida, datada de 26/02/13, pelo reclamado. Informou que, desde então, a empresa impôs condições que não constaram na oferta. Alegou que a primeira restrição seria a necessidade de avalista, o que deveria ter sido analisado, ou, no mínimo, informado na fase pré-contratual. Mencionou que a segunda imposição se refere ao aumento no valor da parcela, o qual foi concretizado antes mesmo da entrega do bem. Posto isso, com amparo no Código de Defesa do Consumidor, solicitou, na reclamação inicial: i) esclarecimentos sobre o caso; ii) a manutenção no valor da mensalidade; iii) a dispensa da constituição de avalista; iv) a entrega do bem.

Na audiência conciliatória designada para o dia 24/05/13 (fls. 45), o autor ratificou os termos da exordial. Por sua vez, o fornecedor sucintamente mencionou não possuir proposta de acordo, porquanto todas as condições questionadas se encontram impostas no

contrato. Em réplica o consumidor questionou o posicionamento do Consórcio. Primeiramente, discorreu que no instrumento contratual constam 72 (setenta e duas) parcelas de R\$ 405,24 (quatrocentos e cinco reais, e vinte e quatro centavos), porém houve sem qualquer justificativa plausível a majoração da quantia, estando o último boleto no valor absurdo de R\$ 692,08 (seiscentos e noventa e dois reais, e oito centavos), conforme fls. 16. Em segundo plano, anexou cópia de um panfleto do Consórcio Nacional Honda (fls. 14/15), através do qual se observa a publicidade enganosa veiculada. Reiterou que, em nenhuma cláusula contratual, consta a necessidade de avalista, de modo que não fora cientificado desta imposição. Acrescentou que, para assinatura do contrato, era possível a junção de sua renda com a de seu marido, entretanto, após a contemplação, segundo a postura abusiva do Consórcio, tornou-se impossível esta opção, o que conseqüentemente diminuiu a renda e dificultou o recebimento do bem/carta de crédito.

Diante da impossibilidade de composição amigável, o reclamante foi orientado a procurar o Poder Judiciário. Assim, sua arguição em face do reclamado foi considerada como Fundamentada Não Atendida. Determinou-se a instauração do Processo Administrativo nº 289/2013, com o fim de apurar os indícios de perpetração infrativa às relações de consumo, consoante denúncias constantes no procedimento administrativo (fls. 47/48).

Devidamente notificado em audiência, o demandado apresentou defesa no prazo legal (fls. 49). Em resguardo, conforme fls. 50/55, discorreu sucintamente sobre os princípios da boa-fé que deve nortear os contratantes, do pacta sunt servanda e do princípio da segurança jurídica. Citou doutrinas que tratam sobre os mencionados princípios. Mencionou que o art. 421 do Código Civil, de forma inovadora, dispõe sobre a liberdade de contratar, em razão e nos limites da função social do contrato, o que foi obedecido no caso em apreço. Por derradeiro, consignou que a defesa destinou-se a prestar esclarecimentos, tendo em vista que o PROCON é via meramente administrativa na tentativa de conciliação, entendendo o Banco ter cumprido o seu dever, por ter informado ao Órgão as razões pelas quais restou impossível a solução da controvérsia apresentada.

Após, vieram os autos conclusos para análise (fls. 56).

## **II. DA FUNDAMENTAÇÃO**

Antes de se adentrar nos fatos propriamente ditos, alguns pontos preliminares devem ser explanados. Pois então, passamos à 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 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.<sup>1</sup>

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.”<sup>2</sup> (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)

---

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)

---

1

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

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

Consignadas estas breves explicações, segue-se à análise dos autos do processo.

Preliminarmente, insta consignar que a defesa anexada pelo reclamado é genérica, limitada a apenas transcrever doutrinas sobre os mais variados princípios do Direito Civil na seara dos contratos, ***não atacando em nenhum momento as arguições formuladas pelo autor, nem acrescentando informações necessárias para o deslinde do feito.***

Além disto, demonstra-se equivocada a afirmação, apresentada em resguardo pelo reclamado, de que o PROCON é órgão meramente conciliatório, tendo em vista que dentre suas atribuições legais encontra-se a função de fiscalizar a obediência aos preceitos da Legislação Consumerista, por parte dos fornecedores, os quais, em caso de descumprimento, podem sofrer a sanções administrativas consignadas exemplificativamente em lei – art. 56, da Lei nº 8.078/90 – sem prejuízo da iniciativa nas instâncias cíveis e penais.

Pois bem. Para deslinde do processo, deve-se lembrar que o contrato em comento relaciona-se a negócio jurídico de consórcio, regido pela Lei nº 11.795/08, que em seu art. 2º o conceitua:

Art. 2º – Consórcio é a reunião de pessoas naturais e jurídicas em grupo, com prazo de duração e número de cotas previamente determinados, promovida por administradora de consórcio, com a finalidade de propiciar a seus integrantes, de forma isonômica, a aquisição de bens ou serviços, por meio de autofinanciamento.

Considera-se consórcio a união de pessoas que, por meio de contribuições periódicas, proporciona a aquisição de bens ou serviços, de modo que, ao final, todos tenham adquirido o objeto pretendido.

Por esta razão a Lei que rege os consórcios possibilita a inserção de bem móvel ou imóvel como referência:

Art. 12. O contrato de participação em grupo de consórcio, por adesão, poderá ter como referência bem móvel, imóvel ou serviço de qualquer natureza.

Assim, em regra, o consumidor, quando buscar uma empresa administradora de consórcio, busca precipuamente adquirir determinado produto. No caso, o intento da autora foi um Automóvel Voyage 1.6, no importe de R\$ 34.531,00 (trinta e quatro mil, quinhentos e trinta e um reais). Nos termos do contrato (fls. 06), o prazo de duração do grupo foi estipulado em 72 (setenta e dois) meses, com a primeira parcela na quantia de R\$ 405,24 (quatrocentos e cinco reais, e vinte e quatro centavos).

Sucedendo que, por intermédio de uma simples operação matemática, denominados pagamentos, cujo montante corresponde a R\$ 29.177,28 (vinte e nove mil reais,

cento e setenta e sete reais, e vinte e oito centavos), *não são suficiente para a compra do retromencionado bem.*

Deste modo, conseqüentemente, caso contemplado, não iria o cliente adquirir o bem utilizado como referência - salvo se adimplisse o saldo remanescente – *mas apenas receber uma parcial carta de crédito.*

Aparentemente, a administradora de Consórcio estaria se baseando na Circular nº 3.432/09, do Banco Central do Brasil, que assim preceitua:

Art. 5º No contrato de participação em grupo de consórcio, por adesão, devem estar expressas as condições da operação de consórcio, bem como, de forma clara e explícita, os direitos e os deveres das partes contratantes, consubstanciados e aplicáveis a cada cota, observadas as disposições da Lei nº 11.795, de 8 de outubro de 2008, devendo dele constar, no mínimo: (...)

XIII - a faculdade de o consorciado contemplado poder: a) adquirir, em fornecedor, vendedor ou prestador de serviço que melhor lhe convier:

1. *veículo automotor*, aeronave, embarcação, máquinas e equipamentos, se o contrato estiver referenciado em qualquer bem mencionado neste item; (...)

Art. 7º A viabilidade econômico-financeira do grupo de consórcio, nos termos do art. 16 da Lei nº 11.795, de 2008, pressupõe a: (...)

§ 1º *É admitida a formação de grupos em que os créditos sejam de valores diferenciados, observado que o crédito de menor valor, vigente ou definido na data da constituição do grupo, não pode ser inferior a 50% (cinquenta por cento) do crédito de maior valor.*  
(grifos adicionados)

Entretantes, denominados fatos não foram repassados ao consumidor, de modo que, no contrato, inexistente qualquer informação a respeito, em flagrante infração ao art. 6º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor, que assim preleciona:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor: (...)

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

Sobre o tema calha tecer sucintas explicações, posto que a informação é um dever dos fornecedores em todas as etapas da relação, permitindo ao consumidor a escolha do parceiro que melhor lhe convier, *afetando, inclusive, a essência do próprio negócio, pois quando repassada ou requerida integra o conteúdo do contrato.*

CLÁUDIA LIMA MARQUES<sup>3</sup>, por sua vez, destaca:

---

<sup>3</sup> MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 4ª ed., Ed. Revista dos Tribunais, São Paulo, 2002. P. 121

O dever de informar imposto ao fornecedor pelo CDC *é um reflexo do princípio da transparência*. O dever de informar é básico e essencial para a harmonia e transparência das relações de consumo. O art. 6º do citado Código o considera direito fundamental e o art.31 prescreve como deve ser a informação, ou seja: ***clara, precisa e ostensiva sobre as principais características do produto ou serviço. Trata-se de um dever exigido mesmo antes do início de qualquer relação.*** A informação passou a ser componente necessário do produto e do serviço, que não podem ser oferecidos no mercado sem ela. (grifos insertos)

Sobre o tema, ensina o Superior Tribunal de Justiça, cujo excerto do RESP nº 586316/MG, de lavra do sempre brilhante Min. HERMAN BENJAMIN, será parcialmente transcrito, por sua peculiar didática:

5. O direito à informação, abrigado expressamente pelo art. 5º, XIV, da Constituição Federal, *é uma das formas de expressão concreta do Princípio da Transparência, sendo também corolário do Princípio da Boa-fé Objetiva e do Princípio da Confiança, todos abraçados pelo CDC*. 6. No âmbito da proteção à vida e saúde do consumidor, o direito à informação é manifestação autônoma da obrigação de segurança. 7. Entre os direitos básicos do consumidor, previstos no CDC, inclui-se exatamente a “informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem” (art. 6º, III). 8. ***Informação adequada , nos termos do art. 6º, III, do CDC, é aquela que se apresenta simultaneamente completa , gratuita e útil, vedada, neste último caso, a diluição da comunicação efetivamente relevante pelo uso de informações soltas, redundantes ou destituídas de qualquer serventia para o consumidor.*** 9. Nas práticas comerciais, instrumento que por excelência viabiliza a circulação de bens de consumo, “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” (art. 31 do CDC). 10. ***A informação deve ser correta (= verdadeira), clara (= de fácil entendimento), precisa (= não prolixa ou escassa), ostensiva (= de fácil constatação ou percepção) e, por óbvio, em língua portuguesa.*** 11. A obrigação de informação é desdobrada pelo art. 31 do CDC, em quatro categorias principais, imbricadas entre si: ***a) informação-conteúdo*** (= características intrínsecas do produto e serviço), ***b) informação-utilização*** (= como se usa o produto ou serviço), ***c) informação-preço*** (= custo, formas e condições de pagamento), e ***d) informação-advertência*** (= riscos do produto ou serviço). 12. A obrigação de informação exige comportamento positivo, pois o CDC rejeita tanto a regra do *caveat emptor* como a sub-informação, o que transmuda o silêncio total ou parcial do fornecedor em patologia repreensível, relevante apenas em desfavor do profissional, inclusive como oferta e publicidade enganosa por omissão. (Resp 586.316/MG, j. 17.04.2007, Min. Herman Benjamin) (grifou-se)

Neste diapasão, cumpre ressaltar que, consoante o art. 30, do Código de Defesa do Consumidor, toda informação ou publicidade, suficiente 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.***

Nestas situações a lei consumerista concede amplo direito à pessoa ludibriada, facultando-lhe, a título de exemplo, o cumprimento forçado da oferta, nos termos do artigo 35 do citado Codex.

Destarte, com a análise detida do instrumento contratual, bem como do anúncio juntado ao fôlios (fls. 15), inafastável é a conclusão factual da promoção de publicidade enganosa, nos moldes do art. 37, da Lei nº 8.078/90:

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.

No que concerne ao tema, assim 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.<sup>4</sup>

No que tange ao panfleto de fls. 15, a ilusão se perfaz na inserção da imagem do veículo, abaixo do qual se encontram três planos para a aquisição: a) mais leve; b) leve; c) normal.

**Em análise perfunctória e salvo melhor juízo, somente o plano considerado “normal” estaria realmente apto a efetivar a qualquer cliente a entrega do bem.** Inexiste no processo e na publicidade a explanação discriminada sobre o modo de funcionamento dos outros planos, em flagrante desrespeito ao dever de informar.

Por amor ao debate, eventual alegação do Consórcio Nacional de Volkswagen, no afã de afastar sua responsabilidade, de que a culpa pela publicidade constante no anúncio é de terceiros (concessionária), deve, com supedâneo nos art. 7º e 34 do Código Consumerista, ser considerada incoerente.

Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

---

<sup>4</sup> 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.

Art. 34. ***O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.*** (grifado)

Noutro viés, também se constata a existência de ilegalidade na exigência de avalista. Segundo relato do demandante, no termo de audiência de fls. 45:

(...) em nenhuma cláusula contratual consta a necessidade de avalista, de modo que não fora cientificado desta imposição, razão pela qual não pode a empresa unilateralmente obstar o recebimento do bem.

Presume-se assistir razão ao consumidor, eis que a citada acusação não fora em momento algum refutada pelo fornecedor. Além disto, não se vislumbrou, na análise do contrato juntado, a obrigação de constituição de avalista, para recebimento do bem/carta de crédito por parte do eventual contemplado.

Aplica-se, assim, o constante no art. 46, da Lei nº 8.078/90:

Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo ***não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo***, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance. (grifos insertos)

Por derradeiro, não se pode olvidar da absurdidade na majoração do valor da parcela para a quantia aproximada de R\$ 692,08 (seiscentos e noventa e dois reais, e oito centavos). *Mencionado aumento se tornou incompreensível por não constar cláusula contratual que o preveja.*

***Ex positis, medida que se impõe é a penalização do reclamado, em função das ilegalidades discorridas, no sentido de que se abstenha a reiterá-las.***

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)

Assim, para a aplicação de sanção à empresa, basta a negligência, ora vislumbrada, não sendo necessário a má-fé, só exigível no Código Civil. Corrobora este

entendimento, o Ministro do Superior Tribunal de Justiça - Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin<sup>5</sup>:

[...] No Código Civil, só a má-fé permite a aplicação da sanção. Na legislação especial, tanto a má-fé permite a aplicação da sanção, como a culpa (imprudência, negligência e imperícia) dão ensejo à punição.  
[...]

Por oportuno, preceitua Cláudia Lima Marques:

Em nossa opinião não basta que inexista má-fé, dolo ou mesmo ausência de culpa do fornecedor (negligência, imperícia ou imprudência). Deve ter ocorrido um fator externo à esfera de controle do fornecedor (caso fortuito ou força maior) para que o engano (engano contratual, diga-se de passagem) seja justificável<sup>6</sup>.

### III. CONCLUSÃO

Ante o exposto, por estar convicto da existência de transgressão à Lei nº 8.078/90, opino pela aplicação de multa ao reclamado **CONSORCIO NACIONAL VOLKSWAGEN – ADMINISTRADORA DE CONSÓRCIO LTDA**, tendo em vista perpetração aos arts. 6º, inciso III, 30, 35, 37, e 46, da citada lei.

É o parecer.

À apreciação superior.

Teresina, 04 de julho de 2013.

**ANTONIO LIMA BACELAR JÚNIOR**  
**Técnico Ministerial**  
**PROCON/MP-PI**

---

<sup>5</sup> GRINOVER, Ada Pellegrini, et alli. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995, p. 265.

<sup>6</sup> MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 4. ed. RT: São Paulo. 2002, Página 1.051.



**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 289/2013**

**REF. F.A Nº 0113-003.570-2**

**RECLAMANTE: YARAXERXES GONÇALVES DA COSTA**

**RECLAMADO(S):      CONSORCIO      NACIONAL      VOLSKSWAGEN      –**  
**ADMINISTRADORA DE CONSÓRCIO 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 46, do Código de Defesa do Consumidor, perpetrada pelo fornecedor **CONSORCIO NACIONAL VOLSKSWAGEN – 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 estatuidos 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 **RS 5.000,00 (cinco mil reais)** ao fornecedor **CONSORCIO NACIONAL VOLSKSWAGEN – ADMINISTRADORA DE CONSÓRCIO LTDA**.

Considerando a inexistência de circunstância atenuante contida no art. 25, do Decreto 2.181/97. Considerando a existência de 02 (duas) circunstâncias agravantes contidas no art. 26, incisos I e IV, do Decreto 2181/97, por ser o infrator reincidente e por ter deixado o mesmo, tendo conhecimento do ato lesivo, de tomar as providências cabíveis para evitar ou



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

---

mitigar suas consequências. Aumento o *quantum* em 1/2 (um meio) para cada agravante, convertendo-se a obrigação no importe de R\$ 10.000,00 (dez mil reais).

**Pelo exposto, em face do fornecedor CONSORCIO NACIONAL VOLKSWAGEN – ADMINISTRADORA DE CONSÓRCIO LTDA torno a multa fixa e definitiva no valor de R\$ 10.000,00 (dez 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 **CONSORCIO NACIONAL VOLKSWAGEN – 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\$ 10.000,00 (dez 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 dos infratores 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, 08 de julho de 2013.

**Dra. GLADYS GOMES MARTINS DE SOUSA**  
**Promotora de Justiça**  
**Coordenadora Geral PROCON/MP-PI, em exercício**