

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS

NOTA TÉCNICA Nº 06/2020

O Coordenador do Programa Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON-MG), órgão vinculado ao Ministério Público do Estado de Minas Gerais, os Coordenadores Regionais de Defesa do Consumidor e os Promotores de Justiça abaixo assinados, reunidos, de forma remota, no dia 23 de setembro de 2020, às 17:00 horas, durante o período da pandemia causada pelo novo Coronavírus (Covid-2019), para discutir o aumento dos preços de produtos da cesta básica, nos termos do artigos 23, incisos III e V, da Lei Complementar nº 61/2001, e 4º, incisos III e IV, da Resolução PGJ nº 15/2019,

CONSIDERANDO:

- 1) a promoção da defesa do consumidor, como direito fundamental da pessoa humana e dever do Estado (CF, art. 5º, XXXII);
- 2) a defesa do consumidor, como princípio da ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, cuja finalidade é garantir a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social (CF, art. 170, V);
- 3) o Código do Consumidor, como microsistema de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, e referência constitucional para a construção de um novo modelo de relações de consumo no país (CF, ADCT, art. 48; Lei nº 8.078/1990, art. 1º);
- 4) a necessidade de proteção econômica dos consumidores, como um dos objetivos da Política Nacional de Relações de Consumo, fundada no princípio que reconhece a sua vulnerabilidade nas relações de consumo (CDC, art. 4º, I);
- 5) a harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e a compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, como diretriz da Política Nacional de Relações de Consumo, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (CF, art. 170), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores (CDC, art. 4º, III);

6) o dever de cumprimento, pelos fornecedores de produtos e serviços, dos princípios básicos das relações de consumo, de modo a respeitar a vulnerabilidade do consumidor,<sup>1</sup> a indisponibilidade de seus direitos,<sup>2</sup> a devida informação,<sup>3</sup> a sua liberdade de escolha,<sup>4</sup> e a boa-fé e o equilíbrio contratuais;<sup>5</sup>

7) a obrigatoriedade de que a prática comercial ou a cláusula do contrato seja razoável e, nesse sentido: a) respeite os princípios de defesa do consumidor; b) observe a finalidade do contrato, sem restringir direitos ou obrigações inerentes à sua natureza, de tal modo a ameaçar seu objeto ou equilíbrio contratual; c) não seja excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a finalidade e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso (CDC, art. 51, § 1º).

8) a exigência de que a prática comercial ou a cláusula do contrato seja compatível com a boa-fé e o equilíbrio contratuais, não ensejando práticas abusivas que interfiram nos preços a serem pagos, como: I – cobrar serviços de terceiros não previstos no orçamento (CDC, art. 40, § 3º); II - prever, nos contratos de compra e venda de móveis ou imóveis, com pagamento em prestações, e nas alienações fiduciárias em garantia, a perda total das prestações pagas, em benefício do credor que, em razão do inadimplemento do devedor, pleitear a resolução do contrato e a retomada do produto alienado (CDC, art. 53); III - não expressar os contratos em moeda corrente nacional (CDC, art. 53, § 3º); IV - utilizar fórmula ou índice de reajuste não previsto na lei ou no contrato (CDC, art. 39, XIII); V - cobrar, em crediário ou financiamento, multa de mora superior a 2% da prestação devida (CDC, art. 52, §1º); VI - não permitir a liquidação antecipada do débito, na forma legal (CDC, art. 52, §2º); VII - realizar outra forma de cobrança indevida (CDC, art. 42, PU); VIII - realizar publicidade, durante contato telefônico, se a ligação for paga pelo consumidor (CDC, art. 33, PU); IX – exigir vantagem manifestamente excessiva que coloque o consumidor em desvantagem exagerada ou seja incompatível com a boa-fé ou com a equidade; exigir obrigação em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor (CDC, arts. 39, V, 51, IV e XV);

9) a necessidade de coibir, ordinariamente, a elevação, sem justa causa, dos preços de produtos e serviços, cuja omissão pode consistir, dependendo do caso, em crime de prevaricação (CDC, art. 39, X);<sup>6</sup>

10) a urgência de se coibir, nas situações de emergência ou calamidade pública, em que os consumidores têm as suas deficiências e necessidades agravadas, a obtenção ou a estipulação, por fornecedores de produtos e serviços, de lucro patrimonial que exceda o quinto do valor corrente ou justo da prestação feita ou prometida;<sup>7</sup>

11) a necessidade de desburocratizar as relações do poder público com os agentes econômicos, de proteger o exercício da atividade empresarial, segundo as

leis da oferta e procura, sem, no entanto, deixar de aplicar a legislação de defesa do consumidor (Lei nº 13.874/2019, art. 3º, §3º, II);

12) a situação de emergência vivida pela população brasileira, em função da pandemia do novo Coronavírus, reconhecida pelo legislador federal;

13) a notícia de que os preços dos produtos da cesta básica, como arroz, feijão, leite, carne e óleo de soja, têm sofrido significativos aumentos, gerando prejuízos à sociedade, que experimenta notória perda de poder aquisitivo, de modo que as suas causas precisam ser investigadas pelos órgãos de defesa do consumidor,

DELIBERARAM, visando a orientação dos órgãos públicos integrantes do Sistema Estadual de Defesa do Consumidor, que:

I) a livre iniciativa, sendo um dos fundamentos da ordem econômica, ao lado da valorização do trabalho humano, não constitui um fim em si mesma, e deve contribuir para que todos tenham uma existência digna, conforme os ditames da justiça social, respeitando, dentre outros, o princípio da defesa do consumidor (CF, art. 170, V);

II) os órgãos de defesa do consumidor, ao exigirem dos fornecedores de produtos e serviços, as necessárias justificativas e comprovações, para os aumentos havidos nos preços dos bens de consumo, agem no estrito cumprimento de um dever constitucional (CF, art. 5º, XXXII) e legal (CDC, art. 39, V e X), sobretudo em se tratando de gêneros de primeira necessidade, num contexto de grave crise econômica e sanitária (Lei nº 1.521/1951, arts. 2º, parágrafo único, e 4º, “b”);

III) a adoção das sanções administrativas, civis e penais cabíveis, em desfavor dos fornecedores de produtos e serviços, ao se verificar a prática de preços abusivos, nada tem a ver com congelamento ou tabelamento de preços, mas com o exercício de um poder-dever do Estado, na promoção da defesa do consumidor.

Do que para constar, foi lavrada a presente NOTA TÉCNICA, para orientação e divulgação dos órgãos públicos e entidades civis integrantes do Sistema Estadual de Defesa do Consumidor.

Comunique-se o seu inteiro teor aos ilustres representantes da Associação Brasileira dos Procons (ProconsBrasil), da Associação Nacional do Ministério Público do Consumidor (Mppcon), da Comissão de Defesa do Consumidor do Colégio

Nacional dos Defensores Públicos Gerais (Condege), da Comissão Especial de Defesa do Consumidor da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB Federal), do Fórum Nacional das Entidades Civis de Defesa do Consumidor (FNECDC) e da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon-MJSP).

Cumpra-se, na forma legal.

Belo Horizonte, 23 de setembro de 2020.

11 - Princípio da vulnerabilidade: é a base de tudo, pois o objetivo do Código é equilibrar as relações de consumo em função da desigualdade das partes contratantes. (CDC, art. 4º, I). 2 - Princípio da indisponibilidade de direitos: prevê que as normas de proteção ao consumidor, por serem de ordem pública e de interesse social, não podem ser descumpridas pelo fornecedor (CDC, art. 1º). Só podem ser alteradas entre as partes quando a lei autorizar. É aplicável quando uma determinada prática comercial ou contratual subtrair direitos do consumidor. Nesse caso, será considerada nula de pleno direito, ou seja, sem qualquer efeito. Exemplos de práticas violadoras do princípio: a) estipular cláusula que impossibilite, exonere ou atenua a responsabilidade do fornecedor quanto a vícios dos bens de consumo ou que implique renúncia ou disposição dos direitos do consumidor (impropriedade ou mau funcionamento) (CDC, art. 51, I); b) não responder por vícios de qualidade ou quantidade dos bens de consumo (impropriedade ou mau funcionamento)-(CDC, art. 18 a 20); c) estipular cláusula que impossibilite, exonere ou atenua a responsabilidade do fornecedor quanto aos danos causados por defeitos dos bens de consumo (que afetem a integridade física ou psíquica do

consumidor, bem como o seu patrimônio) (CDC, art. 25); d) não responder pelos danos causados por defeitos dos bens de consumo (que afetem a integridade física ou psíquica do consumidor, bem como o seu patrimônio) (CDC, art. 12 a 14); e) prever a renúncia do direito de indenização por benfeitorias necessárias (CDC, art. 51); f) subtrair do consumidor a opção de reembolso de quantia já paga, nos casos previstos pelo legislador (CDC, art. 51, II); g) Não devolver os valores recebidos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, de imediato, monetariamente atualizados, ao consumidor, quando da desistência contratual (CDC, art. 49, Pu); h) Prever a inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor (CDC, art. 51).

3 - Princípio da devida informação: exige a descrição adequada e clara dos produtos e serviços ofertados no mercado, bem como dos riscos que podem causar à saúde e à segurança dos consumidores (CDC, arts. 6º, III, e 31). Protege o consumidor, também, ao vincular o fornecedor às informações na oferta dos bens de consumo. Exemplos de práticas violadoras do princípio: a) não cumprir a oferta, apresentação ou publicidade suficientemente precisa (CDC, arts. 30 e 48); b) não atender a uma das opções feitas pelo consumidor, no caso de recusa ao cumprimento da oferta, apresentação ou publicidade (CDC, art. 35); c) apresentar bem de consumo com vício de informação (CDC, art. 31); d) não informar a nocividade ou periculosidade do bem de consumo (CDC, arts. 8º e 9º); e) fornecer bem de consumo com alto grau de nocividade ou periculosidade e deixar de fazer as comunicações devidas à autoridade competente e aos consumidores (CDC, art. 10); f) apresentar ou vender bem de consumo, por telefone ou reembolso postal, com vício de informação (CDC, art. 33); g) apresentar bem de consumo, a crédito ou financiamento, com vício de informação (CDC, art. 52); h) entregar o termo de garantia contratual, acompanhado do manual de instruções, com vício de informação (CDC, art. 50, Pu, pf); i) utilizar documentos de cobrança de débitos com vício de informação (CDC, art. 42-A).

**PUBLICIDADE:** a) realizar publicidade enganosa (CDC, art. 37, 1º, 3º); b) realizar publicidade sem a devida e prévia comprovação (CDC, art. 36, Pu); c) realizar publicidade sem a devida identificação (CDC, art. 36); d) não comprovar a veracidade e a correção da informação ou da comunicação publicitária (CDC, art. 38 e 39).

**BANCO DE DADOS E CADASTROS DE CONSUMIDORES:** a) não dar acesso ao consumidor às informações dele constantes em banco de dados e cadastros de consumidores, bem como às respectivas fontes (CDC, art. 43); b) manter cadastros e dados de consumidores com vício de informação (CDC, art. 43, 1º); c) não comunicar, por escrito, ao consumidor a abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo, quando não solicitada pelo consumidor (CDC, art. 43, 2º); d) não retificar, de imediato, os dados e cadastros, a pedido do consumidor (CDC, art. 43, 3º, 1ª p); e) Não comunicar, no prazo de cinco dias úteis, a retificação dos dados e cadastros do consumidor (CDC, art. 43, 3º, pf); f) fornecer informações sobre o débito do consumidor depois de prescrito, que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito perante os fornecedores (CDC, art. 43, 5º).

4 - Princípio da liberdade de escolha: prevê que o consumidor deve ter o direito básico de escolher o momento de contratar, o que contratar e com quem contratar (CDC, art. 6º, II). Em geral, protege o consumidor das vendas agressivas e das práticas comerciais ou contratuais que desrespeitam a sua manifestação de vontade (CDC, arts. 4º, III e 51, IV). Exemplos de práticas violadoras do princípio: a) recusar atendimento às demandas dos consumidores (CDC, arts. 39, II, IX); b) fornecer bem de consumo sem solicitação prévia (CDC, arts. 39, III); c) omitir, impedir, dificultar ou negar o direito à desistência contratual (CDC, arts. 49); d) praticar venda casada (CDC, art. 39, I, 1ª P); e) limitar a quantidade de bem de consumo, sem justa causa (CDC, art. 39, I, pf); f) impor a venda de bem de consumo a hipervulnerável (CDC, art. 39, IV); g) executar serviços antes da aprovação do orçamento (CDC, art. 39, VI, 40); h) impor representante para concluir ou realizar outro contrato pelo consumidor (CDC, art. 51, VIII); i) redigir contratos de adesão com cláusula resolutória, sem que a escolha caiba ao consumidor (CDC, art. 54, 2º);

5 - Princípio da boa-fé e equilíbrio: significa que a prática comercial ou cláusula do contrato deve respeitar os princípios da Defesa do Consumidor, respeitar a finalidade do contrato, sem restringir direitos ou obrigações inerentes à sua natureza, de tal modo a ameaçar seu objeto ou equilíbrio contratual, não ser excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a finalidade e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso. (CDC, art. 51, § 1º). Exemplos de práticas violadoras do princípio;

**NATUREZA DO CONTRATO (BILATERALIDADE):** a) deixar ao fornecedor a opção de concluir ou não o contrato, embora obrigando o consumidor (CDC, art. 51, IX); b) permitir ao fornecedor alterar o preço de maneira unilateral (CDC, art. 51, X); c) autorizar o fornecedor a cancelar o contrato unilateralmente, sem que igual direito seja conferido ao consumidor (CDC, art. 51, XI); d) obrigar o consumidor a ressarcir os custos de cobrança de sua obrigação, sem que igual direito lhe seja conferido contra o fornecedor (CDC, art. 51, XII); e) modificar unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, após a sua celebração (CDC, art. 51, XIII); f) deixar o fornecedor de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação do início do cumprimento do contrato a seu exclusivo critério (CDC, art. 39, XII).

**ADEQUAÇÃO DO BEM DE CONSUMO:** a) fornecer bem impróprio ao uso e ao consumo (CDC, art. 39, VIII); b) deixar de assegurar a oferta de componentes e peças de reposição (CDC, art. 32); c) não utilizar, na reparação de produtos, componentes de reposição originais adequados e novos, ou que

mantenham especificações técnicas do fabricante, salvo se o consumidor autorizar (CDC, art. 21). PREÇO: a) cobrar serviços de terceiros não previstos no orçamento (CDC, art. 40, § 3º); b) não cumprir, no caso de fornecimento de bem de consumo, o regime de preços tabelados, congelados, administrados, fixados ou controlados pelo poder público (CDC, art. 41); c) transferir responsabilidade a terceiros (CDC, art. 51, III); d) prever, nos contratos de compra e venda de móveis ou imóveis mediante pagamento em prestações, e nas alienações fiduciárias em garantia, a perda total das prestações pagas, em benefício do credor que, em razão do inadimplemento do devedor, pleitear a resolução do contrato e a retomada do produto alienado (CDC, art. 53); e) descontar, em caso de rescisão do contrato de consórcio de produtos duráveis, outros valores, além da vantagem auferida com fruição do bem ou os prejuízos que o desistente ou inadimplente tiver causado ao grupo (CDC, art. 53, 2º); f) não expressar os contratos em moeda corrente nacional (CDC, art. 53, 3º); g) utilizar fórmula ou índice de reajuste não previsto na lei ou no contrato (CDC, art. 39, XIII); h) cobrar, em crediário ou financiamento, multa de mora superior a 2% da prestação devida (CDC, art. 52, 1º); i) não permitir a liquidação antecipada do débito, na forma legal (CDC, art. 52, 2º); j) elevar, sem justa causa, o preço de bem de consumo (CDC, art. 39, X); k) realizar outra forma de cobrança indevida (CDC, art. 42, Pu). DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA: a) repassar informação depreciativa sobre consumidor que exerce seus direitos (CDC, art. 39, VII); b) constranger, ameaçar ou expor a ridículo consumidor na cobrança de débito (CDC, art. 42). VALORES SOCIAIS: a) realizar publicidade abusiva (CDC, art. 37, 2º); b) infringir ou possibilitar a violação de normas ambientais (CDC, art. 51, XIV); ACESSO À JUSTIÇA: a) determinar a utilização compulsória de arbitragem (CDC, art. 51, VII). OUTRAS LESÕES: a) realizar publicidade, durante contato telefônico, se a ligação for paga pelo consumidor (CDC, art. 33, Pu); b) além das situações acima, exigir vantagem manifestamente excessiva; exigir obrigação considerada iníqua ou abusiva, que coloque o consumidor em desvantagem exagerada ou que seja incompatível com a boa-fé ou com a equidade; exigir obrigação em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor (CDC, arts. 39, V, 51, IV, XV). O princípio da boa-fé objetiva mostra que o fornecedor deve ter conduta ética e respeito aos direitos do consumidor (CDC, arts. 4º, III e 51, IV). Em síntese, cumprir as boas práticas nas relações de consumo. 6 - Como a aferição de “justa causa”, para análise do aumento de preços, abrange vários fatores relacionados às empresas, não é demais lembrar que a Lei Delegada nº 04/1962 e a Lei nº 8.884/1994, embora tenham sido revogadas, trazem alguns parâmetros que podem auxiliar na interpretação do caso concreto, a saber: a) “Fica sujeito à multa de 150 a 200.000 Unidades Fiscais de Referência - UFIR, vigente na data da infração, sem prejuízo das sanções penais que couberem na forma da lei, aquele que: s) fazer repercutir, nos preços de insumos, produtos ou serviços, aumentos havidos em outros setores, quando tais aumentos não os alcancem, ou fazê-los incidir acima de percentual que compõe seus custos” (Lei Delegada nº 04/1962, art. 11). “Na caracterização da imposição de preços excessivos ou do aumento injustificado de preços, além de outras circunstâncias econômicas e mercadológicas relevantes, considerar-se-á: I - o preço do produto ou serviço, ou sua elevação, não justificados pelo comportamento do custo dos respectivos insumos, ou pela introdução de melhorias de qualidade; II - o preço de produto anteriormente produzido, quando se tratar de sucedâneo resultante de alterações não substanciais; III - o preço de produtos e serviços similares, ou sua evolução, em mercados competitivos comparáveis; IV - a existência de ajuste ou acordo, sob qualquer forma, que resulte em majoração do preço de bem ou serviço ou dos respectivos custos” (Lei nº 8.884/1994, art. 20, PU). 7 - “Constitui crime da mesma natureza a usura pecuniária ou real, assim se considerando: b) obter, ou estipular, em qualquer contrato, abusando da premente necessidade, inexperiência ou leviandade de outra parte, lucro patrimonial que exceda o quinto do valor corrente ou justo da prestação feita ou prometida. Pena - detenção, de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, e multa, de cinco mil a vinte mil cruzeiros”. COMENTÁRIOS SOBRE O TIPO PENAL: 1) “Obter ou estipular em qualquer contrato” – o crime se consuma com a oferta (estipular) ou venda (obter) de um produto ou serviço; 2) “Lucro patrimonial que exceda o quinto do valor corrente ou justo da prestação feita ou prometida” – a margem de lucro do revendedor, sobre o valor da compra do produto ou serviço, superior a 20% (vinte por cento), pode ser um critério objetivo para aferição do crime, pois o tipo penal fala em preço justo (ou “corrente”), a ser interpretado de acordo com o caso concreto; 3) Abusando da premente necessidade do consumidor: como ocorre na pandemia do novo Coronavírus (2019-nCov), em relação aos produtos e serviços de primeira necessidade (Lei nº 1.521/1951, art. 2º, PU). O tipo penal, ao que tudo indica, foi construído para ser aplicado em situações excepcionais, como a que ocorre no país, mesmo porque “a livre iniciativa”, sendo fundamento da ordem econômica, deve “assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social” (CF, art. 170). Disso resulta que a “livre iniciativa” não constitui um fim em si mesmo e nem pode ser considerada um valor absoluto. Em síntese, o legislador federal, ao editar essa norma, pune o empresário que, aproveitando-se de um acontecimento grave e extraordinário, quis obter (estipular) ou tenha obtido (obter) um ganho abusivo, à custa do sofrimento da população. Por outro lado, como a pena criminal é a mais grave das sanções, a Justiça tem se utilizado do fato previsto como crime para subsidiar os argumentos

contra a prática de preços abusivos. Nesse sentido, os seguintes acórdãos (STJ e TJMT): STJ - AGRAVO DE INSTRUMENTO. AÇÃO COLETIVA DE CONSUMO. PREÇO NO FORNECIMENTO DE COMBUSTÍVEIS. PRÁTICA ABUSIVA NÃO CONFIGURADA. De ser mantida a decisão que indeferiu pedido liminar, em que pretende o Ministério Público seja determinada à empresa ré a prática de preço, no fornecimento de combustíveis aos consumidores, não superior à margem bruta de lucro de 14,1%, porque duvidoso o direito invocado. Lei da Economia Popular (art.4º, b) que admite margem de lucro de até 20%. E a margem de lucro praticada pelo posto demandado, por si só, não está a indicar a existência de ajuste ou conluio entre as empresas do ramo, ou mesmo elevação de preços sem justa causa, a configurar crime contra a ordem econômica. previsto na Lei 8.137/90. Ademais, facultado o reexame do pleito após a formação do contraditório. Decisão mantida. Agravo improvido (TJRS, AI Nº 70015884315, 12ª CÂMARA CÍVEL, DESEMBARGADOR RELATOR ORLANDO HEEMANN JÚNIOR, DECISÃO UNÂNIME, 24/08/2006). TJMT - 0027588-95.2008.8.11.0041. JULGADO EM: 31/07/2017. PUBLICADO EM: 31/01/2018. ÓRGÃO JULGADOR: PRIMEIRA CÂMARA DE DIREITO PÚBLICO E COLETIVO. Classe: Apelação. Relator: MARIA EROTIDES KNEIP. Tipo do Processo: Cível. Assunto: Apelação. Ação: PROCESSO CÍVEL E DO TRABALHO\Recursos\Apelação. RECURSO DE APELAÇÃO CÍVEL – AÇÃO CIVIL PÚBLICA - VENDA DE ÁLCOOL ETÍLICO HIDRATADO – MARGEM DE LUCRO SUPERIOR A 20 % - ABUSIVIDADE – OFENSA AO PRINCÍPIO DA LIVRE INICIATIVA E LIVRE CONCORRÊNCIA – PRINCÍPIO NÃO ABSOLUTO - INFRAÇÃO ADMINISTRATIVA CONTRA ORDEM ECONÔMICA E CRIME CONTRA ECONOMIA POPULAR – DANO MORAL COLETIVO – POSSIBILIDADE – OFENSA E LESIVIDADE A BEM JURÍDICO COLETIVO – APELO DESPROVIDO. 1. As relações de ordem econômica têm as normas gerais regidas pelos artigos 170, IV c/c art. 173, §4º, ambos da Carta Magna. Embora não haja um percentual mínimo para a margem de lucro, o certo é que o Estado sempre intervirá na atividade econômica quando esta se mostrar abusiva, não sendo o princípio da livre concorrência e a livre iniciativa um bem em si mesmo e, por consequência não possui um caráter absoluto. 2. Havendo comprovação do Apelante em auferir uma margem de lucro acima de 20 % (vinte por cento) sobre o valor de aquisição do produto álcool etílico hidratado, ainda que em determinado período, configura prática abusiva e infração à ordem econômica, nos termos do art. 20 , III c/c art. 21, XXIV c/c art. 21, parágrafo único, todos da Lei nº 8.884/94, (na redação vigente à época dos fatos). 3. O estabelecimento de lucro acima de 20 % (vinte por cento), ou seja, 1/5 (um quinto) do valor originário da mercadoria, abusando da inexperiência da parte contrária (consumidor) configura crime contra a economia popular, a teor do que dispõe o art. 4º, “b”, da Lei Federal nº 1.521/51. Desta forma, perfeitamente possível e legal, a limitação do percentual máximo de lucro bruto com a revenda do produto. 4. Alegação de inviabilidade da atividade de revenda em caso de manutenção da sentença e distinção entre margem de lucro líquido e bruto, na qual devem ser descontados os valores e custos operacionais, tributação, etc... Argumentos afastados pelo comportamento do próprio Apelante que foi inerte na produção de prova pericial, ocasionando a preclusão da prova. 5. Dano material. Comprovação evidente, ante à comprovação de prática abusiva contra a ordem econômica. 6. Dano moral coletivo. Em se tratando de dano moral coletivo, a configuração não se dá pela dor ou sentimento pessoal de cada pessoa, mas sim de valores expressados ou externados individualmente que formam um sentimento coletivo e social, ou seja, é a unidade de valores pessoais que se ampliam, formam e dão características próprias de cada sociedade e coletividade, sob o ponto de vista ético e sociológico. Perfeitamente possível é o dano moral coletivo quando há ofensa a um bem jurídico coletivo ou ainda difuso. 7. Julgado no STJ afirmando que o dano moral coletivo é in re ipsa, ou seja, advém da própria conduta, sendo, portanto, prescindível a real demonstração de prejuízos concretos ou efetivo abalo moral. 8. Recurso desprovido. (N.U 0027588-95.2008.8.11.0041, MARIA EROTIDES KNEIP, PRIMEIRA CÂMARA DE DIREITO PÚBLICO E COLETIVO, Julgado em 31/07/2017, Publicado no DJE 31/01/2018). TJMT - ADMINISTRATIVO E CONSTITUCIONAL – APELAÇÃO CÍVEL – AÇÃO CIVIL PÚBLICA – COMERCIALIZAÇÃO DE ÁLCOOL ETÍLICO HIDRATADO – AGRAVO RETIDO – RAZÕES APRECIADAS JUNTAMENTE COM O MÉRITO DO APELO – CERCEAMENTO DE DEFESA – AFASTADO – AUMENTO INJUSTIFICADO DO PREÇO DO LITRO DO ÁLCOOL – LUCRATIVIDADE BRUTA ACIMA DE 20% – PRÁTICA ABUSIVA – INFRAÇÃO À ORDEM ECONÔMICA – LESÃO A DIREITOS DIFUSOS – DANOS MATERIAIS COLETIVOS – CONFIGURADO – RECURSO DESPROVIDO. Verificado que o processo está suficientemente instruído, com documentos hábeis para o deslinde da lide, não merece prosperar o alegado cerceamento de defesa, em face da não produção da prova oral, mormente considerado que o Juízo a quo entendeu suficiente a perícia judicial contábil. Conforme entendimento consolidado no Superior Tribunal de Justiça, a ausência de apresentação de memoriais não invalida o trâmite processual, excepcionando-se a hipótese de prejuízo para o Recorrente, não demonstrado na hipótese. Segundo a Corte Superior, tal posicionamento se justifica pela aplicação do brocardo pas de nullité sans grief, segundo o qual não há nulidade sem demonstração de prejuízo. Comprovada a venda do litro do álcool etílico hidratado, em

percentual acima de 20% (vinte por cento) sobre o preço de aquisição, ainda que em determinado período, evidencia-se a prática comercial abusiva e infração à ordem econômica, o que justifica a limitação do percentual máximo de lucro bruto com a revenda do produto, além da condenação ao pagamento de indenização por danos materiais coletivos (art. 13, da Lei no 7.347/85). (TJ/MT - Ap 37834/2016, DES. MÁRCIO VIDAL, PRIMEIRA CÂMARA DE DIREITO PÚBLICO E COLETIVO, Julgado em 03/04/2017, Publicado no DJE 12/04/2017). TJMT - 0002586-60.2007.8.11.0041. Tipo de julgamento: NÃO INFORMADO. Julgado em: 11/04/2016. Publicado em: 14/04/2016. Órgão Julgador: PRIMEIRA CÂMARA DE DIREITO PÚBLICO E COLETIVO. Classe: Apelação. Relator: VANDYMARA G. R. P. ZANOLO. Tipo do Processo: Cível. Assunto: Apelação. Ação: PROCESSO CÍVEL E DO TRABALHO\Recursos\Apelação. APELAÇÃO CIVEL – AÇÃO CIVIL PÚBLICA - POSTO DE REVENDA DE COMBUSTÍVEIS - COMERCIALIZAÇÃO DE ALCOOL ETÍLICO HIDRATADO COM MARGEM DE LUCRO ABUSIVA – PRELIMINARES DE NULIDADE DA SENTENÇA - AFASTADAS-DESIGNAÇÃO DE PERÍCIA PARA APURAÇÃO DA MARGEM DE LUCRO BRUTA – CONSTATAÇÃO DE MARGEM DE LUCRO ACIMA DE 20 % - ABUSIVIDADE – DANO MORAL COLETIVO – PROPORCIONALIDADE - RECURSO DESPROVIDO. Não restou configurada a negativa de prestação jurisdicional pela suposta ausência de análise da preliminar de impossibilidade jurídica do pedido se, quando do saneamento, referida preliminar foi considerada como matéria de mérito e, na sentença, que foi prolatada na vigência do CPC de 1973 o julgador analisou o pedido, significando que o considerou juridicamente possível. A instituição de regime de exceção, com instalação de mutirão, não viola o princípio do juiz natural, tampouco o art. 132 do CPC, notadamente quando não houve a realização de audiência de instrução e julgamento. Não existe vedação no ordenamento jurídico ao pedido de limitação de margem de lucro, alegadamente abusiva, tratando-se de pedido juridicamente possível. Constatada a revenda com margem de lucro abusiva, a imposição da margem de lucro revela-se escorreita. A indenização por dano moral coletivo tem finalidade pedagógica e o valor fixado atende os critérios da razoabilidade e proporcionalidade. (N.U 0002586-60.2007.8.11.0041, VANDYMARA G. R. P. ZANOLO, PRIMEIRA CÂMARA DE DIREITO PÚBLICO E COLETIVO, Julgado em 11/04/2016, Publicado no DJE 14/04/2016). TJMT - RECURSO DE APELAÇÃO – AÇÃO CIVIL PÚBLICA – PRELIMINAR ILETIGIMIDADE ATIVA – REJEITADA - COMERCIALIZAÇÃO DE COMBUSTÍVEIS – MARGEM DE LUCRO EXCESSIVA - PRÁTICA VEDADA PELO ORDENAMENTO JURÍDICO – LIMITAÇÃO NA MARGEM DE LUCRO DE 20% MANTIDO – RECURSO DESPROVIDO. “(...) 2. O Ministério Público tem legitimidade para promover ação civil pública visando à defesa de direitos individuais homogêneos, ainda que disponíveis e divisíveis, quando na presença de relevância social objetiva do bem jurídico tutelado.”(REsp 1033274/MS, Rel. Ministro LUIS FELIPE SALOMÃO, QUARTA TURMA, julgado em 06/08/2013, DJe 27/09/2013). Devidamente comprovado nos autos a presença da prática de preços abusivos na empresa comercializadora de combustíveis que culmina no lucro excessivo e não justificados pela empresa, a imposição do limite da margem do lucro é medida que sem impõe. (TJ/MT - Ap 77223/2015, DESA. NILZA MARIA PÔSSAS DE CARVALHO, SEGUNDA CÂMARA DE DIREITO PÚBLICO E COLETIVO, Julgado em 15/12/2015, Publicado no DJE 21/01/2016).

[NOME]

[Cargo]



Documento assinado eletronicamente por **FELIPE GUSTAVO GONCALVES CAIRES, PROMOTOR ENTRANCIA ESPECIAL**, em 29/09/2020, às 15:44, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **SERGIO GILDIN, SECRETARIO DE PROMOTORIA**, em 29/09/2020, às 17:22, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **FERNANDO RODRIGUES MARTINS, PROMOTOR ENTRANCIA ESPECIAL**, em 29/09/2020, às 18:19, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **MILENA RIBEIRO DE MATOS XAVIER, PROMOTOR ENTRANCIA ESPECIAL**, em 29/09/2020, às 19:09, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **AMAURI ARTIMOS DA MATTA, COORDENADOR DO PROCON/MG**, em 02/10/2020, às 14:45, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **JUVENAL MARTINS FOLLY, PROMOTOR ENTRANCIA ESPECIAL**, em 06/10/2020, às 14:57, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **HERMAN ARAUJO RESENDE, PROMOTOR ENTRANCIA ESPECIAL**, em 06/10/2020, às 15:06, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **KAREN THOME SENI DA SILVA E OLIVEIRA GOULART, PROMOTOR ENTRANCIA ESPECIAL**, em 06/10/2020, às 16:05, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **DANIEL BATISTA MENDES, PROMOTOR ENTRANCIA ESPECIAL**, em 06/10/2020, às 17:08, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <http://www.mpmg.mp.br/sei/processos/verifica>, informando o código verificador **0474917** e o código CRC **67421186**.

