

Processo Administrativo-Procon nº. **0024.16.012172-9**

DECISÃO ADMINISTRATIVA

1. RELATÓRIO

Trata-se de Processo Administrativo instaurado no âmbito da 14ª Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor da Comarca de Belo Horizonte/MG em decorrência do recebimento de reclamação formulada por consumidor que optou por manter seus dados pessoais em sigilo (fl. 05).

Segundo consta da reclamação e do que foi apurado nos autos em virtude das diligências realizadas durante a instrução do presente feito, os fornecedores SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP e INSTITUTO AJUDAR veicularam publicidade enganosa capaz de induzir o consumidor em erro, ao anunciarem que os prêmios relativos ao título de capitalização MINASCAP, edição 59, Especial de Ano Novo, com sorteio previsto para 08/01/2012, notadamente quanto ao terceiro prêmio, que seria o principal, indicando como sendo 01 (uma) casa + 01 (um) apartamento + R\$50.000,00 (cinquenta mil reais), o que não correspondia ao prêmio que de fato foi entregue ao consumidor ganhador, qual seja, a importância de R\$142.857,14 (cento e quarenta e dois mil e oitocentos e cinquenta e sete reais e quatorze centavos), já descontado o imposto de renda. Os bens móveis citados seriam apenas "*sugestão de uso do prêmio*" e não eram vinculantes.

Ademais, o consumidor que adquirisse o título de capitalização não conseguia resgatá-lo, pois, segundo informado, seu valor seria cedido ao INSTITUTO AJUDAR.

É o que se depreende da Portaria de Instauração do presente Processo Administrativo (fls. 02D/02B).

Manifestação do fornecedor SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP, oportunidade em que se apresentou e alegou que sua prática desempenhada encontrava amparo no ordenamento jurídico vigente; que a premiação paga no caso dos autos era em espécie e que as imagens constantes na publicidade seriam meramente ilustrativas, tratando-se tão somente de "*sugestões de uso do prêmio*", cujo valor era o supracitado (fls. 14/19).



Juntada de cópia da publicidade por parte da SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP às fls. 25/28.

Manifestação do INSTITUTO AJUDAR às fls. 34/35, ocasião em que ratificou os argumentos apresentados pela SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP, esclarecendo haver parceria entre eles e que o dinheiro era revertido para sua atividade-fim (fls. 34/35).

Termo de Audiência realizada em 24/06/2015 à fl. 66, oportunidade em que foi proposto à SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP Termo de Ajustamento de Conduta (TAC), o que não se estendeu ao INSTITUTO AJUDAR por não se fazer presente em referida audiência.

Contudo, mais adiante, o INSTITUTO AJUDAR arguiu que, por não ser mais destinatária de valores contidos em títulos de capitalização, não se manifestaria quanto à eventual TAC (fl. 74).

Novo Termo de Audiência em que se fez presente a SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP, tendo sido concedido prazo para que referido fornecedor se manifestasse quanto à proposta de TAC a ele ofertada (fl. 89).

Minuta de TAC às fls. 90/92, tendo a SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP recusado assinar o TAC, naqueles moldes, pelos motivos registrados às fls. 100/101.

Instaurado Processo Administrativo, conforme Portaria de fls. 02D/02B.

Relação de procedimentos que já tramitaram ou que tramitavam nesta Promotoria de Justiça envolvendo o fornecedor SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP (fls. 109/124), sendo que a certidão de fl. 107 atesta que, dentre os procedimentos existentes à época, não foi firmado Termo de Ajustamento de Conduta tampouco proferida decisão administrativa condenatória com trânsito em julgado em seu desfavor.

Defesa Administrativa da SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP, refutando a prática de publicidade enganosa, tecendo novamente as considerações já por ele expostas nos autos (fls. 127/135), tendo juntado documentação às fls. 136/172.

Despacho determinando a apresentação de proposta de acordo administrativo aos fornecedores SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP e INSTITUTO AJUDAR às fls. 174/178, sendo que às fls. 179/182, encontra-se a proposta de transação administrativa ofertada a tais fornecedores.

O fornecedor SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP sustenta que, em seu entendimento, o valor proposto como multa administrativa "é proibitivo, tornando a celebração da transação nesses termos impraticável" (fl. 194).

Ata de Audiência realizada em 30/08/2017, oportunidade em que a SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP apresentou

contraproposta do Termo de Ajustamento de Conduta, nos termos estabelecidos à fl. 216, tendo sido concedido prazo ao fornecedor para firmar TAC, que se manifestou interessada às fls. 219/219v.

Indeferida a contraproposta de TAC em relação ao fornecedor SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP (fls. 221/225).

Indeferido o pleito formulado pelo fornecedor SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP quanto à designação de nova audiência para se discutir os termos do TAC (fls. 230/232)

Nova Minuta de Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) às fls. 243/245, elaborada após a análise da proposta ofertada por este Órgão Ministerial e da contraproposta do fornecedor em questão, tendo sido assinado referido TAC pela SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP às fls. 251/252, que juntou a documentação de fls. 253/271.

O INSTITUTO AJUDAR veio aos autos ratificar suas argumentações tecidas às fls. 74/75 (fl. 289).

Determinada a suspensão do presente feito por 01 (um) ano em razão do TAC assinado pela SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP (fls. 301/301v), mas na prática a tramitação do presente Processo Administrativo não se fez suspensa.

À fl. 306, a SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP informa a este Órgão Ministerial *"a descontinuidade do título de capitalização da modalidade popular, objeto central do presente processo administrativo"*, comunicando que *"os títulos de capitalização de modalidade negociada pela Sulacap foram comercializados sem desrespeito ao TAC"* (fl. 306).

Ata de Audiência datada de 14/11/2019 às fls. 325/326, tendo sido apresentada ao fornecedor SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP proposta de transação administrativa com aplicação de multa no valor de R\$925.000,00 (novecentos e vinte e cinco mil reais).

Todavia, após a supracitada audiência, a SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP não se manifestou nos autos quanto à Transação Administrativa, em que pese tenha sido notificada para tanto.

Nova proposta de Transação Administrativa ofertada a ambos fornecedores às fls. 341/343, sendo que nenhum deles manifestou-se, mesmo tendo sido notificados para tanto.

Alegações Finais da SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP às fls. 357/358v e às fls. 366/369 e do INSTITUTO AJUDAR às fls. 361/361v e às fls. 371/372.

Foram realizadas várias diligências com o intuito de se obter a receita bruta de ambos fornecedores relativas ao ano de 2010, mas todas restaram infrutíferas.

É o relato do essencial. Decido.



2. FUNDAMENTAÇÃO

Inicialmente, em respeito ao devido processo legal, considero atendidas todas as condições para a prolação de decisão de mérito, oportunizados o contraditório e a ampla defesa, nos termos do Decreto Federal nº 2181/97 e Resolução PGJ nº 14/19.

Atendido, também, o dever estabelecido pelo §3º do art. 3º do Código de Processo Civil de 2015 de priorizar a atuação ministerial resolutive, por meio da busca pela solução consensual/conciliatória, vez que houve a propositura de Transação Administrativa (fls. 182/183), não tendo o fornecedor aceitado a proposta, apresentando alegações finais (fls. 213/224).

O Ministério Público do Estado de Minas Gerais, por força da Constituição Estadual, no artigo 14 dos seus Atos das Disposições Constitucionais Transitórias, abarcou as competências administrativas do PROCON, cujas atividades contemplam o exercício do poder de polícia em matéria de consumo.

Nesse sentido, as competências do PROCON, elencadas no artigo 3º, com a ressalva do artigo 5º, do Decreto Federal n.º 2181/97, foram transferidas ao Órgão Ministerial com atribuições na defesa do consumidor. É o que dispõe a Resolução PGJ 14/19.

De imediato, verifica-se que os fornecedores, ao longo do presente procedimento, não teceram argumentos de ordem preliminar, mas apenas meritória, de modo que passo, desde já, ao enfrentamento das impugnações.

Antes, porém, imperioso registrar que a divulgação dos títulos de capitalização MINASCAP deu-se por meio de mídia impressa e televisiva, conforme fls. 27/28 e fl. 45, fato este que, por si só, já demonstra o potencial alcance coletivo da publicidade em questão, o que garante e desafia a atuação ministerial, já que o direito e o interesse consumerista aqui em debate residem na seara coletiva.

Em exame do mérito, percebe-se que não assiste razão aos fornecedores SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP e INSTITUTO AJUDAR, senão vejamos.

Considerando os fatos aportados nesta Promotoria de Justiça e narrados na Portaria Inaugural de fls. 02D/02B, vislumbra-se que os fornecedores SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP – e o INSTITUTO AJUDAR veicularam, nos meses de dezembro/2011 e de janeiro/2012, publicidade enganosa capaz de induzir o consumidor em erro ao divulgarem os prêmios relativos ao título de capitalização MINASCAP, edição 59, Especial de Ano Novo, com sorteio previsto para 08/01/2012, principalmente quanto ao terceiro prêmio, indicando na publicidade divulgada, inclusive por imagens, que seriam 01 (um) apartamento + 01 (uma) casa + R\$50.000,00 (cinquenta mil reais), consoante se verifica à fl. 27.



Ocorre, porém, que os bens móveis supracitados não corresponderiam ao prêmio que de fato foi entregue, ou seja, o equivalente à quantia de R\$142.857,14 (cento e quarenta e dois mil e oitocentos e cinquenta e sete reais e quatorze centavos), já descontado o imposto de renda.

Soma-se a isso o fato dos consumidores não poderem resgatar o título de capitalização por eles adquirido, pois seria cedido ao INSTITUTO AJUDAR, o que o consumidor reclamante questiona "*Qual a garantia que esse valor será repassado para o instituto?*" (fl. 05).

Em defesa, a SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP alegou que notadamente quanto à casa e ao apartamento por ela citados como prêmios foram apenas premiações exemplificativas, de modo que não atuou de forma irregular em momento algum, refutando a todo tempo a prática de publicidade enganosa, nos termos do art. 37, *caput* e §1º do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Contudo, o argumento em questão não merece prosperar, pois a publicidade veiculada por ambos fornecedores deu-se de forma enganosa, induzindo o consumidor em erro, não tendo se valido de informações **corretas, claras, precisas e ostensivas** para sua divulgação.

Em se tratando, *in casu*, de prêmios relativos a título de capitalização, compete aos responsáveis, que fazem as vezes de fornecedores nesta relação jurídica estabelecida com o consumidor participante, divulgar e veicular o prêmio de forma **correta, clara, precisa e ostensiva**, obedecendo, assim, à norma consumerista.

Portanto, não cabe nos presentes autos a alegação de que os prêmios de 01 (uma) casa somado a 01 (um) apartamento eram apenas exemplificativos, ou seja, apenas sugestões de uso do prêmio ou exemplos daquilo que o consumidor contemplado poderia adquirir com a quantia financeira da premiação que receberia.

Rechaçando o alegado pela SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP, a publicidade em questão é totalmente capaz de induzir o consumidor em erro, tendo em vista que não há como o consumidor participante ter conhecimento de que os bens móveis, quais sejam, a casa e o apartamento são apenas exemplificativos ou ilustrativos e que o prêmio, em verdade, seria o montante financeiro equivalente a R\$142.857,14 (cento e quarenta e dois mil e oitocentos e cinquenta e sete reais e quatorze centavos).

De extrema importância ressaltar que o modo como a publicidade em questão foi veiculada pelos fornecedores foi apta a induzir o consumidor em erro, pois os dizeres lançados pelos fornecedores, sendo eles "*sugestão de uso do prêmio*" ou "*imagem meramente ilustrativa*" estavam escritos em letras menores, mas a divulgação da imagem da casa e do apartamento deu-se de forma ostensiva com letras garrafais, incapacitando ou impossibilitando que o consumidor concluísse que o prêmio, em verdade, era em **espécie** e equivaleria a R\$142.857,14 (cento e quarenta e dois mil e oitocentos e cinquenta e sete reais e quatorze centavos), exatamente pelo

fato das expressões em voga, repisa-se, terem sido escritas em letras pequenas, conforme o próprio consumidor sigiloso relatou em sua reclamação de fl. 05 ao se referir ao título de capitalização por ele adquirido:

"Ao ler as informações nele escritas abaixo onde está estampado as imagens vem a informação bem pequeno "SUGESTÃO DE USO DO PRÊMIO NO VALOR TOTAL DE R\$142.857,14.

Telefonei para central de atendimento (31 3654-5070) para maiores esclarecimentos e a atendente informou que o valor total do prêmio é o citado acima e que o apartamento e a casa é uma sugestão de compra que pode ser feito com o valor ganho". (fl. 05)

Por sua vez, o INSTITUTO AJUDAR manifestou-se nos presentes autos conduzindo sua defesa na mesma linha de raciocínio seguida pela SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A - SULACAP, negando qualquer prática infrativa, confirmando veicular a publicidade em testilha, ter uma parceria com referido fornecedor e que os valores obtidos com a compra de títulos de capitalização lhe eram cedidos pelos seus titulares no ato da compra para que ele atingisse sua atividade-fim (fls. 34/35).

Estabelecida está a responsabilidade solidária entre a SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A - SULACAP e INSTITUTO AJUDAR, consoante dispõe o art. 7º, parágrafo único do Código de Defesa do Consumidor, *in verbis*:

Art. 7º [...]

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

Dando prosseguimento, o INSTITUTO AJUDAR expressamente consignou nos autos à fl. 35:

"No tocante a publicidade, o INSTITUTO AJUDAR informa de que promove a divulgação publicitária dos títulos de capitalização da SULACAP ...".

Mais adiante, o INSTITUTO AJUDAR afirmou que:

"Em nenhum momento há qualquer informação de que seriam sorteados uma casa, um apartamento de R\$50.000,00, mas sim de que estes bens poderiam ser adquiridos pelo titular, caso ele fosse o ganhador do 3º Prêmio no valor de R\$142.857,14 - trata-se de uma sugestão, devidamente informada como tal" (fl. 35).

Todavia, conforme já exposto na presente decisão, não é esta a realidade dos fatos, alegação que não pode ser corroborada nem mesmo pela publicidade acostada à fl. 27, da qual consta em destaque os prêmios de um apartamento e uma casa, portando conduzia o consumidor a concluir que um apartamento e uma casa seriam, sim, sorteados ante a patente informação veiculada.

É nítida a inobservância das normas jurídicas consumeristas, o que culminou na prática descrita no art. 37, *caput* e §1º do mesmo Diploma Legal, ante a expressa veiculação de publicidade enganosa por ambos fornecedores, *in verbis*:

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.

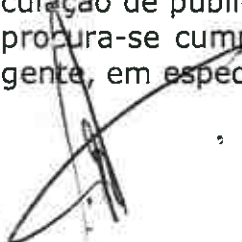
Repisa-se, a alegação de que a imagem divulgada foi meramente ilustrativa ou apenas sugeria como o ganhador poderia usar o prêmio não merece prosperar, pois cabia ao fornecedor informar a imagem exata do prêmio que seria ofertado e descrevê-lo de forma clara, correta e precisa.

Não se pode admitir a tentativa dos fornecedores de validar o uso da expressão "*sugestão de uso do prêmio*" como prática comercial usual no país, pois não retrata a realidade e não afasta a prática infrativa cometida.

As mesmas considerações estendem-se à expressão "*imagem meramente ilustrativa*", inconcebível para se descrever o prêmio que o consumidor contemplado em terceiro lugar receberia, já que não era o constante de referida imagem.

À fl. 366, a SUL AMÉRICA arguiu que nenhuma reclamação formal de consumidor foi apresentada, o que não procede, estando à fl. 05 a reclamação formulada por consumidor sigiloso e que impulsionou a instauração do presente Processo Administrativo.

Desta forma, o que se pretende proteger e tutelar no caso dos autos são os direitos do consumidor, que foram violados pela veiculação de publicidade enganosa exaustivamente explanada nesta decisão e procura-se cumprir com as diretrizes jurídicas do ordenamento jurídico vigente, em especial, o Código de Defesa do Consumidor.



No caso dos autos, os fornecedores feriram o princípio da transparência, uma vez que a publicidade não retratou a realidade, a partir do momento em que a premiação divulgada não foi a concedida ao consumidor contemplado em terceiro lugar e este Órgão Ministerial não pode jamais coadunar com a quebra da transparência, além da boa-fé, lealdade e ética, que são princípios jurídicos básicos e que devem nortear todas as relações jurídicas estabelecidas entre consumidor e fornecedor.

O consumidor que toma conhecimento dos termos da oferta realmente é induzido a crer que o terceiro prêmio é de fato constituído por uma quantia financeira equivalente a R\$50.000,00 (cinquenta mil reais), acrescido de uma casa e de um apartamento.

Não há como o consumidor interessado ser capaz de visualizar, entender e concluir que o prêmio que o terceiro colocado ganharia era de R\$142.857,14 (cento e quarenta e dois mil e oitocentos e cinquenta e sete reais e quatorze centavos), fato este que, por si só, já demonstra burla ao art. 37, *caput* e §1º do Código de Defesa do Consumidor.

É patente a violação aos direitos do consumidor, os quais ora transcrevemos, *in verbis*:

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, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012) Vigência

IV- a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

[...]

O alcance lesivo da conduta perpetrada pela SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S.A. - SULACAP e pelo INSTITUTO AJUDAR ferem igualmente o disposto no art. 14, *caput* e §1º do Decreto Federal nº 2.181/97, *in verbis*:

Art. 14. É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, esmo por omissão, capaz de induzir a erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedade, origem, preço e de quaisquer outros dados sobre produtos ou serviços.



§ 1º É enganosa, por omissão, a publicidade que deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço a ser colocado à disposição dos consumidores.

[...]

Portanto, foge à observância das regras jurídicas a conduta perpetrada pela SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A - SULACAP e INSTITUTO AJUDAR, que rompe com o equilíbrio contratual, na medida em que se vale de sua condição de superioridade econômica, causando, consequentemente, prejuízo ao consumidor.

Ademais, não se pode olvidar ser imprescindível levar em consideração a presumida posição de vulnerabilidade do consumidor, especificamente quando se trata de pessoa física. Essa vulnerabilidade atinge o sujeito em diversos aspectos, inclusive em termos informacionais ou técnicos.

Imperioso salientar que, ao capitular a prática cometida pelo fornecedor como publicidade enganosa, não se está afirmando que a publicidade seja falsa, mas sim enganosa, pois todas as informações transmitidas ao consumidor devem ser verdadeiras, o que não se pode afirmar no caso em comento, sendo cediço que o consumidor, induzido em erro, não tem ciência do verdadeiro prêmio que o ganhador receberá, confundindo-se com a publicidade em análise, o que vai de encontro ao que o ordenamento jurídico disciplina, pois clara, precisa e ostensiva deve ser a publicidade, contendo informações esclarecedoras, não possibilitando o consumidor a ter dúvidas ou a não entender o que foi veiculado.

A explanação jurídica ora realizada conduz o objeto dos presentes autos à sua subsistência em face dos fornecedores SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A - SULACAP e INSTITUTO AJUDAR.

Inevitável registrar que o tema em testilha já foi objeto de muitos julgados no meio jurídico, oportunidades em que o Poder Judiciário acentuava a patente ofensa a todos os dispositivos jurídicos já assinalados, destacando, por ora, ementa de julgado emanado pelo Egrégio Tribunal de Justiça, *in verbis*:

"Processo: 1.0024.12.252516-5/002 Relator: Des.(a) Arnaldo Maciel Relator do Acórdão: Des.(a) Arnaldo Maciel Data do Julgamento: 09/07/2019 Data da Publicação: 12/07/2019 EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO DE COBRANÇA C/C INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS - TÍTULO DA CAPITALIZAÇÃO - PROPAGANDA ENGANOSA - SORTEIO DE APARTAMENTO - INTEGRAÇÃO AO CONTRATO - ART. 30 DO CDC - OBRIGAÇÃO DO FORNECEDOR AO CUMPRIMENTO. Nos termos do 6º do CDC o consumidor tem direito à informação clara e adequada sobre os produtos, bem como a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva. A transparência e a boa-fé são princípios básicos nas relações de consumo, nos termos do art. 4º, caput, e inciso III, do



CDC. A publicidade enganosa relativa ao título de capitalização MINASCAP, informando que os sorteados seriam contemplados com 3 apartamentos e R\$20.000,00, obriga o fornecedor e integra o contrato que vier a ser celebrado, nos termos do art. 30 do CDC. V.v. Não podem ser consideradas enganosas as propagandas publicitárias que deixem claro que as imagens contidas para sugestão de uso do prêmio são meramente ilustrativas, bem como expõe o valor total da premiação. Não restando comprovada qualquer conduta ilícita praticada pela parte ré e nem a configuração de um dano moral experimentado pelo consumidor, ausentes se encontram os elementos caracterizadores do dever de indenizar. APELAÇÃO CÍVEL Nº 1.0024.12.252516-5/002 - COMARCA DE BELO HORIZONTE - APELANTE(S): SULACAP SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A - APELADO(A) (S): JUNIOR CESAR ROCHA PEREIRA.

Da leitura do inteiro teor do Acórdão proferido em sede de Apelação, infere-se precisa consideração quanto à prática infrativa de publicidade enganosa, devendo ser lida considerando que a Apelante é a SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A – SULACAP:

"[...]

Logo, o CDC ao proibir a veiculação de publicidade enganosa, visa reforçar o regime ético da publicidade. É incontroverso que a comercialização do título de capitalização MINASCAP é legal, mas a publicidade quanto à sua premiação deve ser clara, objetiva e transparente, principalmente para os leigos em geral. No presente caso, restou provado pelos folhetos de propaganda que a apelante principal praticou publicidade enganosa, conforme exposto a seguir.

[...]

Por outro lado, a informação no folheto de fl. 19 em letras pequenas: "sugestão de uso do prêmio no valor total de R\$142.857,14 líquido de imposto de renda", nada esclarece a respeito dos três apartamentos. Assim, verifica-se que os dados essenciais do produto foram omitidos dolosamente, gerando confusão para o consumidor médio, facilmente induzido a erro. A propaganda enganosa nesse caso é ainda mais lesiva, uma vez que é dirigida para a camada da população menos favorecida economicamente, que são induzidas a acreditar que ao comprar o bilhete do MINASCAP poderão realizar o sonho da casa própria. Além disso, após o apelado ter sido contemplado no sorteio do dia 13/11/2011 no 3º prêmio, a apelante continuou com a sua propaganda enganosa, visando ludibriar futuros

consumidores. Tanto é que o folheto de propaganda "Resultado Oficial do sorteio realizado no dia 13/11/2011" (fl.21), afirma expressamente que o apelado e os outros dois ganhadores do sorteio do 3º prêmio "GANHARAM 03 APARTAMENTOS + R\$20.000,00". Nesse caso, o art. 30 do CDC determina que a publicidade é parte integrante do contrato, senão vejamos: "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". Portanto, a publicidade enganosa veiculada pela apelante principal de que os três ganhadores do 3º prêmio ganhariam três apartamentos, ou seja, um apartamento para cada ganhador, gerou a legítima expectativa de premiação do consumidor. Além disso, nos termos do art. 30 do CDC, a oferta é vinculante e obriga a apelante ao seu cumprimento".

O Superior Tribunal de Justiça (STJ) também já se pronunciou acerca da temática em testilha, sendo enriquecedor ao debate em testilha o registro de importante trecho de entendimento sedimentado na Corte Superior, *in verbis*:

"RECURSO ESPECIAL. DIREITO DO CONSUMIDOR. NEGATIVA DE PRESTAÇÃO JURISDICIONAL. ART. 535 DO CPC. NÃO OCORRÊNCIA. PRINCÍPIO DA CONGRUÊNCIA. APLICAÇÃO. "TELE SENA DIA DAS MÃES". DIREITO DE INFORMAÇÃO CLARA E OBJETIVA. REGRAS DO SORTEIO. OMISSÃO. PROPAGANDA ENGANOSA. INTERPRETAÇÃO MAIS FAVORÁVEL AO CONSUMIDOR. ABUSIVIDADE. CLÁUSULA SURPRESA. DIREITO DE INFORMAÇÃO. FASE PRÉ-CONTRATUAL. INCIDÊNCIA. 1. Cuida-se de ação de cobrança proposta por consumidora contra empresa sob alegação de ter sido vítima de propaganda enganosa em relação a sorteio de título de capitalização denominado "Tele Sena Dia das Mães 1999". 2. Enganosa é a mensagem falsa ou que tenha aptidão a induzir a erro o consumidor, que não conseguiria 4 Tribunal de Justiça de Minas Gerais distinguir natureza, características, quantidade, qualidade, preço, origem e dados do produto ou serviço contratado. 3. No caso concreto, extrai-se dos autos que dados essenciais do produto ou serviço adquirido foram omitidos, gerando confusão para qualquer consumidor médio, facilmente induzido a erro. 4. As regras contratuais devem ser postas de modo a evitar falsas expectativas, tais como aquelas dissociadas da realidade, em especial quanto ao consumidor desprovido de conhecimentos técnicos. 5. O CDC, norma principiológica por natureza,

proíbe e limita os contratos impressos com letras minúsculas que dificultem, desestimulem ou impeçam a leitura e compreensão pelo consumidor, visando permitir o controle de cláusulas contratuais gerais e a realização da liberdade contratual. 6. À luz do princípio da vulnerabilidade (art. 4º, I, do CDC), princípio norteador das relações de consumo, as cláusulas contratuais são interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor (art. 47 do CDC). 7. A transparência e a boa-fé permeiam a contratação na fase pré-contratual. 8. É vedada a cláusula surpresa como garantia do equilíbrio contratual e do direito de informação ao consumidor. 9. Recurso especial não provido. (REsp 1344967/SP, Rel. Ministro RICARDO VILLAS BÔAS CUEVA, TERCEIRA TURMA, julgado em 26/08/2014, DJe 15/09/2014)".

Sendo assim, ante as considerações apresentadas, conclui-se pela **subsistência da infração administrativa** descrita no ato de instauração do processo administrativo consumerista sancionador por parte dos fornecedores SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A - SULACAP e INSTITUTO AJUDAR.

Assim, os infratores lesaram os direitos dos consumidores, especificamente os previstos no art. 6º, incisos I e IV do Código de Defesa do Consumidor e incorreram nas seguintes práticas infrativas: art. 37, *caput* e §1º do referido Diploma Legal c/c art. 14, §1º do Decreto nº 2.181/97.

Passo, doravante, à definição e à quantificação da sanção administrativa, a que se sujeita o fornecedor **SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S/A - SULACAP e INSTITUTO AJUDAR** nos termos do art. 56, da Lei n.º 8.078/90 (CDC) e seu Decreto Regulamentador (Dec. Fed. nº 2181/97).

Iniciamos pelo fornecedor **INSTITUTO AJUDAR**:

Dentre as sanções administrativas possíveis, opto pela **MULTA ADMINISTRATIVA** (art. 56, inciso I), reprimenda que se mostra mais adequada ao fato.

Levando em consideração a natureza da infração, a condição econômica e a vantagem auferida, aplico ao infrator a pena de multa, conforme artigo 56 da lei 8.078/90. Atento aos dizeres do artigo 57 do CDC e artigos 24 e ss. do Decreto 2.181/97 e art. 20 da Resolução PGJ n.º 14/19, passo à graduação da pena administrativa, conforme se segue.

a) A infração cometida encontra capitulação no art. 37, *caput* e §1º do CDC c/c art. 14, §1º do Decreto nº 2.181/97 e por força do artigo 20, da Resolução PGJ nº 14/2019, figura no **grupo III** de infrações, pelo que aplico fator de pontuação 3.

b) Verifico que não foi apurado auferimento de vantagem econômica com a prática infrativa, razão pela qual aplico o fator 1 no item vantagem.

c) Por fim, com o intuito de se definir a condição econômica do fornecedor, verifica-se que ele não apresentou documento financeiro pertinente ao ano de 2010.

Desta forma, considerando a prática infrativa perpetrada pelo **INSTITUTO AJUDAR**; considerando sua ampla acessibilidade aos consumidores e, considerando tratar-se de empresa de médio porte, arbitro a **receita bruta do INSTITUTO AJUDAR no ano de 2010 em R\$10.000.000,00 (dez milhões de reais)**, valendo-me do disposto no art. 24, *caput* da Resolução PGJ nº 14/2019.

Ante o exposto, já arbitrada a receita anual, referente ao ano de 2010, no valor de **R\$10.000.000,00 (dez milhões de reais)** – art. 24, *caput* da Resolução PGJ nº 14/2019, caracteriza-se o fornecedor em questão como empresa de MÉDIO PORTE, tendo como referência o fator 1.000 (artigo 28, §1º da Resolução PGJ nº 14/2019).

d) Definidos os critérios acima, aplico os dados à fórmula prevista no artigo 28 da Resolução PGJ nº 14/19 e fixo o quantum da **pena-base** no valor de **R\$26.000,00 (vinte e seis mil reais)**, conforme se depreende da planilha de cálculos que integra a presente decisão, nos termos do art. 27 da Resolução PGJ n.º 14/19.

e) Reconheço a **circunstância atenuante** do Dec. n.º 2.181/97 (art. 25, II – ser o infrator primário), razão pela qual diminuo a pena base em 1/5 (artigo 29 da Resolução PGJ nº 14/19), reduzindo-a ao patamar de **R\$20.800,00 (vinte mil e oitocentos reais)**.

f) Não reconheço nenhuma circunstância agravante, nos termos do art. 26 do Dec. n.º 2.181/97.

Ante o exposto, fixo a **MULTA DEFINITIVA** no valor de **R\$20.800,00 (vinte mil e oitocentos reais)**.

Passamos, neste momento, à definição e à quantificação da sanção administrativa em face do fornecedor **SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S.A. - SULACAP**:

Dentre as sanções administrativas possíveis, opto pela **MULTA ADMINISTRATIVA** (art. 56, inciso I), reprimenda que se mostra mais adequada ao fato.

Levando em consideração a natureza da infração, a condição econômica e a vantagem auferida, aplico ao infrator a pena de multa, conforme artigo 56 da lei 8.078/90. Atento aos dizeres do artigo 57 do CDC e artigos 24 e ss. do Decreto 2.181/97 e art. 20 da Resolução PGJ nº 14/19, passo à graduação da pena administrativa, conforme se segue.

a) A infração cometida encontra capitulação no artigo art. 30; no art. 31, *caput*; no art. 37, §§1º e 3º; no art. 39, inciso V e no art. 51, todos da Lei Federal nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), bem como no art. 14, §1º do Decreto nº 2.181/97 e, por força do artigo 20, da Resolução PGJ nº 14/2019, figura no **grupo III** de infrações, pelo que aplico fator de pontuação 3.

b) Verifico que não foi apurado auferimento de vantagem econômica com a prática infrativa, razão pela qual aplico o fator 1 no item vantagem.

c) Por fim, com o intuito de se definir a condição econômica do fornecedor, verifica-se que ele não apresentou documento financeiro pertinente ao ano de 2010.

Desta forma, considerando a prática infrativa perpetrada pela SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S.A. - SULACAP; considerando sua ampla acessibilidade aos consumidores; considerando, conforme cediço, o elevado número de julgados no Poder Judiciário que abarcam o mesmo objeto dos presentes autos; considerando que o fornecedor não apresentou sua receita bruta de 2010, em que pese tenha sido requisitada; considerando não ter sido encontrada na internet a receita bruta do ano de 2010; considerando tratar-se de empresa de grande porte e que a receita bruta encontrada com valor mais baixo é a do ano de 2015, esta será, portanto, utilizada como arbitramento, de modo que arbitro a **receita bruta do fornecedor SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S.A. - SULACAP no ano de 2010 em R\$792.200.000,00 (setecentos e noventa e dois milhões e duzentos mil reais)**, valendo-me do disposto no art. 24, *caput* da Resolução PGJ nº 14/2019.

Ante o exposto, já arbitrada a receita anual, referente ao ano de 2010, no valor de **R\$792.200.000,00 (setecentos e noventa e dois milhões e duzentos mil reais)** - art. 24 da Resolução PGJ nº 14/2019, caracteriza-se o fornecedor em questão como empresa de GRANDE PORTE, tendo como referência o fator 5.000 (artigo 28, §1º da Resolução PGJ nº 14/2019).

d) Definidos os critérios acima, aplico os dados à fórmula prevista no artigo 28 da Resolução PGJ nº 14/19 e fixo o quantum da **pena-base** no valor de **R\$1.985.500,00 (um milhão, novecentos e oitenta e cinco mil e quinhentos reais)**, conforme se depreende da planilha de cálculos que integra a presente decisão, nos termos do art. 27 da Resolução PGJ n.º 14/19.

e) Reconheço a **circunstância atenuante** do Dec. n.º 2.181/97 (art. 25, III - ter o infrator adotado as providências pertinentes para minimizar ou de imediato reparar os efeitos do ato lesivo), razão pela qual diminuo a pena base em 1/5 (artigo 29 da Resolução PGJ nº 14/19), reduzindo-a ao patamar de **R\$1.588.400,00 (um milhão e quinhentos e oitenta e oito mil e quatrocentos reais)**.

f) Não reconheço nenhuma **circunstância agravante**, nos termos do art. 26 do Dec. n.º 2.181/97.

Ante o exposto, fixo a **MULTA DEFINITIVA** no valor de **R\$1.588.400,00 (um milhão e quinhentos e oitenta e oito mil e quatrocentos reais)**.

Isso posto, DETERMINO:

1) A intimação do infrator, **INSTITUTO AJUDAR**, no seu endereço físico situado à Avenida Barão Homem de Melo, nº 4386, Sala 1007, bairro Estoril, Belo Horizonte/MG, CEP: 30.494-270 e também nos seguintes endereços eletrônicos flaviacsalesnunes@gmail.com e flavia@ciajuridica.adv.br para que, **no prazo de 10 (dez) dias úteis**, a contar do recebimento da notificação:

A) Recolha à conta do Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor o percentual de 90% (noventa por cento) do valor da multa fixada acima, isto é, **R\$18.720,00 (dezoito mil e setecentos e vinte reais)**, por meio de boleto, nos termos do parágrafo único do art. 37 da Resolução PGJ nº. 14/19, sendo que **o pagamento da multa com redução de percentual de 10% somente será válido se efetuado nos 10 (dez) dias úteis contados da intimação, ainda que o prazo de vencimento do boleto seja maior.**

OU

B) Apresentar recurso, nos termos dos artigos 46, §2º e 49, ambos do Decreto 2.181/97 e do art. 33 da Resolução PGJ nº. 14/19;

2) Consigne-se na intimação que, ultrapassado o prazo legal sem que haja interposição de recurso voluntário, e não efetivado o pagamento da multa aplicada – que, ultrapassado os 10 (dez) dias úteis da intimação da decisão, **deverá ser recolhida em seu valor integral, no prazo de 30 (trinta) dias do trânsito em julgado desta decisão, que terá início após nova intimação** –, será o débito inscrito em dívida ativa para subsequente cobrança executiva pela Advocacia-Geral do Estado de Minas Gerais.

3) A inscrição do fornecedor no Cadastro de Reclamações Fundamentadas, com a indicação de que a reclamação não foi atendida (Lei 8.078/90, art. 44 e Decreto nº. 2.181/97, arts. 57 a 62), após o trânsito em julgado desta decisão.

4) Publique-se, por extrato, na imprensa oficial e disponibilize no site deste Órgão e no SRU o inteiro teor desta decisão. Registre-se.

5) A intimação do infrator, **SUL AMÉRICA CAPITALIZAÇÃO S.A. - SULACAP**, na pessoa de seu patrono, Dr. Bruno

Boris, inscrito na OAB/SP sob o nº 208.459, com endereço situado à Rua Gomes de Carvalho, nº 1.581, Vila Olímpia, São Paulo/SP, CEP: 04.547-006 (vide fl. 358v) para que, **no prazo de 10 (dez) dias úteis**, a contar do recebimento da notificação:

A) Recolha à conta do Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor o percentual de 90% (noventa por cento) do valor da multa fixada acima, isto é, **R\$1.429.560,00 (um milhão, quatrocentos e vinte e nove mil e quinhentos e sessenta reais)**, por meio de boleto, nos termos do parágrafo único do art. 37 da Resolução PGJ nº. 14/19, sendo que **o pagamento da multa com redução de percentual de 10% somente será válido se efetuado nos 10 (dez) dias úteis contados da intimação, ainda que o prazo de vencimento do boleto seja maior.**

OU

B) Apresentar recurso, nos termos dos artigos 46, §2º e 49, ambos do Decreto 2.181/97 e do art. 33 da Resolução PGJ nº. 14/19;

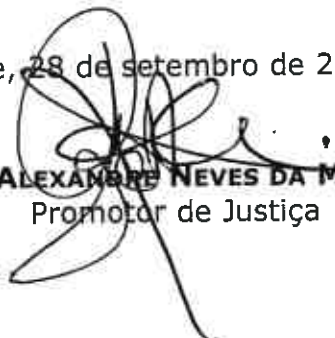
6) Consigne-se na intimação que, ultrapassado o prazo legal sem que haja interposição de recurso voluntário, e não efetivado o pagamento da multa aplicada – que, ultrapassado os 10 (dez) dias úteis da intimação da decisão, deverá ser recolhida em seu valor integral, no prazo de 30 (trinta) dias do trânsito em julgado desta decisão, que terá início após nova intimação –, será o débito inscrito em dívida ativa para subseqüente cobrança executiva pela Advocacia-Geral do Estado de Minas Gerais.

7) A inscrição do fornecedor no Cadastro de Reclamações Fundamentadas, com a indicação de que a reclamação não foi atendida (Lei 8.078/90, art. 44 e Decreto nº. 2.181/97, arts. 57 a 62), após o trânsito em julgado desta decisão.

8) Publique-se, por extrato, na imprensa oficial e disponibilize no site deste Órgão e no SRU o inteiro teor desta decisão. Registre-se.

Cumpra-se.

Belo Horizonte, 28 de setembro de 2022.


RUY ALEXANDRE NEVES DA MOTTA
Promotor de Justiça

PLANILHA DE CÁLCULO DE MULTA

ATENÇÃO: INSERIR INFORMAÇÕES NOS CAMPOS DESTACADOS PELA COR CINZA

Setembro de 2022

Infrator	Sul América Capitalização S. A. - SULACAP		
Processo	PA 0024.16.012172-9		
Motivo	Art. 37, caput e §1º do Código de Defesa do Consumidor		
1 - RECEITA BRUTA			R\$ 792.200.000,00
Porte =>	Grande Porte	12	R\$ 66.016.666,67
2 - PORTE DA EMPRESA (PE)			
a	Micro Empresa	220	R\$ 0,00
b	Pequena Empresa	440	R\$ 0,00
c	Médio Porte	1000	R\$ 0,00
d	Grande Porte	5000	R\$ 5.000,00
3 - NATUREZA DA INFRAÇÃO			
a	Grupo I	1	3
b	Grupo II	2	
c	Grupo III	3	
d	Grupo IV	4	
4 - VANTAGEM			
a	Vantagem não apurada ou não auferida	1	1
b	Vantagem apurada	2	
Multa Base = PE + (REC BRUTA / 12 x 0,01) x (NAT) x (VAN)			R\$ 1.985.500,00
Multa Mínima = Multa base reduzida em 50%			R\$ 992.750,00
Multa Máxima = Multa base aumentada em 50%			R\$ 2.978.250,00
Valor da UFIR em 31/10/2000			1,0641
Taxa de juros SELIC acumulada de 01/11/2000 a 31/08/2022			245,48%
Valor da UFIR com juros até 31/08/2022			3,6762
Multa mínima correspondente a 200 UFIRs			R\$ 735,25
Multa máxima correspondente a 3.000.000 UFIRs			R\$ 11.028.716,54

PLANILHA DE CÁLCULO DE MULTA

ATENÇÃO: INSERIR INFORMAÇÕES NOS CAMPOS DESTACADOS PELA COR CINZA

Setembro de 2022			
Infrator	Instituto Ajudar		
Processo	0024.16.012172-9		
Motivo	Art. 37, caput e §1º do Código de Defesa do Consumidor		
1 - RECEITA BRUTA			R\$ 10.000.000,00
Porte =>	Médio Porte	12	R\$ 833.333,33
2 - PORTE DA EMPRESA (PE)			
a	Micro Empresa	220	R\$ 0,00
b	Pequena Empresa	440	R\$ 0,00
c	Médio Porte	1000	R\$ 1.000,00
d	Grande Porte	5000	R\$ 0,00
3 - NATUREZA DA INFRAÇÃO			
a	Grupo I	1	3
b	Grupo II	2	
c	Grupo III	3	
d	Grupo IV	4	
4 - VANTAGEM			
a	Vantagem não apurada ou não auferida	1	1
b	Vantagem apurada	2	
Multa Base = PE + (REC BRUTA / 12 x 0,01) x (NAT) x (VAN)			R\$ 26.000,00
Multa Mínima = Multa base reduzida em 50%			R\$ 13.000,00
Multa Máxima = Multa base aumentada em 50%			R\$ 39.000,00
Valor da UFIR em 31/10/2000			1,0641
Taxa de juros SELIC acumulada de 01/11/2000 a 31/08/2022			245,48%
Valor da UFIR com juros até 31/08/2022			3,6762
Multa mínima correspondente a 200 UFIRs			R\$ 735,25
Multa máxima correspondente a 3.000.000 UFIRs			R\$ 11.028.716,54

