

MANIFESTAÇÃO

1. RELATÓRIO

Trata-se de solicitação de apoio da 13ª Promotoria de Justiça de Juiz de Fora, de responsabilidade do Dr. Juvenal Martins Folly, que visa apurar suposta prática abusiva de venda casada pela empresa “IFOOD S/A”.

Ao descrever os fatos apontados na Investigação Preliminar, a Promotoria afirmou que

Trata-se de Investigação Preliminar instaurada para apurar reclamação externada na Ouvidoria do Ministério Público, por Brendha Rodrigues de Melo, que informa que o aplicativo Ifood exige um valor mínimo de R\$ 40,00 (quarenta reais) para as compras realizadas em restaurantes. Na oportunidade, relata a consumidora que adquiriu uma refeição no valor de R\$ 15,00 (quinze reais); todavia, foi obrigada a comprar outros produtos para alcançar o valor mínimo exigido pelo aplicativo.

Desta forma, requereu auxílio a este órgão de apoio ministerial para que 1) seja elaborado um parecer sobre eventual existência de abusividades na cobrança de valores mínimos em pedidos realizados no aplicativo da fornecedora, especialmente pelo tipo de produto vendido; e 2) que seja esclarecido se tal prática pode ser enquadrada como venda casada, uma vez que induz o consumidor a escolher outros produtos disponíveis, muitas vezes mais caros, para efetivarem a compra.

É o relatório.

2. ANÁLISE

2.1 Preliminar

2.1.1 Da repercussão estadual

De acordo com o §2º do art. 5º da Resolução PGJ nº 15/2019,

[...] §2º **As infrações às normas de defesa do consumidor, cujo dano ou o perigo de dano tenham repercussão estadual, serão apuradas pelas Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor da comarca de Belo Horizonte, devendo o expediente administrativo, se instaurado no interior, ser remetido às mencionadas Promotorias de Justiça, para conhecimento e providências cabíveis, sem prejuízo da continuidade da investigação do dano ou perigo de dano local e das eventuais medidas sancionatórias.**

A repercussão estadual pode ser entendida pela extensão dos impactos de demandas que ultrapassam os limites de uma ou mais Coordenadorias Regionais, previstas no art. 10 da Resolução PGJ nº 15/2019 e destrinchadas no “ANEXO I” da mesma Resolução.

Conforme a lista disponibilizada no link < <https://www.ifood.com.br/cidades-atendidas> >, a empresa investigada presta serviço/atende todos os 853 (oitocentos e cinquenta e três) municípios de Minas Gerais.

Desta forma, sendo a prática abusiva objeto de apreciação na Investigação Preliminar 51.16.0145.0050138.2023-85 comum em **todo o território nacional**, é plausível o reconhecimento da repercussão estadual no caso.

2.2 Mérito

2.2.1 Considerações sobre “Sharin Economy”, ou “Economia Compartilhada”

A “economia compartilhada”, ou “economia colaborativa”, é um modelo econômico baseado no compartilhamento, troca, aluguel ou empréstimo de bens e serviços entre indivíduos ou empresas, geralmente facilitado por plataformas digitais.

Em vez da posse individual e tradicional de bens, a economia compartilhada enfatiza o **acesso** a esses bens e serviços quando necessário. Isso pode envolver desde o compartilhamento de carros e casas até o aluguel de ferramentas e troca de habilidades.

Neste sentido, Cláudia Limas Marques, diretora da Faculdade de Direito da UFRGS e membra do Conselho Consultivo do IDEC, ensina que a economia de compartilhamento é

[...] “um sistema ‘negocial’ de consumo (*collaborative consumption*), no qual pessoas alugam, usam, trocam, doam, emprestam e compartilham bens, serviços, recursos ou commodities, de propriedade sua, geralmente com ajuda de aplicativos e tecnologia online. (...) São relações de confiança, geralmente contratuais, a maioria onerosa (...), sendo gratuito o uso do aplicativo, mas paga uma porcentagem do “contratado” ao guardião da tecnologia online.” [...] [1]

Nesse modelo de relação de consumo, há a visão de um consumidor, nos moldes tradicionais inscritos no CDC; um fornecedor direto, que por vezes é uma pessoa jurídica, por vezes é uma pessoa física; e um fornecedor “indireto”, que a pesquisadora citada conceitua como “**guardião do acesso**”, responsável por **viabilizar a relação de consumo através da intermediação pela plataforma/aplicativo, de sua propriedade, mediante remuneração por comissão.**

| | Fornecedor direto | Fornecedor indireto |
|--------------------------------|---|--|
| Relação com o consumidor | Vende diretamente para o consumidor final | Vende para um intermediário, como um distribuidor ou varejista |
| Papel na cadeia de suprimentos | Responsável pela entrega do produto ao consumidor | Intermediário entre o fornecedor direto e o consumidor |

2.2.2 A figura do fornecedor: Economia Compartilhada x “iFood”

O iFood é, naturalmente, uma empresa que nasce da economia compartilhada, atuando como “guardião do acesso”; e muito embora se conceitue somente como mero intermediador (fornecedor indireto na cadeia de suprimentos), atua como fornecedor de fato, tanto em relação ao consumidor, quanto em relação ao seu papel na cadeia de suprimentos, visto que presta/vende serviços diretamente ao consumidor; e **empresta** sua confiança (publicidade), o local onde será consumada a relação de consumo (plataforma/aplicativo) e a forma de pagamento.

Em outras palavras, é por meio de seu aplicativo que nasce a relação de consumo entre seus parceiros e os consumidores, afinal, pelo “app” é estabelecida a oferta, a compra e o pagamento; além de outras ferramentas, como a possibilidade de implementação, pelos parceiros, de exigência de valor mínimo para efetuação de pedidos nos estabelecimentos.

Ou seja, enquanto detentor da tecnologia e “guardião do acesso”, o iFood cria o ambiente de mercado e **permite** o cadastro, pelos parceiros, de **valores mínimos exigíveis para efetuação de pedidos** pelos consumidores; sendo remunerado, direta ou indiretamente, tanto pelos consumidores quanto pelos fornecedores parceiros durante a consumação dos diferentes negócios jurídicos.

Neste sentido, o art. 3º do CDC afirma que

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica (...) que desenvolvem atividade de (...) distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

(...) § 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Atuando de forma habitual e profissional; e sendo remunerada por meio de mensalidades pagas por consumidores e fornecedores parceiros, além de comissões sobre cada pedido realizado no aplicativo de sua propriedade, temos que o “iFood” cumpre suficientemente os requisitos necessários para a enquadrá-lo como fornecedor.

Ainda que atue dentro da economia de compartilhamento – e a estrutura de consumo seja, neste caso, mais elaborada –; as figuras do consumidor e dos fornecedores “direto” e “indireto” ainda estão presentes, conforme o quadro a seguir:

| | | IFOOD | FORNECEDOR PARCEIRO |
|--------------------------------|---------------------|---|--|
| RELAÇÃO COM O CONSUMIDOR | Fornecedor direto | ao prestar serviços de tecnologia | ao vender o produto do estabelecimento diretamente ao consumidor |
| | Fornecedor indireto | ao “vender” o monopólio da entrega do produto do estabelecimento para o estabelecimento | ao vender o produto ou serviço prestado pelo estabelecimento para internet |
| PAPEL NA CADEIA DE SUPRIMENTOS | Fornecedor direto | ao prestar serviço de entrega de produtos de fornecedores parceiros | ao prestar serviço de entrega do produto comercializado |
| | Fornecedor indireto | ao intermediar, pelo app, a relação entre o estabelecimento físico e o consumidor | x |

Destaca-se, assim, que o **“iFood”** é, no caso, o “fornecedor principal”, pois é **aquele que funda a relação de consumo; quem cria o sistema de acesso**, por deter a tecnologia; e **quem estabelece como as relações se darão**.

Portanto, há que se falar em responsabilização **objetiva** da plataforma pela exigência de valor mínimo para efetuação de pedidos nos estabelecimentos, independentemente das condições da relação jurídica firmada entre ela e os fornecedores parceiros.

2.2.3 Venda Casada

O art. 39 do Código de Defesa do Consumidor afirma que

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

I – condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos; [...]

V – exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

Ao proporcionar aos fornecedores parceiros a possibilidade de estabelecer valores mínimos para pedidos, exigindo do consumidor a obrigatoriedade de adquirir produtos até que o valor preestabelecido seja superado, para finalização de pedidos, o iFood incorre, objetivamente, na prática abusiva de venda casada por consumação mínima.

Nota-se que o consumidor pode não ter a intenção de adquirir mais produtos, mas por força da condição imposta, possibilitada e anuída pela plataforma, é obrigado a adquiri-lo.

Neste sentido, já decidiu o STJ:

PROCESSUAL CIVIL. DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. VIOLAÇÃO DO ART. 535 DO CPC. FUNDAMENTAÇÃO DEFICIENTE. SÚMULA 284/STF. PUBLICIDADE DE ALIMENTOS DIRIGIDA À CRIANÇA. ABUSIVIDADE. VENDA CASADA CARACTERIZADA. ARTS. 37, § 2º, E 39, I, DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. 1. Não prospera a alegada violação do art. 5,5 do Código de Processo Civil, uma vez que deficiente sua fundamentação. Assim, aplica-se ao caso, *mutatis mutandis*, o disposto na Súmula 284/STF. 2. A hipótese dos autos caracteriza publicidade duplamente abusiva. Primeiro, por se tratar de anúncio ou promoção de venda de alimentos direcionada, direta ou indiretamente, às crianças. Segundo, pela evidente “venda casada”, ilícita em negócio jurídico entre adultos e, com maior razão, em contexto de marketing que utiliza ou manipula o universo lúdico infantil (art. 39, I, do CDC). 3. *In casu*, está configurada a venda casada, uma vez que, para adquirir/comprar o relógio, seria necessário que o consumidor comprasse também 5 (cinco) produtos da linha “Gulosos”. Recurso especial improvido. STJ – Resp: 1558086 SP 2015/006157/0, Relator: Ministro HUMBERTO MARTINS, Data de Julgamento: 10/03/2016, T2 – SEGUNDA TURMA, Data de Publicação: DJe 15/04/2016).

Embora há quem argumente a liberdade do fornecedor parceiro exigir ou não o valor mínimo para o pedido, a ferramenta foi criada e colocada à disposição única e exclusivamente pela plataforma (iFood), que também é remunerada por comissão nas vendas realizadas, sendo, portanto, de interesse da plataforma manter a ferramenta do valor mínimo para realização de pedidos, fato inclusive percebido na dinâmica do “Plano Entrega”, onde o valor mínimo para finalização do pedido é calculado pelo próprio App.

Neste sentido, ressalta-se, inclusive, que no pedido mínimo não é incluso o frete, cobrado a parte, independentemente do plano firmado (Básico ou Entrega)[2] entre o fornecedor parceiro e a plataforma.

O Código de Defesa do Consumidor é claro ao declarar que condicionar o fornecimento de produto ou serviço mediante o fornecimento de outro, ou limitação quantitativa, sem justa causa, é considerada prática abusiva. O fato de o consumidor ter o direito de ir à outra plataforma ou negociar diretamente com o parceiro não tira a ilicitude na conduta da plataforma em realizar a exigência, já que é criada uma barreira que impede a consumação **na plataforma** caso não se atinja o valor pré-determinado.

Assim sendo, **há que se falar em nítida configuração de prática abusiva de venda casada por consumação mínima, que coloca o consumidor em estado de vulnerabilidade e onerosidade excessiva.**

2.3 Ação Civil Pública 5228186-13.2022.8.09.0051 – TJGO

2.3.1 Relatório

O Ministério Público de Goiás, por meio da 12ª Promotoria de Justiça de Goiânia, obteve, em outubro de 2024, sentença favorável na Ação Civil Pública ajuizada em face da “iFood”, após questionar a prática abusiva do aplicativo de entregas, que exigia um valor mínimo para os pedidos.

A decisão, que impacta consumidores e consumidoras em todo o país, reconheceu a abusividade da exigência do pedido mínimo na plataforma, que configura venda casada, prática vedada pelo Código de Defesa do Consumidor.

Na sentença proferida pelo juízo de primeiro grau, foram declaradas nulas as cláusulas contratuais entre a empresa e seus parceiros comerciais que preveem a possibilidade de exigência de valor mínimo para pedidos; foi apontado que a plataforma integra a cadeia de fornecimento, possuindo, portanto, responsabilidade solidária, mesmo atuando como *market place* (intermediária); foi determinado que a empresa retire gradualmente esta exigência no prazo de 18 meses; e foi determinada a condenação da empresa ao pagamento de R\$ 5.400.000,00 (cinco milhões e quatrocentos mil reais) a título de danos morais coletivos, a serem revestidos para o Fundo Estadual de Defesa do Consumidor de Goiás, nos termos do art. 57 do CDC e do art. 13 da Lei Federal 7.347/85.

Após a oposição de Embargos de Declaração por ambas as litigantes, o juízo de primeira instância ainda acolheu aqueles opostos pelo Ministério Público, determinando, assim, a exclusão do dispositivo sentencial que afirmava a necessidade de se aguardar o trânsito em julgado para redução gradual do valor mínimo exigido na plataforma do aplicativo.

Desta feita, a demandada (iFood) interpôs recurso de apelação e requereu a concessão de efeito suspensivo ao recurso interposto, para que a sentença tenha sua eficácia cessada até o julgamento em segunda instância.

O TJGO deferiu o requerimento realizado pela apelante, estando o citado recurso ainda pendente de julgamento.

2.3.2 Prevenção e a inconstitucionalidade da limitação territorial da eficácia de sentença em ACP conforme o Tema 1.075 do STF

Conforme se extrai do julgamento do Recurso Extraordinários RE 1101937 [3], com repercussão geral reconhecida (Tema 1.075) [4], o Supremo Tribunal Federal declarou a inconstitucionalidade do art. 16 da Lei Federal 7.347/85, alterada pela Lei 9.494/97, que limitava a eficácia das sentenças proferidas em ações civis públicas à competência territorial do órgão que a proferiu.

Na ocasião, o Relator do caso, Min. Alexandre de Moraes, destacou que ao limitar os efeitos da sentença aos beneficiados residentes no território da competência do órgão julgador, o artigo 16 da LACP obrigava o ajuizamento de diversas ações, com mesmo pedido e causa de pedir, em diferentes comarcas ou regiões, possibilitando a ocorrência de julgamentos contraditórios. Desta forma, além de enfraquecer a efetividade da prestação jurisdicional e a segurança jurídica, essa hipótese permitia que os sujeitos vulneráveis afetados pelo dano discutido na ação coletiva, que residissem em local diferente daquele da propositura da demanda, não fossem protegidos.

Durante o julgamento do Tema, em plenário, foi decidido que se tratando de Ação Civil Pública com abrangência nacional ou regional, a propositura da ação deveria ocorrer no foro ou na circunscrição judiciária da capital do estado ou no Distrito Federal, nos termos do art. 93, inciso II, do CDC.

Art. 93. Ressalvada a competência da Justiça Federal, é competente para a causa a justiça local:

[...] II – no foro da Capital do Estado ou no do Distrito Federal, para os danos de âmbito nacional ou regional, aplicando-se as regras do Código de Processo Civil aos casos de competência concorrente.

Em relação à competência, o STF decidiu que, de maneira a impedir decisões conflitantes proferidas por juízos diversos em sede de ACP, o juiz competente que primeiro conhecesse da matéria ficaria prevento para processar e julgar todas as demandas que proponham o mesmo objeto, nos termos dos art. 58, 59 e 61 do Código de Processo Civil.

Assim, foi aprovada a tese, nos seguintes termos:

I – É inconstitucional o art. 16 da Lei 7.347/1985, alterada pela Lei 9.494/1997.

II – Em se tratando de ação civil pública de efeitos nacionais ou regionais, a competência deve observar o art. 93, II, da Lei 8.078/1990.

III – Ajuizadas múltiplas ações civis públicas de âmbito nacional ou regional, firma-se a prevenção do juízo que primeiro conheceu de uma delas, para o julgamento de todas as demandas conexas”

3. CONCLUSÃO

Por todo exposto, nota-se que inúmeras funções e dinâmicas dos negócios jurídicos celebrados entre o “iFood”, os consumidores e os fornecedores parceiros, já são amplamente reconhecidos pela doutrina como de natureza consumerista. Ademais, o reconhecimento da prática abusiva de venda casada por consumação mínima via “app”, pelo “iFood”, foi confirmado pelo Poder Judiciário em sede de Ação Civil Pública, com efeitos *erga omnes* em todo o território nacional, não havendo que se falar, pelo menos até o trânsito em julgado da ação coletiva, em entendimento diverso a ser adotado pelos demais órgãos de execução ministerial.

Assim sendo, sem prejuízo da aplicação de multas administrativas pela prática abusiva, destacamos que o Ministério Público de Minas Gerais, embora competente, em caso de ajuizamento de ação civil pública no mesmo sentido, deve observar o juízo prevento para julgar a o objeto da ação (dano moral coletivo e abstenção do aplicativo em cobrar consumação mínima para realização de pedidos na plataforma), qual seja, o Tribunal de Justiça de Goiás, conforme entendimento firmado no Tem 1.075 do Supremo Tribunal Federal.

4. QUESITOS

Passa-se, assim, a responder os quesitos, já devidamente justificados:

1) O parecer sobre eventual existência de abusividades na cobrança de valores mínimos em pedidos realizados no “app” do iFood foi realizado?

R: *Sim.*

2) A prática pode ser enquadrada como venda casada?

R: *Sim.*

5. ENCAMINHAMENTOS

Por todo exposto, tendo em vista a possível repercussão estadual, sugerimos o encaminhamento da Investigação Preliminar 51.16.0145.0050138.2023-85 para a 14ª Promotoria de Justiça de Belo Horizonte, para conhecimento e providências cabíveis, sem prejuízo da continuidade da investigação do dano ou perigo de dano local e das eventuais medidas sancionatórias.

Aline de Melo Queiroz
Assessora jurídica

Gabriel Araújo de Mesquita
Estagiário de Pós Graduação

De acordo após revisão
Na data da assinatura digital.

Christiane Vieira Soares Pedersoli
Coordenadora

[1] MARQUES, Claudia Lima. A nova noção de fornecedor no consumo compartilhado: um estudo sobre as correlações do pluralismo contratual e o acesso ao consumo. Revista de Direito do Consumidor, 2020.

[2] No “Plano Básico”, os estabelecimentos parceiros são responsáveis pela produção e pela entrega dos pedidos feitos pelos consumidores. O consumidor acesa a plataforma, solicita o pedido, que é preparado pelo parceiro, e entregue para o consumidor. Já no “Plano Entrega”, os estabelecimentos parceiros são os responsáveis pela produção dos pedidos e a entrega é realizada por entregadores independentes. A logística é mais elaborada: o consumidor acessa a plataforma, solicita o pedido, que é feito pelo parceiro, e depois um entregador parceiro vai até a loja e retira o produto, entregando no local solicitado pelo consumidor.

[3] Disponível em < <https://portal.stf.jus.br/jurisprudenciaRepercussao/verAndamentoProcesso.asp?incidente=5336275&numeroProcesso=1101937&classeProcesso=RE&numeroTema=1075> >, 14/06/2021

[4] Disponível em < <https://portal.stf.jus.br/jurisprudenciaRepercussao/detalharProcesso.asp?numeroTema=1075> >, Manifestação/Voto.



Documento assinado eletronicamente por **CHRISTIANE VIEIRA SOARES PEDERSOLI, COORDENADOR II**, em 16/06/2025, às 14:38, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **GABRIEL ARAUJO DE MESQUITA, ESTAGIARIO**, em 16/06/2025, às 14:47, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **ALINE DE MELO QUEIROZ, FG-2**, em 23/06/2025, às 14:31, 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 **8873543** e o código CRC **B21B78FE**.