



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Processo Administrativo nº 0024.18.021166-6

Reclamada: Magazine Luiza S.A

DECISÃO ADMINISTRATIVA

**1 - RELATÓRIO**

Cuida-se de Processo Administrativo instaurado no dia 06/12/2018 (fl. 02) em face do Magazine Luiza S/A, ora Reclamada, inscrita no CNPJ sob o número 47.960.950/0001-21, com endereço na Rua do Comércio, 1924, Bairro Centro, CEP 14400-660 – Franca/SP, visando apurar a seguinte prática infrativa:

*O fornecedor efetua a cobrança de seguro e/ou produtos não solicitados/contratados pelo consumidor, através de lançamentos indevidos do valor correspondente nas faturas dos cartões de crédito que administra. (Artigos 6º, II e IV; 7º, 39,III e VIII; 46; 48; 51,IV, XV e 51, §1º, I, ambos da Lei 8.078/90; artigos 12, IV, V e IX "a" e artigo 22, IV, ambos do Decreto 2.181/97).*

Às fls. 03/137 foram juntadas mais de 1500 reclamações sobre a cobrança de seguro e/ou produtos não solicitados/contratados pelo consumidor.

Foram acostados aos autos Relatório da Administração do Magazine Luiza, referente ao ano de 2017 e Fatos Relevantes sobre o produto investigado, os quais comunicam a parceria da Magazine Luiza com Itaú Unibanco e Luizacred envolvendo valores de **R\$ 48 milhões** de reais (fl.139) e renovação do acordo de aliança estratégica com BNP Paribas Cardif e Luizaseg com valores de **R\$ 330 milhões de reais** (fl.140).

Às fls.145 e 146 consta demonstrativo dos sócios, pessoas físicas e jurídicas, relacionado ao Banco Itaucard S.A e a Reclamada, bem como Fato Relevante referente ao ano de 2009, no qual o Itaú e Magazine Luiza acordaram estender até 31 de dezembro de 2029 o prazo de exclusividade concedido pelo Magazine Luiza à Luizacred para o



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

---

oferecimento de seguros. Em contrapartida, o Itaú Unibanco pagaria em 1º de dezembro de 2009 ao Magazine Luiza o montante de **R\$ 250 milhões de reais**.

Na sequência foram acostados aos autos Condições Gerais do seguro Bolsa Protegida estabelecido pela Cardif (fls.148/157), Relatório da Administração do Magazine Luiza do ano de 2010 (fls.158/168), Manual da Administração (fl.169/171), Fatos Relevantes consistente em acordo entre a Cardif e a Reclamada no valor de **R\$ 40 milhões de reais** em relação a comercialização do produto investigado (fl. 172).

Ato contínuo, a Reclamada foi oficiada para apresentar defesa, nos termos do ofício de fls. 175.

Primeiramente, alegou o Magazine Luiza S.A, que é empresa especializada no varejo, mas que disponibiliza a venda de seguros e serviços por meio de parceiros rigorosamente selecionados, como é o caso do Itaú Unibanco e a Seguradora Cardif.

Desta forma, sendo a sua especialidade o varejo, aduziu que busca munir-se de todas as informações necessárias e treinamento de seu pessoal, para quando oferecimento dos produtos/serviços, cumprir com o seu dever de informar junto ao consumidor.

Salientou que as empresas do varejo e seguradora firmaram carta após a realização da operação conjunta dos Procons de Minas Gerais, intitulada "*De olho na garantia estendida e serviços adicionais*", sobre a venda de seguros em organizações varejistas, comprometendo-se a coibir qualquer prática infrativa.

Acrescentou que havendo discordância ou simples renúncia do cliente quanto ao contrato, são disponibilizados diversos canais para que este possa cancelar a contratação, sendo eles: a) Central do Cartão Luiza, b) Central de Atendimento Cardif e c) Loja física Magazine Luiza.

A empresa Reclamada alegou ainda, que após a contratação de seguro (Cardif), de imediato é enviado um SMS para o cliente, de modo que ainda na própria loja ele receba as informações do seguro, a fim de evitar qualquer controvérsia.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

---

Por fim, requereu o arquivamento do feito, sustentando que a conduta da empresa é lisa e cercada de medidas protetivas aos seus clientes, sendo a comercialização de produtos e serviços de seguro cristalina e com anuência do consumidor.

Anexa a defesa, foram juntados os documentos de fls.186/294.

À fl. 295 foi protocolado requerimento de agendamento de audiência, que foi realizada em conjunto com outras empresas investigadas em razão do pedido expresso e da identidade do preposto (fl.295).

Na audiência realizada, em 22/03/2019 (fl. 298), foi entregue cópia da minuta do Termo de Ajustamento de Conduta, devendo Ministério Público entregar no prazo de 20 dias o relatório do proveito econômico da conduta abusiva para designação de nova audiência.

Foi determinado, às fls. 300, a juntada de vários documentos, a retificação da Portaria Inaugural, a expedição de ofício para a Receita Federal e para o CEAT indicar perito economista.

Intimação do perito nomeado para análise do feito e proposta de honorários à fl. 329.

Resposta do ofício da Receita Federal contendo os e-mails cadastrados para o envio de informações das empresas às fls. 330/331.

Na sequência consta à fls.322/338, Termo de Compromisso assinado pelo Perito nomeado nos autos, bem como o Parecer Técnico elaborado pelo mesmo, com o objetivo de demonstrar as consequências da agressividade no fornecimento de produtos e serviços financeiros, sem a prévia e expressa anuência do consumidor.

No dia 15 de maio de 2019 foi realizada nova reunião com os representantes das empresas com a finalidade de assinar Termo e Ajuste de Conduta, o que restou infrutífero frente a falta de interesse da Reclamada (fl. 339).



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

---

Em continuidade, a empresa reclamada foi notificada para tomar ciência da juntada dos documentos acostados às fls. 300/362, bem como manifestar sobre a possibilidade de firmar o Termo de Ajustamento de Conduta cuja minuta foi entregue no dia 22/03/2019. Não havendo o interesse na assinatura da referida proposta, que apresentasse alegações finais.

Em síntese, a Magazine Luiza reiterou o alegado na sua defesa e ressaltou o interesse em firmar o Termo de Ajustamento de Conduta, desde que as partes consigam chegar a um bom termo, especialmente no que se refere ao valor a ser recolhido ao Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor.

Vieram os autos para decisão.

É o necessário relatório.

## 2 – FUNDAMENTAÇÃO

Não havendo nenhuma preliminar arguida pelo infrator, passo, pois, ao julgamento administrativo dos fatos, com base no CDC, no Decreto 2.181/97 e na Resolução PGJ nº 14/19.

De acordo com as reclamações que instruíram o presente Processo Administrativo, restou comprovado que o Magazine Luiza S/A, cobrou sem solicitação/autorização prévia e inequívoca dos consumidores, várias modalidades de seguros, dentre outros produtos e serviços, por meio das faturas dos cartões de crédito de sua administração, como as colacionadas a seguir:

1 ° - Atendimento - Região: Sudeste - UF: MG - Procon: Procon Belo Horizonte - Cidade do Consumidor: Belo Horizonte - Meio de Consumo: Estabelecimento Comercial - Área: Assuntos Financeiros - Assunto: Cartão de Crédito - Problema: Cobrança indevida. - Tipo de Atendimento: Simples Consulta - Forma de Atendimento: Pessoalmente - Razão Social: MAGAZINE LUIZA S/A - Nome Fantasia: MAGAZINE LUIZA - CNPJ: 47960950000121 - FA Nr: 31002001100000005 - Data: 04/01/2010 - Orientação Atendimento: O



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

CONSUMIDOR POSSUI UM CARTAO DA MAGAZINE LUIZA, E NO MOMENTO EM QUE FOI FEITO O REFERIDO CARAO AO CONSUMIDOR FORA IMPINGIDO UM SEGURO QUE SEGUNDO A ATENTENDE DA LOJA, ERA UM SERVIÇO OBRIGATORIO, CONFIGURANDO UMA VENDA CASADA. O CONSUMIDOR LIGOU 0800726-1784.

13 ° - Atendimento - Região: Sul - UF: RS - Procon: Procon Municipal de PORTO ALEGRE - Cidade do Consumidor: Porto Alegre - Meio de Consumo: Outros - Área: Assuntos Financeiros - Assunto: Cartão de Loja - Problema: Cobrança indevida. - Tipo de Atendimento: Atendimento Preliminar - Forma de Atendimento: Pessoalmente - Razão Social: MAGAZINE LUIZA S.A. - Nome Fantasia: MAGAZINE LUIZA - CNPJ: 47960950029103 - FA Nr: 43002001100001707 - Data: 19/02/2010 - Orientacao Atendimento: Relata a consumidora que fez uma compra nas Lojas Magazine Luiza e que o gerente ofereceu o cartão da loja, a consumidora aceitou mas não quis fazer nenhum seguro, nem o de vida de o de perda ou roubo. Mas a consumidora já pagou duas parcelas do seguro. Mediação: A o entrar em contato com a atendente fui informada de que a consumidora não irá mais pagar os seguros e que para os valores serem devolvidos ela deve abrir uma ocorrência. Nº 60355465 no dia 26/02 a consumidora deve ligar para saber se o valor foi estornado. - TextoCarta Atendimento: NULL - Resposta CIP: NULL

17 ° - Atendimento - Região: Sul - UF: RS - Procon: PROCON Municipal de Canoas - Cidade do Consumidor: Canoas - Meio de Consumo: Estabelecimento Comercial - Área: Assuntos Financeiros - Assunto: Cartão de Loja - Problema: Cobrança indevida. - Tipo de Atendimento: Atendimento Preliminar - Forma de Atendimento: Pessoalmente - Razão Social: MAGAZINE LUIZA S/A @ - Nome Fantasia: MAGAZINE LUIZA - CNPJ: 47960950029537 - FA Nr: 43005001100001749 - Data: 18/03/2010 - Orientacao Atendimento: Relata a aparte consumidora que esta sendo descontado de seu cartao da Magazine Luiza uns seguros não solicitados. Entramos em contato com a fornecedora que nos informou que iriam cancelar . - TextoCarta Atendimento: NULL - Resposta CIP: NULL

103 ° - Atendimento - Região: Centro-oeste - UF: MS - Procon: Procon Municipal de Dourados - Cidade do Consumidor: Dourados - Meio de Consumo: Estabelecimento Comercial - Área: Assuntos Financeiros - Assunto: Cartão de Crédito - Problema: Cobrança indevida. - Tipo de Atendimento: Abertura Direta de Reclamação - Forma de Atendimento: Pessoalmente - Razão Social: MAGAZINE LUIZA S/A - Nome Fantasia: MAGAZINE LUIZA - CNPJ: 47960950008882 - FA Nr: 50005001110004080 - Data: 10/03/2011 - Orientacao Atendimento: NULL - TextoCarta Atendimento: Relatou a consumidora que em 31/07/2009 adquiriu uma TV Ultra Slim nesta reclamada. Ocorre que alguns dias depois chegou na residência da consumidora um cartão de credito da Luisa Cred n.5179 \*\*\*\* 0903, ao qual não havia sido solicitado. Porem não reclamou, e quando acabou de pagar a TV, notou que continuou vindo faturas. Foi até a reclamada para esclarecimentos e foi informada que as faturas eram referentes a um seguro de perdas e roubos, e como ela não havia solicitado pediu o cancelamento do cartão e do seguro, e disseram que após o pagamento da última fatura, no valor de R\$49,50, o cartão seria cancelado e cessariam as cobranças. O que não aconteceu, pois continuaram vindo faturas, foi novamente a reclamada e lhe disseram que as faturas eram de um seguro de vida de R\$7,90 por mês, só que este ainda não foi cancelado e ainda continuam vindo cobranças.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Visto que a consumidora não solicitou o cartão, e muito menos os seguros, ela veio até este órgão pleitear o cancelamento do cartão e dos seguros, bem como a **desconsideração** das faturas, e ainda o ressarcimento dos valores pagos pelo serviço não solicitado, que é de R\$49,50. - Resposta CIP: NULL

816 ° - Atendimento - Região: Sudeste - UF: MG - Procon: Programa Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor de Cataguases/MG - Cidade do Consumidor: Cataguases - Meio de Consumo: Estabelecimento Comercial - Área: Assuntos Financeiros - Assunto: Cartão de Crédito - Problema: Cobrança indevida. - Tipo de Atendimento: CIP (Carta de Informações Preliminares) - Forma de Atendimento: Pessoalmente - Razão Social: MAGAZINE LUIZA SA - Nome Fantasia: NULL - CNPJ: 47960950000121 - FA Nr: 31075001160002892 - Data: 06/09/2016 - Orientação Atendimento: NULL - TextoCarta Atendimento: Que, possui um cartão de crédito de nº 5309.XXXX.XXXX.9765, bandeira Master Card, vinculado a loja Magazine Luiza, tendo a reclamada como administradora. Ocorre que, a consumidora constatou em suas faturas os seguintes cobranças: Seguro Luiza, no valor de R\$ 9,90 e Seguro Luiza em 12 prestações de R\$ 11.89. Alega a consumidora não ter contratado referidos seguros, sendo assim entrou em contato com a reclamada, contudo sem lograr êxito. Inconformada com o ocorrido, procurou intermédio deste Órgão a fim de dirimir o impasse. Destarte, com fulcro nos artigos 6º, III e 39, V do CDC, requer a consumidora esclarecimento dos fatos, o imediato cancelamento dos seguros, bem como o estorno dos valores pagos indevidamente. - Resposta CIP: NULL

898 ° - Atendimento - Região: Nordeste - UF: PE - Procon: Procon Estadual de Pernambuco - Cidade do Consumidor: Belo Jardim - Meio de Consumo: Estabelecimento Comercial - Área: Assuntos Financeiros - Assunto: Cartão de Crédito - Problema: SAC - Cancelamento de serviço (retenção, demora, não envio do comprovante) - Tipo de Atendimento: Abertura Direta de Reclamação - Forma de Atendimento: Pessoalmente - Razão Social: F S VASCONCELOS & CIA LTDA MAGAZINE LUIZA S/A - Nome Fantasia: NULL - CNPJ: 47960950000121 - FA Nr: 26001021160073364 - Data: 29/12/2016 - Orientação Atendimento: NULL - TextoCarta Atendimento: A consumidora titular sob número de cartão de crédito: 5307. XXXX. XXXX. 7938, conforme comprova documentação anexada ao processo, Faz-se mister informar que a autora vem pagando um seguro mensalmente no valor de R\$ 11,89 e não foi informada desse seguro, só foi informada da anuidade que é no valor de R\$ 7,99 e de envio de mensagem automática que é no valor de R\$ 5,00. A autora pediu o cancelamento do seguro no dia 07/10/2016 e não foi cancelado, pediu novamente mas até o presente momento não foi cancelado e no dia 28/12/2016 pediu também o cancelamento do cartão, fato que a motivou a procurar o presente órgão em defesa de seus direitos. Sem nada, mas a constar. Diante do exposto Requer a restituição do valor pago pelos seguros, o cancelamento do seguro e o cancelamento do cartão de crédito. (Art. 6º) São direitos básicos do consumidor: (Art. 6º, inciso I) a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos; (Art. 6º, inciso II) a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações; (Art. 6º, inciso III) a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem (Redação dada Lei nº 12.741, de 8.12.2012); (Art. 6º, inciso



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

---

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; - Resposta CIP: NULL

Não bastasse a cobrança indevida de produtos/serviços não autorizados/solicitados, os consumidores alegaram que não obtinham êxito perante o fornecedor, quando solicitavam o cancelamento/exclusão dos mesmos de suas faturas, assim como não recebiam o estorno dos valores pagos indevidamente, tendo que recorrer aos órgãos de defesa do consumidor na tentativa de resolver o problema.

Ao que se verifica, pelas referidas reclamações, a Reclamada ora se nega a realizar o cancelamento dos seguros, ora promete o seu cancelamento, mas continua efetuando a cobrança indevida dos valores indevidos nas faturas subsequentes à solicitação de cancelamento, em total desrespeito aos direitos do consumidor.

Da mesma forma, conclui-se que, se esses consumidores não contrataram/autorizaram tais produtos, vindo a saber de sua existência somente quando passam a receber a fatura do cartão com a cobrança indevida lançada entre as demais despesas do cartão de crédito, por consectário lógico, tais consumidores também não receberam nenhuma informação prévia sobre as condições contratuais desses produtos ou serviços, como determina o art. 46 do CDC.

O direito à informação é garantia fundamental que se encontra inserida no inciso XIV do artigo 5.º da Magna Carta. No âmbito da defesa do consumidor, esse direito assume duplo papel como faces de uma mesma moeda, sendo, ao mesmo tempo, um direito do consumidor e um dever do fornecedor (inciso III do artigo 6.º da Lei n.º 8.078/90). É ele, assim, um direito que busca equilibrar a relação consumerista entre fornecedor e consumidor, parte vulnerável da relação.

Por sua importância, o direito de informação desdobra-se em vários princípios privilegiados pelo Código de Defesa do Consumidor, dentre eles, o princípio da transparência, que está positivado nos arts. 4.º e 6.º, III, de mencionado diploma legal, e visa assegurar ao consumidor a ciência daquilo que está assumindo.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Esta plena ciência somente é possível mediante a informação pelo fornecedor de todos os dados necessários à tomada de decisão pelo consumo ou não do produto ou do serviço de forma eficiente, com clareza e precisão.

A falta ou a insuficiência da informação implica limitação da liberdade de escolha do consumidor, direito básico previsto no inciso II do mencionado artigo 6.º e intrinsecamente vinculado ao direito de informação.

A mais recente e abalizada doutrina consumerista realça a importância da transparência e da informação nas relações de consumo de uma sociedade democrática e no papel fundamental desempenhado em respeito aos direitos do consumidor.

Vale transcrever, a propósito, as lições de JORGE ALBERTO QUADROS DE CARVALHO SILVA, in "Código de Defesa do Consumidor Anotado", Saraiva, 2.001, pág.12:

*O princípio da transparência, essencialmente democrático que é, ao reconhecer que, em uma sociedade, o poder não é só exercido no plano da política, mas também da economia, surge no Código de Defesa do Consumidor, com o fim de regulamentar o poder econômico, exigindo-lhe visibilidade, ao atuar na esfera jurídica do consumidor.*

*No Código de Defesa do Consumidor, ele fundamenta o direito à informação, que se encontra presente nos arts.4º, caput, 6º, III, 8º, caput, 31, 37, §3º, 46 e 54, §§3º e 4º, e implica assegurar ao consumidor a plena ciência da exata extensão das obrigações assumidas perante o fornecedor.*

*De acordo com o princípio da transparência (full disclosure), explica Fábio Ulhôa Coelho, não basta ao empresário abster-se de falsear a verdade, deve ele transmitir ao consumidor em potencial todas as informações indispensáveis à decisão de consumir ou não o fornecimento.*

A respeito do direito básico à informação, prevê o Código de Defesa do Consumidor:

*Art. 6º São direitos básicos do consumidor:*

*I - ...*

*III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características,*





MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

---

*composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;*

Por turno, o artigo 31 do Código cuida do dever de informar a cargo do fornecedor, pois o consumidor bem informado atende ao direito básico da informação e da liberdade de escolha. (Lei 8.078/90, art. 6º, incisos II, 2ª parte, e III).

*Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade, origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.*

Ademais, a Lei 8.078/90 estabelece em seu art. 4º, que a política nacional das relações de consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria de sua qualidade de vida e a transparência e harmonia nas relações de consumo. E, conforme disposto em seu inciso IV, a educação e a informação de fornecedores e consumidores quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria nas relações de consumo, como princípio a ser atendido também pelo poder público.

Segundo pesquisa realizada "Pesquisa Data Popular/ IDEC – 25 anos do Código de Defesa do Consumidor", 81% dos entrevistados afirmaram já ter tido algum problema relacionado a Lojas de Eletroeletrônica ([https://www.defesadoconsumidor.gov.br/images/manuais/Resultados\\_Pesquisa\\_IDEC-DataPopular.pdf](https://www.defesadoconsumidor.gov.br/images/manuais/Resultados_Pesquisa_IDEC-DataPopular.pdf))

Consoante a mesma pesquisa, apesar de inúmeros consumidores terem algum problema com serviços de Lojas e E-Commerce, apenas 19%, conforme constatado na referida pesquisa, fazem suas reclamações junto aos órgãos de defesa do consumidor. (fls. 350, verso).

Apesar do grande número de reclamações sobre a má prestação no serviço praticada por lojas de eletroeletrônica, na qual se inclui a Magazine Luíza, referida pesquisa



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

---

constatou que muitas vezes os consumidores deixam de reclamar quando enfrentam problemas, e um dos principais motivos citados pelos consumidores é o desgaste gerado e a falta de punição.

Ademais, o volume das reclamações colacionadas diz respeito somente a 55% dos municípios que estão interligados ao Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor – SINDEC.

Portanto, o enorme número de reclamações acostados às fls. 03/137v é ínfima e representa uma pequena porcentagem da conduta abusiva perpetrada pela Reclamada, além de não envolver a periodicidade (o consumidor lesado paga por várias vezes o valor cobrado abusivamente), evidenciando que a prática perpetrada é corriqueira e disseminada contra a grande parte dos consumidores que possuem os cartões de crédito emitidos/administrados pelo Magazine Luíza.

Ora, o ato de ofertar um produto ou serviço ao consumidor insere-se na fase pré-contratual, cujo principal postulado é a boa-fé objetiva, ou seja, a necessidade de as partes agirem com lealdade e honestidade, de tal forma que uma não frustrar a expectativa da outra.

Essa fase caracteriza-se, também, pelos deveres anexos de proteção, cooperação/lealdade e informação, que visam equilibrar a relação obrigacional, satisfazendo os interesses das partes e impedindo que uma lese os interesses da outra (Lei n.º 8.078/90, artigos 6.º, 9.º, 30, 31, 36, 37, 39, 46 e 47).

Bruno Miragem, discorrendo sobre o tema, escreve:

*Assim, por exemplo, ao considerar-se um contrato, a boa-fé objetiva impõe deveres tanto antes da sua celebração formal – como os deveres de informar corretamente, ou realizar uma oferta clara, sem equívocos – assim como durante a execução e após sua extinção, podendo permanecer, findo o ajuste, deveres a serem respeitados pelas partes (por exemplo, a garantia contra vícios). (Direito do consumidor. São Paulo: RT, 2008, p. 72)*



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

No mesmo sentido o entendimento de Cláudio Bonatto e Paulo Valério Dal Pai Moraes, para os quais o princípio da boa-fé objetiva:

*Traduz a necessidade de que as condutas sociais estejam adequadas a padrões aceitáveis de procedimento que não induzam a qualquer resultado danoso para o indivíduo, não sendo perquirido da existência de culpa ou de dolo, pois o relevante na abordagem do tema é a absoluta ausência de artifícios, atitudes comissivas ou omissivas, que possam alterar a justa e perfeita manifestação de vontade dos envolvidos em um negócio jurídico ou dos que sofram reflexos advindos de uma relação de consumo. (in Questões Controvertidas no Código de Defesa do Consumidor, p. 37/38, 1999) (Destacou-se).*

Basta que o fornecedor deixe de prestar, de forma clara, precisa e objetiva, a um único consumidor, as informações inerentes ao serviço que a ele está sendo oferecido para caracterizar a infração.

Portanto, ao inserir no valor final da transação o montante correspondente a serviços não solicitado pelo consumidor e não cancelar quando solicitado, o Magazine Luíza age de forma desleal e trai a confiança nela depositada, agindo de forma abusiva.

Nesse sentido, restam configuradas as infrações descritas nos incisos III e IV do artigo 39 da Lei n.º 8.078, de 1990, in verbis:

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

*I - ...*

*III – enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;*

*...]*

*IV – prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços. (Destacou-se)*

Corroborando o entendimento ora sustentado, as decisões proferidas em diversos tribunais:

**RECURSO INOMINADO. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS C/C DANOS MORAIS. COBRANÇA INDEVIDA DE PRÊMIO SECURITÁRIO SOB A RUBRICA "SEGURO LUIZA**



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
 PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

**CARTÃO” E DE TARIFAS SOB AS RUBRICAS “ANUIDADE DIFERENCIADA”, “AVAL. EMERG. CREDITO” E “ENVIO MENS. AUTOMÁTICA” NA FATURA DO CARTÃO DE CRÉDITO DO AUTOR. CONTRATAÇÃO NÃO COMPROVADA. ABUSIVIDADE DA CLÁUSULA DE 90 (NOVENTA) DIAS. SÚMULA 44 DO TJPR. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO. RESTITUIÇÃO EM DOBRO DEVIDA. DANO MORAL CONFIGURADO. INDENIZATÓRIO ARBITRADO EM R\$2.000,00 (DOIS MILQUANTUM REAIS). MATÉRIA JÁ DECIDIDA POR ESTE COLEGIADO. DECISÃO MONOCRÁTICA. ENUNCIADOS 102 E 103 DO FONAJE. SENTENÇA PARCIALMENTE REFORMADA. Recurso do autor provido. Recurso do réu desprovido. (TJPR - Processo: 0011248-81.2016.8.16.0130 (Decisão monocrática) - Relator(a): Juiz Siderlei Ostrufka Cordeiro - Órgão Julgador: 2ª Turma Recursal - Comarca: Paranavaí - Data do Julgamento: 20/03/2017 - Fonte/Data da Publicação: 20/03/2017) (Destacou-se).**

**RECURSO INOMINADO. PEDIDO DE BALCÃO. REPETIÇÃO DE INDÉBITO. CONSUMIDOR. CARTÃO DE CRÉDITO MAGAZINE LUIZA. CONTRATO DE ADESÃO. COBRANÇA DE DOIS SEGUROS. UM DELES COM COMPROVAÇÃO NOS AUTOS E COM COBERTURA RESIDENCIAL E OUTRO SEM INDICAÇÃO OU ORIGEM. AUSENTE EXPRESSA ANUÊNCIA. ATO ILÍCITO. PRÁTICA ABUSIVA. VIOLAÇÃO AOS PRINCÍPIOS DA BOA-FÉ OBJETIVA, DEVER DE INFORMAÇÃO E DA TRANSPARÊNCIA. DEVOUÇÃO EM DOBRO. APLICAÇÃO DO § ÚNICO DO ART. 42 DO CDC. PRESCRIÇÃO DE ACORDO COM O ART. 206, § 1º, INCISO II, DO CC. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO.(TJRS - Recurso Cível, Nº 71006918015, Quarta Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Luis Antonio Behrendorf Gomes da Silva, Julgado em: 14-09-2017) (Destacou-se).**

**AÇÃO DE REPETIÇÃO DE INDÉBITO CUMULADA COM INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS** Cartão de crédito Cobrança de seguro Pedido de cancelamento Carta endereçada ao autor pela ré, no sentido de que cancelou a cobrança do seguro, e estorno dos valores na fatura do mês seguinte Cobrança das parcelas mensais do seguro que, no entanto, persistiu na mesma fatura em que houve o estorno e nas posteriores Sentença de improcedência - **Consumidor não é obrigado a ficar vinculado a cobrança de seguro cujo cancelamento requereu expressamente Prática abusiva, vedada pelo Código de Defesa do Consumidor (art. 39, III) Inexigibilidade da cobrança Ré deverá se abster de efetuar o lançamento do valor do seguro nas faturas, sob pena de multa por ato de descumprimento, de R\$1.000,00, limitada a R\$12.000,00 Art. 537 do CPC Repetição do indébito em dobro dos valores cobrados indevidamente, a partir do cancelamento Danos morais Ocorrência Cobrança insistente e indevida, mesmo após o suposto cancelamento - Situação narrada que ultrapassa os meros dissabores do cotidiano, infligindo na vítima desconforto e abalo passíveis de compensação extrapatrimonial Presentes estão o ato ilícito, o dano e o nexo de causalidade - Quantum indenizatório Valor deve ser fixado de forma a reparar a vítima e desestimular o ofensor, sem causar enriquecimento indevido Valor de R\$3.000,00, que cumpre as**



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

*finalidades do instituto e observa os princípios da razoabilidade e proporcionalidade Correção monetária a partir do arbitramento (Súm. 362 do STJ) e juros de mora a partir da citação (art. 405 do CC) Inversão dos ônus sucumbenciais Decisão reformada RECURSO PROVIDO (TJSP - APELAÇÃO: 1002564-87.2018.8.26.0297 COMARCA: JALES (2ª VARA) APTÉ.: LINDOLFO SOARES DE ARAUJO (JUSTIÇA GRATUITA) APDA.: LUIZACRED S.A. SOCIEDADE DE CRÉDITO, FINANCIAMENTO E INVESTIMENTO. SPENCER ALMEIDA FERREIRA Relator. DJ 15/04/2019.) (Destacou-se)*

**APELAÇÃO CÍVEL. CONTRATOS DE CARTÃO DE CRÉDITO. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL. LANÇAMENTO DE VALORES NA FATURA MENSAL DA AUTORA A TÍTULO DE SEGURO NÃO CONTRATADO. DANO MORAL CARACTERIZADO. SENTENÇA DE IMPROCEDÊNCIA REFORMADA. INDENIZAÇÃO FIXADA EM R\$ 2.000,00. INVERSÃO DOS ÔNUS SUCUMBENCIAIS. MANUTENÇÃO DA VERBA HONORÁRIA. Evidente a conduta abusiva e ilícita da instituição financeira, ao lançar na fatura do cartão de crédito da requerente valores a título de seguro não contratado por aquela. Tal prática gerou abalo moral indenizável, na medida em que o incômodo ocasionado à cliente ultrapassou o mero dissabor. Relevante o fato de que a consumidora, sem obter êxito, via telefônica, em ver respeitado o seu direito, teve que recorrer à contratação de um profissional do Direito e ao ajuizamento de uma demanda judicial, quando só então conseguiu livrar-se da cobrança ilegal. Trata-se de dano moral *in re ipsa*, que dispensa a comprovação da extensão dos danos, sendo estes evidenciados pelas circunstâncias do fato. Pelas peculiaridades dos autos, cabível a condenação do banco a ressarcir a autora na quantia de R\$ 7.000,00, a qual atende ao caráter repressivo e pedagógico da indenização. Inversão dos ônus sucumbenciais. A quantia fixada a título de verba honorária adequou-se aos parâmetros dispostos no art. 20, § 3º, do CPC, remunerando com dignidade o profissional que atuou na causa, daí porque deve ser mantida. APELAÇÃO INTERPOSTA PELA AUTORA PROVIDA, EM PARTE. POR MAIORIA. EMBARGOS DE DECLARAÇÃO. CONTRATOS DE CARTÃO DE CRÉDITO. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL. LANÇAMENTO DE VALORES NA FATURA MENSAL DA AUTORA A TÍTULO DE SEGURO NÃO CONTRATADO. DANO MORAL CARACTERIZADO. SENTENÇA DE IMPROCEDÊNCIA REFORMADA. INDENIZAÇÃO FIXADA EM R\$ 2.000,00. INVERSÃO DOS ÔNUS SUCUMBENCIAIS. MANUTENÇÃO DA VERBA HONORÁRIA. Impõe-se o desacolhimento dos embargos de declaração por ausente qualquer hipótese das previstas no artigo 535 do CPC, bem assim para o fim de prequestionamento da matéria. EMBARGOS DE DECLARAÇÃO DESACOLHIDOS. UNÂNIME (STJ – AgRG no AREsp: 815369 RS 2015/0296286-0, Relator: Ministra MARIA ISABEL GALLOTTI, Data de Publicação: 16/02/2017) (Destacou-se).**

Frise-se que a Reclamada, ao "fornecer" o referido produto/serviço ao consumidor firmou negócio jurídico sem a sua prévia autorização/solicitação, bem como



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

---

promoveu cobranças descabidas, celebrando unilateralmente um contrato despido de qualquer aquiescência prévia e voluntária do consumidor. É principiológica e cediço a ideia de que as obrigações contratuais devem ter como fundamento a manifestação de vontade das partes.

Para a execução de serviços ou a entrega de produtos é imprescindível que haja autorização expressa do consumidor. Esta autorização não precisa ser necessariamente escrita, mas deve ser inequívoca, cuja prova acerca de sua existência compete ao fornecedor, o qual deve acautelar-se nos momentos pré-contratual e contratual.

Assim, ao incluir, de forma ardil, o valor de um seguro ou outro produto na fatura do cartão de crédito do consumidor, este não tem como deixar de pagá-lo, uma vez que se o pagamento não for efetuado integralmente, o consumidor será cobrado na próxima fatura com encargos de financiamento (juros, tributos e outras despesas financeiras), além de encargos por atraso no pagamento.

Ademais, a Reclamada deixa nas mãos do consumidor o ônus de adotar uma atitude comissiva para desistir de um produto/serviço que não solicitou. Ou seja, pela sistemática adotada, se o usuário não requerer, insistir e reiterar seu desinteresse no serviço de seguro, a cobrança não é cessada.

Outrossim, o que se verifica é a dificuldade imposta pela Reclamada para que seja realizado o cancelamento dos seguros, mesmo depois de reiteradas tentativas realizadas pelos consumidores, não permitindo que o cancelamento se dê no próprio estabelecimento comercial.

Essa prática de venda é extremamente agressiva com o consumidor, eis que inexistente sua manifestação prévia. E quando este recebe o serviço não solicitado, não tem como recusá-lo e, ainda, encontra dificuldades para cancelar sua cobrança.

Dessa forma, tem-se que as cobranças efetuadas em razão dos produtos/serviços não contratados/autorizados pelos consumidores são sobremaneira



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

---

ilegítimas e, pois, indevidas e abusivas, não podendo os mesmos serem obrigados a pagar por produtos/serviços não solicitados.

Vale ressaltar, que no caso em comento, verifica-se que o lançamento de seguro ou outros produtos na fatura do cartão de crédito dos consumidores não corresponde a um equívoco da empresa Reclamada, mas a uma prática perpetrada ao longo do tempo, contra grande número de consumidores.

O Parecer Técnico esclareceu que em dezembro de 2015, foi estabelecido novo Acordo de Aliança Estratégica com empresas do grupo Cardif e com a Luizaseg, sendo que do valor acordado, **R\$ 42.000.000,00 (quarenta e dois milhões de reais)** foram destinados à controlada em conjunto Luizacred, tendo em vista que os seguros atrelados ao cartão de crédito são de exclusividade da Luizacred, empresa do grupo da Reclamada.

Salientou que o ambiente da rede varejista é mais adequado, ou menos intimidador, ao cliente inexperiente (baixa renda). A oferta é realizada dentro da própria loja de varejo pelo vendedor, em um ambiente mais atrativo, despretensioso e informal do que nas agências bancárias, fator que diminui a resistência do consumidor.

Em setembro de 2009, a Companhia celebrou um "Acordo de Associação" junto ao Itaú Unibanco Holding S.A. ("Itaú") e ao Banco Itaúcard S.A., por meio do qual a Companhia cedeu à Luizacred a exclusividade do direito de oferta, distribuição e comercialização de produtos e serviços financeiros na sua rede de lojas, pelo prazo de 20 anos. Pela referida associação, as instituições Itaú pagaram à vista o montante de **R\$ 250.000.000,00 (duzentos e cinquenta milhões)**.

Esclareceu o perito que segundo as informações publicadas a empresa Reclamada **obteve uma receita de R\$ R\$ 237.475.000 somente em 2018 com a venda de seguros**. E mais de **R\$ 1 bilhão de reais com seguros nos últimos anos**. (fl. 348).

Os números apresentados não foram contestados pela Reclamada, que teve oportunidade de se manifestar em várias ocasiões sobre o parecer técnico.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Em relação ao outro fornecedor também responsável pelo produto, Banco Itaucard, já se encontra em andamento ACP em fase de julgamento.

Diante de todo o exposto, julgo subsistente as infrações cometidas pelo Magazine Luiza descritas na portaria inaugural do presente procedimento.

### 3 - CONCLUSÃO

Restou claro, portanto, que o infrator acima qualificado incorreu nas práticas infrativas dos artigos 6º, II e IV; 7º, 39, III e VIII; 46; 48; 51, IV, XV e 51, §1º, I, ambos da Lei 8.078/90; artigos 12, IV, V e IX "a" e artigo 22, IV, ambos do Decreto 2.181/97, estando pois, sujeito à sanção administrativa prevista no art. 56, inciso I da Lei 8.078/90.

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 segs. do Decreto 2.181/97 e art. 20 da Resolução PGJ n.º 14/19, passo à graduação da pena administrativa.

a) A infração que enseja essa sanção administrativa, em observância à Resolução PGJ n.º 14/19, figura no grupo 3, em razão de sua gravidade, natureza e potencial ofensivo, pelo que aplico fator de pontuação 3.

b) Verifico que a ausência de vantagem auferida com a prática infrativa, razão pela qual aplico o fator 1.

c) Por fim, com o intuito de se comensurar a condição econômica do infrator, dever-se-á considerar a sua receita mensal média, o que o fazemos com base na receita bruta, nos termos do art. 24, da Resolução PGJ n.º 14/19.

Sendo assim, arbitro a receita bruta da empresa atuada com base no Resultado Bruto da Intermediação Financeira, publicado em sua página eletrônica ([www.ri.magazineluiza.com.br](http://www.ri.magazineluiza.com.br)), cujo valor encontrado corresponde a R\$ 4.801.000.000,00 (quatro bilhões oitocentos e um milhões de reais).





MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

---

Assim, o porte econômico do fornecedor, em razão de seu faturamento bruto é considerado GRANDE, o qual tem como referência o fator 1.000.

Estabelecido o valor do faturamento bruto da agência, calculo a receita mensal média no valor de R\$ 400.083.333,33 (quatrocentos milhões oitenta e três mil trezentos e trinta e três reais e trinta e três centavos) o qual será usado como parâmetro para a aplicação da multa.

d) Com os valores acima apurados, estando retratadas a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica, aplico os dados à fórmula prevista no artigo 28 da Resolução PGJ n.º 14/19, motivo pelo qual fixo o *quantum* da pena-base no valor de R\$12.007.500,00 (doze milhões sete mil e quinhentos reais), conforme se depreende da planilha de cálculos anexa, nos termos do art. 27 da Resolução PGJ n.º 14/19.

e) Reconheço a circunstância atenuante da primariedade (Dec. n.º 2.181/97, art. 25, II), motivo pelo qual diminuo a pena-base em 1/6 (um sexto), nos termos do art. 29 da Resolução PGJ n.º 14/19, resultando no valor de R\$ 10.006.250,00 (dez milhões seis mil e duzentos e cinquenta reais).

f) Reconheço a circunstância agravante prevista no inciso VI do artigo 26 do Decreto 2.181/97, eis que a prática infrativa ocasiona dano coletivo e possui caráter repetitivo, pelo que aumento a pena em 1/2 (metade), totalizando o *quantum de* R\$ 15.009.375,00 (quinze milhões nove mil, trezentos e setenta e cinco reais)

Considerando, ainda, que o teto máximo para aplicação da multa é de 3.000.000 de Ufirs, conforme disposto no art. 57 da Lei 8.078/90, reduzo o valor da multa a esse patamar, o que corresponde atualmente ao valor de R\$ 10.551.786,92 (dez milhões, quinhentos e cinquenta e um mil, setecentos e oitenta e seis reais e noventa e dois centavos), apesar de ser infinitamente menor que o ganho auferido com a conduta abusiva.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
PROMOTORIA DE JUSTIÇA DE DEFESA DO CONSUMIDOR


Desse modo, fixo a **MULTA DEFINITIVA** no valor de **R\$ 10.551.786,92** (dez milhões, quinhentos e cinquenta e um mil, setecentos e oitenta e seis reais e noventa e dois centavos).

ISTO POSTO, determino:

- 1) A intimação da Reclamada no endereço indicado à fl. 185 dos autos, para que, no prazo de 10 dias úteis, a contar do recebimento da notificação:
  - a) Recolha à conta do Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (C/C nº 6141-7 – Agência nº 1615-2 - Banco do Brasil), o valor da multa arbitrada nos termos do art. 3º, inciso II, da Lei Complementar Estadual nº 66, de 22/01/03;
  - b) Recolha os honorários periciais na proporção do valor correspondente a 0,1% da multa arbitrada, nos termos da nomeação de fls. 332/333, diretamente ao perito.
  - c) ou apresente recurso a contar da data de sua intimação, nos termos dos arts. 46, § 2º e 49, ambos do Decreto nº 2.181/97.
- 2) Publique-se extrato dessa decisão, no Diário Oficial Eletrônico do Ministério Público "DOMP/MG", e disponibilize o seu inteiro teor no *site* do Procon-MG.

Cumpra-se na forma legal.

Belo Horizonte, 17 de fevereiro de 2020.

  
Glauber S. Tatagiba do Carmo  
Promotor de Justiça

<b>PLANILHA DE CÁLCULO DE MULTA</b>			
ATENÇÃO: INSERIR INFORMAÇÕES NOS CAMPOS DESTACADOS PELA COR CINZA			
<b>Dezembro de 2019</b>			
<b>Infrator</b>	Magazine Luiza		
<b>Processo</b>	0024.18.021166-6		
<b>Motivo</b>			
<b>1 - RECEITA BRUTA</b>			<b>R\$ 4.801.000.000,00</b>
Porte =>	Grande Porte	12	R\$ 400.083.333,33
<b>2 - PORTE DA EMPRESA (PE)</b>			
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
<b>3 - NATUREZA DA INFRAÇÃO</b>			
a	Grupo I	1	<b>3</b>
b	Grupo II	2	
c	Grupo III	3	
d	Grupo IV	4	
<b>4 - VANTAGEM</b>			
a	Vantagem não apurada ou não auferida	1	<b>1</b>
b	Vantagem apurada	2	
<b>Multa Base = PE + (REC BRUTA / 12 x 0,01) x (NAT) x (VAN)</b>			<b>R\$ 12.007.500,00</b>
<b>Multa Mínima = Multa base reduzida em 50%</b>			<b>R\$ 6.003.750,00</b>
<b>Multa Máxima = Multa base aumentada em 50%</b>			<b>R\$ 18.011.250,00</b>
Valor da UFIR em 31/10/2000			1,0641
Taxa de juros SELIC acumulada de 01/11/2000 a 30/11/2019			230,54%
Valor da UFIR com juros até 30/11/2019			3,5173
<b>Multa mínima correspondente a 200 UFIRs</b>			<b>R\$ 703,45</b>
<b>Multa máxima correspondente a 3.000.000 UFIRs</b>			<b>R\$ 10.551.786,92</b>
Multa base			R\$ 12.007.500,00
Multa base reduzida em 1/6 (primariedade) – art. 25, II, Dec. 2181/97			R\$ 10.006.250,00
Acréscimo de ½ – art. 26, VI, do Decreto 2.181/97			R\$ 15.009.375,00
90% do valor da multa (art. 37 da Resolução PGJ nº14/19)			R\$ 13.508.437,50

