

[PAAF nº MPMG-0024.20.011882-6] Nº 19.16.1006.0030754/2020-95 / 2021

Parecer Jurídico nº 10/2021 - PGJMG/PROCON-MG/ASJUP

PRINCIPAL ASSUNTO: IP nº 0134.17.000287-4 (1ª Promotoria de Justiça de Caratinga/MG) - Análise da atuação de ASSISTENCIAL UNI E PAZ LTDA.-ME que, ofertam, a seus associados, descontos por meio de convênios e parcerias firmados com diversos estabelecimentos e profissionais da área de saúde.

EMENTA DO ASSUNTO: ENGANOSIDADE – (I)LEGALIDADE - DESCONTOS POR MEIO DE CONVÊNIO/PARCEIRA - SERVIÇOS FARMACÊUTICOS E DE SAÚDE AO LADO DE COMERCIALIZAÇÃO DE PLANOS DE ASSISTÊNCIA FUNERÁRIA – CONTRATO SOCIAL – REGISTRO ANS - CARTÃO DESCONTO SAÚDE – CONFORMIDADE CLÁUSULAS CONTRATUAIS

1. FATOS

Trata-se de expediente encaminhado pela 1ª Promotoria de Justiça de Caratinga/MG para análise quanto à:

- a) legalidade do modelo de prestação de serviço desenvolvido pela empresa ASSISTENCIAL UNI E PAZ LTDA.-ME que, sem incluir em seu contrato social a atividade de fornecimento de cartões de desconto em serviços farmacêuticos e de saúde, mantém tal oferta ao lado da comercialização de Planos de Assistência Funerária;
- b) eventual enganabilidade do modelo de publicidade aplicado, conforme documentos fornecidos pela própria empresa (modelos de *folders*, cartilhas, panfletos de propaganda e do cartão do associado);
- c) conformidade das cláusulas nos contratos de adesão referente ao cartão Desconto Saúde.

Instaurada a Investigação Preliminar, em maio de 2017, a empresa foi notificada a apresentar:

- a) contrato Social;
- b) as últimas campanhas publicitárias feitas nos últimos 12 (doze) meses;
- c) modelo do contrato de adesão firmado entre a empresa prestadora de serviço e seus clientes, informando ainda, o número de clientes associados de forma atualizada;
- d) declaração informando quais são os tipos de serviços oferecidos por ele.

Em resposta, a empresa informou que, conforme cláusula “3.1” do contrato, o serviço por ela prestado é de assistência funerária integral, consistente em **i)** fornecimento, ao Contratante ou ao(s) beneficiário(s), em caso de falecimento dos mesmos, dentro do período de vigência contratual, de traslado de restos mortais humanos, com observância da legislação em vigor, para distância de até 50km da sede do município de Caratinga, **ii)** fornecimento de urna funerária de comercialização padronizada, lisa, forrada, com babado, envernizada, com visor e véu, acessórios de ornamentação fúnebre como coroas, flores e velas, **iii)** outros serviços auxiliares, como a solicitação da certidão de óbito e guia para sepultamento junto à Prefeitura Municipal, não se incluindo os tributos eventualmente devidos para concessões e construções junto ao Cemitério.

Informou também que “mantém convênio com diversos estabelecimentos e clínicas médicas” para fins de concessão de descontos aos consumidores da Assistencial Uni e Paz.

2. PRELIMINARMENTE

Do conteúdo da solicitação proveniente da 1ª Promotoria de Justiça de Caratinga/MG, verifica-se que o pedido integra as atribuições a serem exercidas pelo Coordenador do Procon-MG e, por conseguinte, por sua Assessoria Jurídica, nos termos do inciso XVII, do artigo 4º, § 2º, da Resolução PGJ 15/2019¹.

Assim, passa-se à análise.

3. NORMATIZAÇÃO, FISCALIZAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE PLANOS DE ASSISTÊNCIA FUNERÁRIA

Conforme a Lei Federal 13.261/2016, a comercialização de planos de assistência funerária será de responsabilidade de empresas administradoras de planos de assistência funerária regularmente constituídas. Já a comercialização de tais planos somente poderá ser realizada mediante contrato escrito que tenha esse negócio jurídico como objetivo exclusivo.

Assim dispõem os artigos 2º e 3º da Lei Federal nº 13.261/2016:

[Lei nº 13.261, de 22 de março de 2016](#). Dispõe sobre a normatização, a fiscalização e a comercialização de planos de assistência funerária.

(...)

Art. 2º A comercialização de planos de assistência funerária será de responsabilidade de empresas administradoras de planos de assistência funerária regularmente constituídas, e a realização do funeral será executada diretamente por elas, quando autorizadas na forma da lei, ou por intermédio de empresas funerárias cadastradas ou contratadas.

Parágrafo único. Considera-se plano ou serviço de assistência funerária o conjunto de serviços contratados a serem prestados ao titular e a seus dependentes na realização das homenagens póstumas.

Art. 3º Somente serão autorizadas a comercializar planos de assistência funerária as empresas que o façam mediante contrato escrito que tenha por objeto exclusivo a prestação de serviço de assistência funerária e que comprovem:

I - manutenção de patrimônio líquido contábil equivalente a 12% (doze por cento) da receita líquida anual obtida ou prevista com a comercialização dos planos de assistência funerária no exercício anterior;

II - capital social mínimo equivalente a 5% (cinco por cento) do total da receita anual; e

III - quitação dos tributos federais, estaduais e municipais incidentes sobre a atividade.

Parágrafo único. São dispensadas da comprovação das exigências constantes dos incisos I a III do **caput** deste artigo as microempresas definidas nos termos do [inciso I do art. 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006](#).

(...)

Verifica-se, também, no dispositivo citado, que a empresa, conforme incisos I, II e III do artigo 3º da norma, deve atender a critérios econômicos e contábeis em sua constituição.

Nesse sentido, decisão do TJMG:

“(...) Em análise dos autos, verifica-se que merece parcial reforma a decisão agravada, considerando o regulamentado pela Lei 13.261/2016. Nesse sentido, tem-se que o referido ordenamento, em seu art. 3º, determina que "somente serão autorizadas a comercializar planos de assistência funerária as empresas que o façam mediante contrato escrito que tenha por objeto exclusivo a prestação de serviço de assistência funerária". In casu, através do alvará de Funcionamento da Empresa agravante (doc. 05) constata-se que a recorrente exerce mais de uma atividade comercial, in verbis: / "Objeto social da empresa: A SOCIEDADE A PARTIR DESTA DATA TEM POR OBJETO SOCIAL, POR ATIVIDADE PRIMARIA, A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ADMINISTRAÇÃO DE PLANOS DE ASSISTÊNCIA FUNERAL (CNAE 6511-1/02), E POR ATIVIDADE SECUNDÁRIA, A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE ADMINISTRAÇÃO DE CARTOES DE VANTAGENS (CNAE 8299-7/99)" Assim, embora inconteste que a agravante possua alvará de funcionamento, a lei que regula a fiscalização e a comercialização de planos de assistência funerária veda incisivamente a comercialização de planos de assistência funerária cumulada com outra atividade, o que ensejar a probabilidade do direito capaz de ensejar o deferimento da antecipação da tutela. Portanto, não obstante a informação da SUSEP, através do e-mail de doc. 19, de que registro de administradoras de planos de assistência funeral não faz parte de sua competência, resta evidenciada a manutenção da antecipação de tutela considerando a determinação expressa de lei. Ademais, se constata também a presença do risco de dano capaz de ensejar o deferimento da antecipação de tutela, uma vez que presente o perigo de lesão seus clientes e a eventuais novos consumidores.

(...) Não obstante, ressalta-se que o art. 5º da Lei 13.261/2016 estabelece que "é assegurado às empresas comercializadoras de planos de assistência funerária até a data de promulgação desta Lei o direito a manter em vigor e a cumprir os contratos já firmados por elas". Desta feita, a decisão agravada deve ser reformada parcialmente, apenas para possibilitar que a agravante mantenha em vigor e cumpra os contratos já firmados por elas até a data da promulgação da referida legislação. Ante tais considerações, DOU PARCIAL PROVIMENTO AO RECURSO, reformando em parte a decisão agravada, apenas para possibilitar que a agravante mantenha em vigor e a cumpra os contratos já firmados por ela até a data da promulgação da Lei 13.261/2016, conforme estabelece o art. art. 5º, do referido dispositivo legal. (Tribunal de Justiça de Minas Gerais TJ-MG - Agravo de Instrumento-Cv : AI 10000180131823001 MG - Inteiro Teor Processo AI 10000180131823001 MG, Relator Sérgio André da Fonseca Xavier Publicação 14/08/2018 Julgamento 14 de Agosto de 2018).

Tem-se, então, que a lei que regula a normatização, a fiscalização e a comercialização de planos de assistência funerária veda a comercialização de planos de assistência funerária cumulada com outra atividade ou serviço, em um único instrumento contratual.

Cabe ressaltar, entretanto, que os contratos anteriores à entrada em vigor da Lei Federal nº

13.261/2016 estão assegurados pelo artigo 5º da norma:

Art. 5º É assegurado às empresas comercializadoras de planos de assistência funerária até a data de promulgação desta Lei o direito a manter em vigor e a cumprir os contratos já firmados por elas.

3.1 – PRESTAÇÃO DA ASSISTÊNCIA FUNERAL E OUTROS SERVIÇOS

No contrato social da empresa ASSISTENCIAL UNI E PAZ LTDA.-ME consta, como objeto social, o serviço de plano assistencial funerário (fls. 11). Verifica-se, em consulta ao sistema SINTEGRA, em anexo, que a empresa é registrada como plano de auxílio-funeral.

Apesar de nada ser mencionado no contrato de assistência funerária (fls. 16/17), conforme documentos presentes nos autos da Investigação Preliminar nº 0134.17.000287-4, além de auxílio-funeral, é inegável que a requerida também tem como atividade a oferta de produtos e serviços de assistência à saúde, fato que pode ser observado em contratos de convênio (aparentemente sem ônus) firmados com pessoas físicas e jurídicas (fls. 30, 40, 42, 55, 76, entre outras) e de 2 (dois) de parcerias comerciais firmados com pessoas jurídicas (fls. 68 a 72).

São várias as empresas e diversos os prestadores de serviços na área de saúde e afins (fls. 19/159), inclusive com pactuação de valores diferenciados em produtos e serviços de saúde e/ou descontos exclusivos para os associados UNI e PAZ (cláusulas 3.3 e 3.4): *“para a fruição da prestação de serviços ou aquisição de produtos constante da atividade econômica do Contratado, com valores diferenciados aos ordinariamente praticados por este” (cláusula “2”)*.

Oficiado pela Promotoria de Justiça, o fornecedor encaminhou vasto material publicitário juntado às fls. 189 a 207.

A seguir, segue relação das pessoas jurídicas e físicas com as quais ASSISTENCIAL UNI E PAZ firmou contrato em 2015, onde se verifica, claramente, **a oferta de prestadores de serviços (pessoas físicas e jurídicas), a oferta de rede de fornecedores credenciados em cujos contratos consta a presença de cláusulas com previsão expressa do objeto e de direitos e obrigações típicas do exercício de atividade de plano de saúde pela requerida, como: a) serviços de assistência à saúde (odontológicos, e intermediações e encaminhamentos para exames, consultas médicas, internações, e procedimentos cirúrgicos); b) beneficiários e rede prestadora de serviços.**

Contratos de Convênio firmados pela UNI E PAZ: Anderson Carlos Mota Teixeira Gonçalves (atendimento em Fisioterapia), fls. 19 a 21, Farmácia UNI e PAZ Ltda. (farmácia), fls. 22/23, Biomédica – Clínica Médica e Odontológica – ME (atendimento médico e odontológico), fls. 24/25, ILEGÍVEL, fls. 26/27, Laboratório Santa Mônica Ltda. (exames de análises clínicas), fls. 28/29, Luara Stefano Soares de Aquino (atendimento psicológico), fls. 30/32, Regina Aparecida Valente Ferreira (atendimento terapêutico), fls. 33/35, Márcia Maia de Assis (atendimento psicológico), fls. 36/38, Multiclínica Mais Saúde (ilegível), fls. 39/40, Clínica Mota Serviços de Saúde (exames diversos), fls. 41/42; Centro Diagnóstico de Caratinga (exames diversos), fls. 43/44; Clínica Bueno Odontomed Ltda.-ME (prestação de serviços na área odontológica), fls. 45/47; Labs Exames Laboratoriais (exames diversos); fls. 48/50, Clínica São Lucas (exames diversos); fls. 51/52; Viver Laboratório Ltda. - ME (prestação de serviços de laboratório); fls. 59/61; Daniella de Araújo Lamas (atendimento de reabilitação); fls. 62/64; Clínica Promédico – JRA Pires Clínica de Especialidade Médica Ltda.-ME (atendimento médico e exames diversos), fls. 65/67; Irianna Chaves Spinola Barbosa (atendimento médico em ginecologia), fls. 68/70; Ana Luiza Lima Carvalho (atendimento médico em ginecologia), fls. 71/73; Eduardo Dionathas Firmino (atendimento médico), fls. 74/76; Hospital São Sebastião de Tarumirim (procedimentos cirúrgicos, atendimentos 24 horas, fls. 77/79; Deiwson Ferreira Madeira (consultas médicas), fls. 80/81; Andreiza Raposo Diniz (atendimento nutricional), fls.

82/84, Maianna Vianna Almeida Aguiar (prestação de serviços na área de pediatria), fls. 85/87; Francisco Antônio da Silveira Neto (cardiologia), fls. 88/90; Josué Campos da Silveira (psiquiatria), fls. 91/93; Marcos Vinícius Vieira Franco (ortopedia), fls. 94/97; Sylvania Pereira Correa (atendimento psicológico), fls. 98/99; Juliana Coutinho Cruz (atendimento psicológico), fls. 100/102; Karine Pereira Domiciano (atendimento psicológico), fls. 103/105; Eliza Magalhães Caetano Ferraz (atendimento em nutrição), fls. 106/108; Milene Coelho de Oliveira (atendimento psicológico), fls. 109/111; Tamires Braga de Oliveira Rocha (atendimento psicológico), fls. 112/114; Marize Garcia Guimarães (atendimento psicológico), fls. 115/117; Adrine Silva Figueiredo (atendimento psicológico), fls. 117/120; Lissandra Eduardo Silva Andrade (atendimento psicológico), fls. 121/123; Fabrício Bonfim de Freitas (atendimento psicológico), fls. 124/126; Scan Diagnóstico por Imagem (exames diversos), fls. 127/128; Cíntia Cristina Máxima Almeida Franco (atendimento psicológico), fls. 129/131; Imperial Ótica Ltda.-ME (desconto de... ilegível), fls. 132/133; Gessica Tamiles Ferreira de Abreu (consultas médicas em domicílio Vargem Alegre/Entre Folhas), fls. 134/136; Glaydson Manoel Pedra Neto (atendimento psiquiátrico), fls. 137/139; Adriana da Rocha de Paula (atendimento psicológico), fls. 140/142; Natalia Gomes de Oliveira (atendimento psicológico), fls. 143/145; Elvira Lourdes Fátima de Paula Ferreira (atendimento psicológico), fls. 146/148; Adrielle Ketina Moreira Barbosa (atendimento psicológico), fls. 149/151; Irlania Oliveira Silva Teixeira Leite (atendimento dermatológico), fls. 152/154; Maria Juliana Saraiva Almeida (atendimento dermatológico), fls. 155/157; Ilegível (ilegível), fls. 158/159.

Contrato de parceria Comercial (descontos em exames laboratoriais): Clínica de Análises Dra. Ana Célia Ambrósio, fls. 53/55; Oliveira e Casagrande Ltda. - Laboratório Dona Leontina 56/58.

Em que pese **não** estarem as empresas administradoras de planos de assistência funerária proibidas de ofertar no mercado de consumo outros serviços além da assistência funerária, esses eventuais negócios devem ser firmados em instrumentos contratuais separados. A empresa investigada assim parece fazer. Todavia, a análise mais aprofundada mostra a utilização de subterfúgios, uma vez que contratos de assistência a saúde pactuados com consumidores não representam ônus àqueles que já contrataram a assistência funerária. Esse modelo negocial faz parecer que o serviço de assistência a saúde é custeado pelos valores pagos pelo plano de assistência funerária. Além disso, como será demonstrado abaixo, há um desvirtuamento da percepção do consumidor em relação aos serviços efetivamente ofertados pela empresa, considerando que a publicidade acaba por exaltar os serviços de assistência a saúde.

4. PUBLICIDADE ENGANOSA

Como dito anteriormente, documentos publicitários referentes à atuação da empresa juntados aos autos da Investigação Preliminar nº 0134.17.000287-4, como também aqueles identificados em redes sociais digitais, mostram a constante oferta de planos de assistência a saúde. Eles se assemelham, em muitos aspectos, aos serviços de saúde suplementar, regulamentados pela Lei Federal 9.656/1998. Em consulta à página mantida na rede social digital Instagram, verifica-se que a referida empresa consta como “Grupo Assistencial Uni e Paz” e as imagens que ali figuram (ainda hoje) não deixam dúvidas de que a oferta dos serviços de saúde persiste.

Como se vê, está claro que a comercialização de planos de assistência funerária com o chamariz da assistência à saúde, **como se o fornecedor fosse uma operadora de plano de saúde**, pode, indubitavelmente, ser enquadrado com uma prática lesiva ao direito do consumidor à informação correta, clara e precisa sobre os produtos e serviços ofertados no mercado de consumo. Ressalte-se que **somente podem comercializar planos ou seguros de saúde as empresas autorizadas/fiscalizadas pela Agência Nacional de Saúde**

Suplementar.

Sobre a publicidade, dispõe o art. 6º, inciso IV, do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 6º. São direitos básicos 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.

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.

Ao promover publicidade de produtos e serviços típicos de operadoras de planos de saúde, o fornecedor investigado acaba por praticar publicidade enganosa, vez que faz o consumidor acreditar se tratar de um plano privado de assistência à saúde, quando, na verdade, não o é.

O fornecedor do produto ou serviço, no momento em que opta por qualquer uma das formas de publicidade à sua disposição, está sujeito a uma série de normas que regulam cogentemente seu comportamento na difusão de informações do produto ou do serviço, visando proteger o consumidor, destinatário da mensagem publicitária e considerado parte vulnerável na relação de consumo, e a manutenção do equilíbrio entre as partes (CDC, art. 4º, I e III).

Tanto é assim que o art. 30, do Código de Defesa do Consumidor dispõe que:

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. (grifo nosso)

Destarte, ainda que no contrato de adesão não constem serviços e produtos típicos de atividade de operadora de plano de saúde, sua publicidade integra o contrato e obriga a requerida como fornecedora. É o princípio da vinculação da oferta publicitária, insculpido no artigo 30 do Código de Defesa do Consumidor.

Neste panorama, a transparência se liga ao princípio da veracidade, na medida em que a oferta ao público consumidor há de ser feita com observância das normas, disso decorrendo que o comportamento infrativo e, portanto, ilegal, consoma-se com simples anúncio do produto ou serviço, desde que desacompanhado das informações consideradas essenciais.

Além da penalidade administrativa, a publicidade enganosa ou abusiva imputa ao fornecedor/anunciante, responsabilidade penal, constituindo os crimes previstos nos arts. 63, 66 a 68², do CDC, por exemplo.

A informação enganosa, seja por publicidade ou não, interfere na decisão de compra do consumidor, que, iludido, pode adquirir produto ou contratar serviço em desconformidade com o pretendido. A enganosidade tem vinculação direta com erro, numa relação de causalidade. Em relação à enganosidade por omissão, sua caracterização se dá pela essencialidade do dado omitido. E isso, ao que se aparenta, é justamente o que acontece quando os consumidores se dirigem à empresa “Grupo” Assistencial Uni e Paz (imagens fls. 189 a 207), pensando estarem

contratando plano privado de assistência à saúde, sob as garantias das normas relativas às atividades de assistência suplementar à saúde, quando, na verdade, não estão, pois a empresa sequer possui registro e autorização da ANS, bem como não possui pessoa jurídica constituída especificamente para esse fim, para operar no mercado.

Sobre a necessidade de clareza e precisão das ofertas publicitárias, recentemente decidiu o Tribunal de Justiça de Minas Gerais:

O dano moral é aquele caracterizado na esfera subjetiva da pessoa, cujo evento apontado como violador fere direitos personalíssimos, independente de prejuízo material. 2. Tratando os autos de hipótese que não caracteriza o denominado "dano moral puro", necessária a produção de prova quanto à efetiva configuração do dano moral. (VvP) APELAÇÃO. INDENIZAÇÃO. PUBLICIDADE E PROPAGANDA. DESCONTO. DESCUMPRIMENTO DA OFERTA. CDC. APLICAÇÃO. CONDUTA ILÍCITA. DANOS MATERIAIS E MORAIS. POSSIBILIDADE. Evidenciada relação de consumo, aplicam-se as disposições do CDC. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados. Inteligência do artigo 31 do CDC. Cabe ao fornecedor o cumprimento da oferta nos termos contidos na peça publicitária, cabendo o dano material referente a devolução do desconto prometido e não cumprido. Na fixação do valor da indenização por danos morais e estéticos, devem ser levados em consideração os princípios da razoabilidade e proporcionalidade. (TJMG - Apelação Cível 1.0145.14.042707-4/001, Relator(a): Des.(a) Antônio Bispo , 15ª CÂMARA CÍVEL, julgamento em 28/05/0020, publicação da súmula em 04/06/2020). (Grifo nosso)

5. CLÁUSULAS ABUSIVAS CONTRATUAIS - PLANO ASSISTÊNCIA FUNERÁRIA

A cláusula "3.11", constante do item III – Das Condições Gerais da Contratação, deve ser considerada nula de pleno direito (art. 51, inc. IV e 1º, incs. I a III, do CDC) Veja o seu texto:

3.11. O atraso no pagamento de 02 (duas) ou mais parcelas interrompe todo o período transcorrido para fins de carência. Feito o acerto financeiro da(s) parcela(s) em débito será iniciado um novo período de carência, que será apenas de 30 (sessenta dias).

De fato, esse dispositivo contratual, ao, em razão da inadimplência, simplesmente interromper o cumprimento do contrato, levando, mesmo se quitadas as obrigações, ao termo inicial do negócio jurídico, deve ser considerada iníqua, abusiva, exageradamente desvantajosa para consumidor. De outro lado, a vantagem a ser experimentada pelo fornecedor pode ser considerada, no mínimo, uma forma de restringir direitos do consumidor ou de ameaçar o equilíbrio ou objeto do contrato. Assim dispõe o CDC, em seu artigo 51:

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

(...)

IV - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade;

(...)

§ 1º Presume-se exagerada, entre outros casos, a vantagem que:

I - ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence;

II - restringe direitos ou obrigações fundamentais inerentes à natureza do contrato, de tal modo a ameaçar seu objeto ou equilíbrio contratual;

III - se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso.

Nesse sentido, decisão do TJ-BA versou sobre nulidade de cláusula de contrato de plano de assistência funerária que renova o período de carência por inadimplemento:

PLANO DE ASSISTÊNCIA FUNERÁRIA. INADIMPLEMENTO. PRAZO DE CARÊNCIA. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO. DANO MORAL. RECURSO CONHECIDO E NÃO PROVIDO. 1. Por ofensa às normas do art. 51, inc. IV, e § 1.º, inc. II, do CDC, é nula de pleno direito a cláusula, constante do contrato de prestação de serviços de **assistência funerária** da ré, que renova o período de carência em caso de atraso no pagamento das parcelas mensais. 2. Restou demonstrada a falha na prestação do serviço da ré, que ilicitamente deixou de fornecer a **assistência funerária** contratada e paga pelo, assim não procedendo ao fornecimento do serviço, de modo que o sepultamento do de cujus ocorreu porque realizado pela família, de forma particular e com recursos próprios. 3. Configurado o dano moral, a bem da verdade, de caráter in re ipsa, na medida em que a família do de cujus, pessoas de condição sócio-econômica humilde, necessitaram do intermédio de terceira pessoa para possibilitar o custeio particular do sepultamento. 4. Em atenção ao princípio da reparação integral do dano (art. 6.º, inc. VI, CDC, c/c art. 944, caput, CC), considero o montante indenizatório devido pela ré, dentro dos parâmetros de proporcionalidade e razoabilidade, de forma que o mantenho no patamar fixado. Precedentes desta Corte. (TJBA - APL [05011737520198050113](#) , Relator(a): Des.(a) Joalice Maria Guimarães de Jesus, 3ª CÂMARA CÍVEL, julgamento em 05/08/2020). (Grifo nosso)

Outro conteúdo contratual a ser revisto, tendo em vista sua premente ilegalidade, são às cláusulas 4.1 e 4.2 dos contratos de convênio e de parcerias comerciais firmados com pessoas físicas e jurídicas. Assim eles preveem:

4.1 O Contratante, facultativamente, poderá fornecer o contratado ao acesso a seu banco de dados por meio de repasse de lista com relação do nome e demais elementos qualificadores de seus clientes, para que o contratado possa contactá-los e divulgar o presente convênio, o que poderá ser feito também, de forma genérica, por comunicação feita através de rádio, TV, internet, mala direta, correspondências e outros, a fim de dar ampla publicidade da existência e vantagens desse convênio, desde que observados a privacidade e intimidade das pessoas envolvidas e exclusivamente para os fins deste contrato.

4.2 O Contratante também poderá realizar a divulgação da existência do presente contrato ao público em geral e diretamente aos seus clientes, por qualquer meio de comunicação, a fim de dar ampla publicidade da existência e vantagens deste convênio, desde que observadas a privacidade e a intimidade das pessoas envolvidas e exclusivamente para os fins deste contrato.

É bem possível que os contratos recentes utilizados pelo fornecedor estejam adequados às determinações da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei Federal 13.709/2018). No entanto, se ainda existentes tais previsões nos modelos contratuais da empresa, elas devem ser extirpadas, pois o novo cenário normativo criado pela LGPD estabelece regras específicas para o tratamento de dados, a começar pelo necessário consentimento do consumidor/usuário, o qual

deverá ser fornecido por escrito ou por outro meio que demonstre a manifestação de vontade do titular (art. 8º da Lei Federal n. 13.709/2018).

6. CONCLUSÕES

O fornecedor investigado, ao operar serviços de planos de assistências funerárias, não está impedido de prestar outros serviços. Todavia, consoante a Lei Federal 12.261/2016, que entrou em vigência no mês de setembro de 2016, esses serviços somente poderão ser comercializados mediante contrato escrito que tenha por objeto exclusivo a prestação de serviço de assistência funerária.

A oferta e comercialização de planos de assistência a saúde ou similares devem acontecer de forma direta e sem integrar o negócio jurídico representando pelos serviços de assistência funeral. Restou claro que, apesar de constar no contrato de adesão, o serviço a ser prestado como sendo o de “auxílio funerário”, ao assiná-lo e pagar o valor respectivo (taxa de implantação e parcelas fixas, sucessivas e vencíveis mensalmente – cláusula 4.2, item IV – Da Remuneração do contrato), o beneficiário passa a ter à sua disposição, adicionalmente, em razão das parcerias firmadas pelo fornecedor “a título gratuito”, diversos serviços de saúde (consultas ou outros serviços médico-hospitalares e afins) aos quais, por meio de um cartão de identificação, tem acesso pagando diretamente aos prestadores dos serviços ou fornecedores dos produtos, valores diferenciados, com desconto, consultas ou outros serviços médico-hospitalares, inclusive medicamentos.

As publicidades realizadas pela empresa, quaisquer que sejam, devem ser feitas de forma que o consumidor identifique, de forma clara, precisa e ostensiva, o exato serviço que está sendo ofertado, consistindo em prática ilegal a inserção elementos que deturpem a percepção do consumidor, especialmente, fazendo ele crer que os serviços são de planos de saúde, típicos de operadoras oficiais de planos e seguros-saúde.

Por todo o exposto, os quesitos desta consulta podem assim ser respondidos:

a) legalidade do modelo de prestação de serviço desenvolvido pela empresa ASSISTENCIAL UNI E PAZ LTDA. (no ano de 2015) que, sem incluir em seu contrato social a prática de cartões de desconto em serviços farmacêuticos e de saúde, mantém tal oferta ao lado da comercialização de Planos de Assistência Funerária e a eventual enganiosidade do modelo de publicidade aplicado (modelos de *folders*, cartilhas, panfletos de propaganda e do cartão do associado).

Conforme a Lei Federal 13.261/2016, o fornecedor investigado, ao operar serviços de planos de assistências funerárias, não está impedido de prestar outros serviços. Todavia, esses serviços somente poderão ser comercializados mediante contrato escrito que tenha por objeto exclusivo a prestação de serviço de assistência funerária. A oferta e comercialização de planos de assistência a saúde ou similares deve ser feita de forma direta e sem integrar ou se confundir com o serviço de assistência funerária. Ressalte-se que os contratos anteriores à entrada em vigor da Lei Federal nº 13.261/2016 estão assegurados pelo artigo 5º da referida lei.

As publicidades realizadas pelo fornecedor investigado, quaisquer que sejam, devem ser realizadas de forma que o consumidor identifique, de forma clara, precisa e ostensiva, o exato serviço que está sendo ofertado, consistindo em prática ilegal a inserção de elementos que deturpem a percepção do receptor, especialmente, fazendo crer que os serviços são os mesmos ofertados por operadoras oficiais de planos e seguros-saúde regulados e fiscalizados pela Agência Nacional de Saúde Suplementar. Ao promover publicidade de produtos e serviços típicos de plano de saúde e afins, a requerida acaba por praticar publicidade enganosa (art. 37, CDC), vez que faz o consumidor acreditar se tratar de um plano privado de assistência à saúde, quando, na verdade, não o é.

Destarte, ainda que no contrato de adesão não constem serviços e produtos típicos de atividade de operadora de plano de saúde, sua publicidade integra o contrato e obriga a requerida como fornecedora (art. 30, CDC). Nesse sentido, há a possibilidade jurídica de se exigir da empresa o cumprimento forçado da oferta publicitária, o que a prestar, de fato, serviços de assistência à saúde, na forma típica das operadoras de plano de saúde.

b) conformidade das cláusulas nos contratos de adesão referente ao cartão Desconto Saúde.

Presume-se exagerada e, conseqüentemente nula de pleno direito, cláusula “3.11”, constante do item III – Das Condições Gerais da Contratação, que ao impor reinício de período de carência por inadimplemento, constitui em vantagem que: “ I - ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence; II - restringe direitos ou obrigações fundamentais inerentes à natureza do contrato, de tal modo a ameaçar seu objeto ou equilíbrio contratual; III - se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso.” (art. 51, inc. IV e 1º, incs. I a III, do CDC).

7. DILIGÊNCIAS SUGERIDAS

7.1 – Oficiar o fornecedor para que comprove o cumprimento dos incisos I, II e III, do artigo 3º da Lei Federal 13.261/2016;

7.2 – Ofertar termo de ajustamento de conduta para a paralisação das práticas infrativas, bem como para suprimir do contrato padrão, como também dos contratos firmados e vigentes, cláusulas que obriguem o cumprimento, pelo consumidor, de nova carência, em caso de inadimplência, bem aquelas que permitem a coleta e tratamento de dados pessoais sem obediência à LGPD.

É o parecer da Assessoria Jurídica do Procon-MG, sujeito à apreciação e eventual aprovação pelo Coordenador do Procon-MG.

Por fim, conforme o artigo 12, Parágrafo Único, I, da Resolução 04/2019³, que estabelece critérios para a atuação das Coordenadorias Estaduais e Regionais e unidades organizacionais com funções congêneres do Ministério Público do Estado de Minas Gerais e regulamenta o Procedimento de Apoio à Atividade Fim, fica registrado que o presente parecer tem caráter não vinculativo.

1Resolução PGJ nº 15/2019 - Art. 4º Compete ao Procon-MG: (...) XVII - responder consultas e elaborar pareceres, a pedido dos Promotores de Justiça do Procon-MG e dos procons municipais. (...) §2º As atribuições previstas nos incisos I, VII, XIII, XVI, XVII e XVIII deste artigo serão exercidas pelo Coordenador do Procon-MG (...).

2**Art. 63.** Omitir dizeres ou sinais ostensivos sobre a nocividade ou periculosidade de produtos, nas embalagens, nos invólucros, recipientes ou publicidade: Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa. § 1º Incorrerá nas mesmas penas quem deixar de alertar, mediante recomendações escritas ostensivas, sobre a periculosidade do serviço a ser prestado. § 2º Se o crime é culposo: Pena Detenção de um a seis meses ou multa. **Art. 66.** Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços: Pena - Detenção de três meses a um ano e multa. § 1º Incorrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta. § 2º Se o crime é culposo; Pena Detenção de um a seis meses ou multa. **Art. 67.** Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva: Pena Detenção de três meses a um ano e multa. Parágrafo único. (Vetado). **Art. 68.** Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se

comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança: Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa: Parágrafo único. (Vetado).

3Resolução PGJ nº 04/2019 - Art. 12. O órgão de execução deve responder à solicitação de informação emanada de Centro de Apoio Operacional, de Coordenadoria Estadual ou Regional, ou de unidade organizacional com funções congêneres, desde que se trate de informação que o Promotor natural, por força de lei ou de ato normativo institucional ou pela especificidade relativa à própria atribuição do membro, como seu pressuposto de atuação na atividade-fim, detenha ou deva deter. Parágrafo único. O órgão de execução não está obrigado: I - a atender sugestão de Centro de Apoio Operacional, de Coordenadoria Estadual ou Regional ou de unidade organizacional com funções congêneres, devendo informar, justificadamente, a divergência.

Belo Horizonte - MG, 20 de maio de 2021

Regina Sturm

César

Ricardo Augusto Amorim

Assessora II - Assessoria Jurídica / Procon-MG
Assessoria Jurídica/Procon-MG

Assessor II -

(Elaboração)

(Revisão)

Christiane Pedersoli

Assessora III - Coordenadora da Assessoria Jurídica/Procon-MG

(Revisão)



Documento assinado eletronicamente por **CHRISTIANE VIEIRA SOARES PEDERSOLI, ASSESSOR III**, em 20/05/2021, às 15:40, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **REGINA STURM VILELA, ASSESSOR II**, em 20/05/2021, às 15:56, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **RICARDO AUGUSTO AMORIM CESAR, ASSESSOR II**, em 20/05/2021, às 16:06, conforme art. 22, da Resolução PGJ n. 27, de 17 de dezembro de 2018.



Documento assinado eletronicamente por **RAFAELA MEDEIROS DE SOUZA, ESTAGIARIO**, em 27/05/2021, às 17:41, 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 **1195780** e o código CRC **2611A820**.

RUA GONÇALVES DIAS, 2039 - Bairro LOURDES - Belo Horizonte/ MG - CEP 30140092