

**Processo Administrativo – Procon n.º MPMG-0024.18.013390-2**

**Infrator: Expresso Gardênia Ltda**

### **DECISÃO ADMINISTRATIVA**

Vistos, etc.

O presente Processo Administrativo foi instaurado com lastro em reclamação apresentada junto à Ouvidoria do Ministério Público, através da qual se questiona a cobrança de taxa administrativa na venda de passagens adquiridas através de site oficial.

Determinou-se a fiscalização no estabelecimento, sendo juntado aos autos o auto de constatação n.º 1286-18 (fls.08/11).

Instaurado Processo Administrativo, facultou-se a apresentação de defesa, nos termos do art. 44 do Decreto n.º 2181/97, vindo aos autos a manifestação de fls. 14/17.

Designou-se, então, audiência para tentativa de assinatura de Termo de Ajustamento de Conduta e transação administrativa, oportunidade em que a representada recusou a proposta e solicitou prazo para apresentação de alegações finais (fl.35).

À fl. 36/51, a representada reiterou os termos da defesa administrativa de fls. 14/17.

Após, vieram os autos para decisão.



*É o relato do necessário.*

**Decido.**

O procedimento revela-se regular, não se detectando qualquer vício que possa maculá-lo, estando apto a receber decisão meritória sobre a infração apontada nos autos do presente processo administrativo.

Não restam dúvidas de que a prática abusiva atribuída ao fornecedor na portaria inaugural do presente processo administrativo foi comprovada, vez que a própria reclamada não nega a prática da cobrança da taxa referida na portaria inaugural.

Em sede defensiva, aduz a reclamada que a “taxa administrativa” ocorre em razão da comodidade que o consumidor possui de realizar sua compra de casa, não enfrentar filas, não suportar gastos com combustíveis, dentre outros benefícios.

Sustenta, ainda, que esse serviço é opcional ao cliente, uma vez que este pode dirigir-se a um ponto de venda e não ser compelido ao pagamento da respectiva taxa, bem como que é uma remuneração por um serviço autônomo, independente do bilhete de passagem em si.

Cumpre-nos, neste aspecto, destacar que a legislação pátria não impõe ao fornecedor o dever de comercializar qualquer produto ou serviço pela internet ou outros canais não presenciais, sendo que o fornecedor que o faz assim age por pura deliberação administrativa interna, no pleno exercício de sua livre atividade empresarial, na forma do art. 170 da Constituição Federal.

Destarte, a opção do fornecedor pela ampliação e universalização dos postos de venda, com o escopo de potencializar o acesso à base nacional de consumidores, é medida facultativa decorrente de questões mercadológicas, cujos custos, naturalmente, devem ser suportados pelo fornecedor.



Frise-se que analisamos a legalidade da “taxa de conveniência”, assim conhecida pelo mercado, sob o argumento de que a “conveniência” seria o consumidor adquirir os bilhetes de passagem rodoviária de sua residência, sem a necessidade de comparecimento a postos físicos.

Paradoxalmente às alegações da reclamada, a experiência ordinária do *e-commerce* nos evidencia que os preços finais de produtos e serviços, quando adquiridos pela internet são inferiores aos praticados pelas lojas físicas, tanto que os índices de crescimento econômico do setor avançam em patamares superiores a 20% ao ano, conforme informações extraídas do site <http://www.e-commerce.org.br/stats.php>.

Referido crescimento não se deve ao único fator de aumento da base de pessoas conectadas ao mundo virtual, mas também à facilidade de pesquisa e comparação de preços, mormente inferiores aos praticados pelas lojas físicas.

De toda sorte, é crucial destacar que a aquisição de licenças de *software*, contratação de um grande número de pessoas com aparato técnico e infraestrutura, montagens de postos de venda e toda logística necessária para atendimento ao consumidor, fazem parte de um único processo, que em economia recebe o nome de **composição do preço do produto ou serviço, sendo vedado ao fornecedor a transferência, em apartado, de custos e despesas internas ao consumidor.**

**Neste sentido, o valor final de um produto adquirido ou serviço contratado deve englobar toda a cadeia produtiva que inclui os custos, despesas e lucro projetado, sendo que aos consumidores deverá somente ser exposto o valor final alcançado pela equação resolvida pelo fornecedor de acordo com seus objetivos e, no caso da concretização da venda, o valor dos impostos pagos, nos termos da Lei Federal nº12.741/12.**



Nesta linha, vale lembrar que o Poder Judiciário já apreciou diversos casos de transferências de custos da própria atividade ao consumidor, afastando-os por abusividade, por comporem a própria atividade, com o inerente risco negocial. À guisa de exemplo podemos citar as Taxas de Abertura de Crédito (TAC), Tarifa de Emissão de Boleto (TEB), Taxa de Liquidação Antecipada (TLA) - muito utilizadas anteriormente por instituições financeiras - Taxa SATI e Comissão de Corretagem utilizadas por construtoras, e mesmo a conhecida cobrança de 10% em bares e restaurantes.

Em todos os exemplos citados, verifica-se a transferência dos custos internos da atividade para o consumidor, caracterizando a imposição de onerosidade excessiva e a conseqüente abusividade das cobranças aos consumidores.

Em decisão proferida no REsp 1.479.039, o Superior Tribunal de Justiça entendeu que não pode haver diferenciação no preço para pagamento com cartão de crédito, afastando, por via de conseqüência, o repasse da “Taxa de Administração”, devida pelo fornecedor a instituição financeira, ao consumidor.

Mais recente, o mesmo Superior Tribunal de Justiça, através de sua 3ª Turma, também proferiu decisão recente no REsp 1737428, considerando ilegal a cobrança da taxa de conveniência na venda on-line de ingressos para shows e outros eventos. Os Ministros entenderam que a conveniência de vender um ingresso pela internet é de quem produz ou promove o evento, e não do consumidor. E que repassar esse custo ao consumidor é uma espécie de “venda casada”, o que é vedado pela legislação. Vejamos:

EMENTA.RECURSO ESPECIAL. AÇÃO COLETIVA DE CONSUMO. DIREITO DO CONSUMIDOR. ESPETÁCULOS CULTURAIS. DISPONIBILIZAÇÃO DE INGRESSOS NA INTERNET. COBRANÇA DE “TAXA DE CONVENIÊNCIA”. EMBARGOS DE DECLARAÇÃO. OMISSÃO, CONTRADIÇÃO OU OBSCURIDADE. NÃO INDICAÇÃO.

SÚMULA 284/STF. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR. CLÁUSULAS ABERTAS E PRINCÍPIOS. BOA FÉ OBJETIVA. LESÃO ENORME. ABUSIVIDADE DAS CLÁUSULAS. VENDA CASADA (“TYING ARRANGEMENT”). OFENSA À LIBERDADE DE CONTRATAR. TRANSFERÊNCIA DE RISCOS DO EMPREENDIMENTO. DESPROPORCIONALIDADE DAS VANTAGENS. DANO MORAL COLETIVO. LESÃO AO PATRIMÔNIO IMATERIAL DA COLETIVIDADE. GRAVIDADE E INTOLERÂNCIA. INOCORRÊNCIA. SENTENÇA. EFEITOS. VALIDADE. TODO O TERRITÓRIO NACIONAL.

(...)

9. Uma das formas de violação da boa-fé objetiva é a venda casada (tying arrangement), que consiste no prejuízo à liberdade de escolha do consumidor decorrente do condicionamento, subordinação e vinculação da aquisição de um produto ou serviço (principal – “tying”) à concomitante aquisição de outro (secundário – “tied”), quando o propósito do consumidor é, unicamente, o de obter o produto ou serviço principal.

10. A venda casada “às avessas”, indireta ou dissimulada consiste em se admitir uma conduta de consumo intimamente relacionada a um produto ou serviço, mas cujo exercício é restringido à única opção oferecida pelo próprio fornecedor, limitando, assim, a liberdade de escolha do consumidor. Precedentes.

11. O CDC prevê expressamente uma modalidade de venda casada, no art. 39, IX, que se configura em razão da imposição, pelo fornecedor ao consumidor, da contratação indesejada de um intermediário escolhido pelo fornecedor, cuja participação na relação comercial não é obrigatória segundo as leis especiais regentes da matéria.

12. A venda do ingresso para um determinado espetáculo cultural é parte típica e **essencial** do negócio, risco da **própria** atividade **empresarial** que visa o lucro e integrante do investimento do fornecedor, compondo, portanto, o custo básico embutido no preço.

(...)



5

16. A venda pela internet, que alcança interessados em número infinitamente superior de do que a venda por meio presencial, privilegia os interesses dos produtores e promotores do espetáculo cultural de terem, no menor prazo possível, vendidos os espaços destinados ao público e realizado o retorno dos investimentos até então empregados e transfere aos consumidores parcela considerável do risco do empreendimento, pois os serviços a ela relacionados, remunerados pela “taxa de conveniência”, deixam de ser arcados pelos próprios fornecedores.

17. Se os incumbentes optam por submeter os ingressos à venda terceirizada em meio virtual (da internet), devem oferecer ao consumidor diversas opções de compra em diversos sítios eletrônicos, caso contrário, a liberdade dos consumidores de escolha da intermediadora da compra é cerceada, limitada unicamente aos serviços oferecidos pela recorrida, de modo a ficar configurada a venda casada, nos termos do art. 39, I e IX, do CDC.

18. A potencial vantagem do consumidor em adquirir ingressos sem se deslocar de sua residência fica totalmente aplacada pelo fato de ser obrigado a se submeter, sem liberdade, às condições impostas pela recorrida e pelos incumbentes no momento da contratação, o que evidencia que a principal vantagem desse modelo de negócio – disponibilização de ingressos na internet – foi instituída em seu favor dos incumbentes e da recorrida.

19. In casu, não há declaração clara e destacada de que o consumidor está assumindo um débito que é de responsabilidade do incumbente – produtor ou promotor do espetáculo cultural – não se podendo, nesses termos, reconhecer a validade da transferência do encargo (assunção de dívida pelo consumidor). (Recurso Especial nº 1.737.428-RS (2017/0163474-2) Relatora: Ministra Nancy Andrighi, Dje: 15/03/2019)

O procedimento construído pela reclamada é tão abusivo quanto às cobranças de seguro de pátio para automóveis em oficinas e concessionárias e das “taxas” por perda de comanda em casas noturnas, entre outros, pois se refere a transferência de custos da responsabilidade decorrente da própria atividade para o

consumidor. *In casu*, conforme se verifica, a transferência é do custo da própria atividade, única e exclusivamente de comercialização de passagens via internet.

Assim, não existem dúvidas quanto à caracterização da abusividade pela imposição da onerosidade excessiva no que toca à taxa administrativa.


Vejamos a jurisprudência:

JUIZADO ESPECIAL CÍVEL. CONSUMIDOR. COBRANÇA DE TAXA DE CONVENIÊNCIA E TAXA DE ENTREGA EM RAZÃO DE AQUISIÇÃO DE INGRESSO POR TELEFONE (CALL CENTER) PARA SHOW DE MÚSICA. ABUSIVIDADE DECLARADA. RESTITUIÇÃO DOS VALORES PAGOS EM DOBRO (ART. 42 DO CDC). SENTENÇA REFORMADA. CUSTAS E HONORÁRIOS PELO RECORRIDO. (RI 685.326, Rel. Juiz Evandro Neiva de Amorim, 3ª Turma Recursal dos Juizados Especiais Cíveis e Criminais do Distrito Federal)

RECURSO INOMINADO. AÇÃO DE REPETIÇÃO EM DOBRO. TAXA DE CONVENIÊNCIA COBRADA EM VENDA DE INGRESSO PARA SHOW VIA INTERNET NO VALOR DE R\$ 51,00. COBRANÇA INDEVIDA. SERVIÇO QUE É OFERECIDO NÃO APENAS PARA FACILITAR PARA O CONSUMIDOR, MAS PARA AUMENTAR A VENDA DE INGRESSOS, ESTÁ EMBUTIDO NO PREÇO E DEVE SER ARCADADO POR QUEM VISA O LUCRO NO NEGÓCIO. DEVOUÇÃO EM DOBRO. SENTENÇA CONFIRMADA. RECURSO NÃO PROVIDO. (RI 71005016787, Relª. Drª. Gisele Anne Vieira de Azambuja, 4ª Turma Recursal Cível dos Juizados Especiais Cíveis do Estado do Rio Grande do Sul, julgado em 19.09.2014)

REPARAÇÃO DE DANOS. SHOW DA MADONNA. ATRASO INJUSTIFICADO DE APROXIMADAMENTE QUATRO HORAS PARA O INÍCIO DO SHOW. DESRESPEITO COM O PÚBLICO. TAXA DE CONVENIÊNCIA. ABUSIVIDADE. DESCONTO DE ESTUDANTE NÃO DISPONIBILIZADO. CONFORMIDADE COM A LEI Nº 9.989/2006. DEVOUÇÃO EM DOBRO DA TAXA DE CONVENIÊNCIA. DANO MORAL CONFIGURADO. QUANTUM MINORADO.

1. Atraso injustificado do Show da Madonna que estava marcado para as 19h30min e somente teve início às 23h15min.
2. Abusividade da cobrança de taxa de conveniência, visto que não se verifica no caso concreto qualquer circunstância jurídica a justificar a cobrança de R\$320,00 (dois ingressos), sendo a devolução em dobro, nos termos do art. 42 do CDC.



3. Da mesma forma, cabível o ressarcimento da quantia de R\$600,00, resultado da diferença do ingresso VIP PACKAGE e do ingresso PISTA PREMIUM fornecido. Devolução simples, eis que assim determinada na sentença, e ante a inexistência de recurso da parte autora.

4. Incabível a exigência de disponibilização do desconto de estudante no show em questão, nos termos art. 1º, inciso II, da Lei nº 9.989/2006.

5. Dano moral caracterizado, principalmente pelo caráter punitivo da indenização.

6. Quantum indenizatório minorado para R\$1.500,00, a fim de se adequar a julgados idênticos desta Turma Recursal Cível.

SENTENÇA REFORMADA EM PARTE. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO.

(RI 71005341144, Relª. Drª. Fabiana Zilles, 1ª Turma Recursal Cível dos Juizados Especiais Cíveis do Estado do Rio Grande do Sul, julgado em 24.02.2015).

Ressalte-se que a simples terceirização dos serviços de venda de passagens online a outra empresa (Clickbus), conforme alegado pela reclamada, não possuem o condão de isentá-la de sua responsabilidade perante os consumidores, uma vez que o que está à venda é a passagem da empresa Expresso Gardênia.

Outrossim, a regra geral, na lei de proteção ao consumidor, é a responsabilidade solidária de todos os agentes envolvidos na atividade de colocação de produto ou serviço no mercado de consumo. Portanto, a responsabilização abrange não apenas o vendedor ou comerciante, que manteve contato direto com o consumidor, mas também os demais fornecedores intermediários que tenham participado da cadeia de produção e circulação do bem, como por exemplo, o fabricante, o produtor, o construtor, o importador e o incorporador, a teor do disposto nos artigos 7º, parágrafo único; 18, 19, 25, §1º e 34, todos do CDC.

Finalmente, para estancar o debate em torno das ponderações do fornecedor, seria importante deixar o questionamento: por que a empresa Expresso Gardênia não deixa a venda de passagens apenas através do meio presencial, em seus guichês dos terminais rodoviários, se a venda pela internet não lhe traz benefícios e somente é conveniente ao consumidor?



A resposta é clara e simples: porque é óbvio que a empresa estende de forma bastante satisfatória aos seus negócios o potencial universo de consumidores.

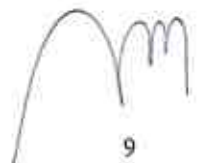
Na verdade essa questão a nomenclatura que se deu à taxa lhe atribui uma característica peculiar, sob a ótica da semântica, para realmente pode se dizer que seja conveniente ao consumidor adquirir uma passagem sem nenhum deslocamento, apenas se valendo da rede mundial de computadores.

Entretanto, sob a ótica jurídica a palavra conveniente deve deixar de ser considerada e impõe seja observada a prática como uma elevação de preço abusiva que **transfere** ao **consumidor** os custos do incremento da atividade comercial, ou seja, a venda pela internet traz significativo aumento do universo de **consumidores** e, por consequência natural, aumento da comercialização das passagens no caso dos autos, porém, pretende o fornecedor que os adquirentes custeiem essa operação.

Diante do exposto, estabelecido de modo incontroverso que o fornecedor praticou a conduta descrita no feito, e não havendo como deixar de concluir que é ofensiva à tutela do consumidor, e, portanto, abusiva, reconheço, via de consequência, que o infrator **Expresso Gardênia Ltda**, **perpetrou a prática infrativa consistente em descumprir o previsto nos artigos 39, V do CDC e 12, VI, do Decreto nº 2181/97.**

Dessa maneira, **julgo procedente o presente processo administrativo para reconhecer a prática de conduta abusiva pelo infrator**, nos termos apontados na portaria inaugural do presente procedimento.

Levando em consideração a **natureza da infração**, o alcance à **massa** de consumidores em **geral** e a potencialidade do dano, **aplico à autuada a pena de multa**, conforme artigo 56, inciso I, da Lei n.º 8.078/90 - CDC.



9

Atento aos dizeres do artigo 57 do CDC e artigos 24 e segs. do Decreto n.º 2.181/97 c/c Resolução PGJ n.º 11/2011, passo à graduação da penalidade administrativa:

- a) A conduta praticada pela empresa figura no grupo III (item 19) do art. 60 da Resolução PGJ n.º 11/2011, nos moldes do artigo 61 do mesmo diploma;
- b) Com o intuito de se comensurar a condição econômica da reclamada, dever-se-á considerar a receita mensal média da auçada do exercício anterior à data da reclamação, ou seja, exercício 2017, nos exatos termos do parágrafo 1º, do artigo 63, da Resolução PGJ-MG, n.º 11/2011.
- c) A representada apresentou a declaração de faturamento bruto no exercício de 2017 no valor de R\$ 83.891.377,32 (oitenta e três milhões, oitocentos e noventa e um mil, trezentos e setenta e sete reais, trinta e dois centavos - fls. 68);
- d) Conforme consta dos autos, pode se constatar que a reclamada, com sua conduta, auferiu vantagem econômica em prejuízo dos consumidores, vez que adquirentes de passagens ofertadas pela internet são compelidos ao pagamento da taxa administrativa, conduta esta comprovada nos autos através do auto de fiscalização nº 1286.18, bem como assumida pelo próprio fornecedor em sua defesa acostada às fls.14/17.
- e) Assim, fixo o valor da **MULTA ADMINISTRATIVA** a ser imposta pela prática do ato consumerista ilícito objeto deste Processo Administrativo em **RS424.456,89 (quatrocentos e vinte e quatro mil, quatrocentos e cinquenta e seis reais, oitenta e nove centavos)**, correspondente à multa base da planilha de cálculo juntada em anexo.

Na questão dos autos, verifico a incidência das agravantes consubstanciadas no art. 26, incisos II, V, VI, do Decreto 2.181/97, uma vez que o infrator cometeu a prática para obter a vantagem indevida correspondente

cobrança irregular de taxa administrativa; agiu com dolo evidente e ocasionou dano de caráter repetitivo já que vários consumidores foram lesados e de forma contínua.

In casu, a vantagem é econômica é real, uma vez que se verifica que o fornecedor aumenta o valor final da passagem adquirida pela internet, sob a fórmula de taxa de conveniência, mesmo ciente de que houve um incremento do universo de seus clientes/compradores.

Pela incidência das agravantes expostas, aumento o valor da pena base em 1/2, diante da caracterização de três agravantes, conforme faculdade estabelecida no artigo 66 da Resolução PGJ n.º 11/2011. Desta feita, o valor da multa passa a ser de **RS636.685,33 (seiscentos e trinta e seis mil, seiscentos e oitenta e cinco reais, trinta e três centavos)**.

Em razão da existência de apenas uma atenuante, a da primariedade do infrator, reduzo a pena de 1/6 (um sexto) (atenuante do art. 25, inciso II, do Decreto n.º 2181/97). Então, o valor passa a ser de **RS530.571,11 (quinhentos e trinta mil, quinhentos e setenta e um reais, onze centavos)**, valor este que torno definitivo, à míngua de outros fatores que ainda possam incidir.

ISTO POSTO, determino:

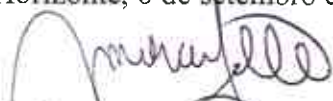
- 1) A notificação da empresa *Expresso Gardênia Ltda* para que suspenda imediatamente, nos termos dessa decisão, do artigo 56, inciso VI, da Lei 8.078/90 e do artigo 18, inciso VI, do Decreto 2.181/97, a cobrança abusiva da taxa administrativa na venda de bilhetes de passagens online;
- 2) A notificação da empresa *Expresso Gardênia Ltda*, na forma legal, para recolher, à conta do Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor, Conta Corrente 6141-7, agência 1615-2, Banco do Brasil, o valor da multa aplicada, correspondente a **RS530.571,11 (quinhentos e trinta mil, quinhentos e setenta reais, onze centavos)**, ou apresentar

recurso, no prazo de 10 (dez) dias, a contar do recebimento da notificação, na forma do artigo 46, § 2º e artigo 49, *caput*, ambos do Decreto n.º 2.181/97;

- 3) Seja o fornecedor orientado que poderá recolher o percentual de 90% (noventa por cento) do valor acima fixado, **(o que corresponde a R\$ – 477.513,99 quatrocentos e setenta e sete mil, quinhentos e treze reais, noventa e nove centavos)**, desde que o faça antes do término do prazo do recurso, na forma do artigo 36-A da Resolução PGJ nº 11 de 3 de fevereiro de 2011.
- 4) Na ausência de recurso, ou após o seu não-provimento, caso o valor da multa não tenha sido pago no prazo de 30 (trinta) dias, determino a inscrição do débito em dívida ativa, pelo PROCON Estadual, para posterior cobrança, com juros, correção monetária e os demais acréscimos legais, na forma do *caput* do artigo 55 do Decreto n.º 2.181/97;
- 5) Após o trânsito em julgado desta decisão, proceda à inscrição do nome do infrator no cadastro de Fornecedores do Procon Estadual, nos termos do *caput* do artigo 44 da Lei 8078/90 e inciso II do artigo 58 do Decreto n.º 2.181/97.

Publique-se na imprensa oficial. Registre-se. Intime-se. Envie-se cópia da decisão, por correspondência eletrônica, ao responsável pelo Setor de Relações Institucionais do PROCON Estadual, para que disponibilize no *site* deste órgão o inteiro teor desta decisão.

Belo Horizonte, 6 de setembro de 2019

  
Paulo de Tarso Moraes Filho  
Promotor de Justiça

## PLANILHA DE CÁLCULO DE MULTA

ATENÇÃO: INSERIR INFORMAÇÕES NOS CAMPOS DESTACADOS PELA COR CINZA

**Agosto de 2019**

<b>Infrator</b>	Expresso Gardênia		
<b>Processo</b>	0024.18.013390-2		
<b>Motivo</b>			
<b>1 - RECEITA BRUTA</b>			<b>R\$ 83.891.377,32</b>
Porte =>	Grande Porte	12	R\$ 6.990.948,11
<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>2</b>
b	Vantagem apurada	2	
<b>Multa Base = PE + (REC BRUTA / 12 x 0,01) x (NAT) x (VAN)</b>			<b>R\$ 424.456,89</b>
<b>Multa Mínima = Multa base reduzida em 50%</b>			<b>R\$ 212.228,44</b>
<b>Multa Máxima = Multa base aumentada em 50%</b>			<b>R\$ 636.685,33</b>
Valor da UFIR em 31/10/2000			1,0641
Taxa de juros SELIC acumulada de 01/11/2000 a 31/07/2019			228,72%
Valor da UFIR com juros até 31/07/2019			3,4979
<b>Multa mínima correspondente a 200 UFIRs</b>			<b>R\$ 699,58</b>
<b>Multa máxima correspondente a 3.000.000 UFIRs</b>			<b>R\$ 10.493.687,06</b>