



MINISTÉRIO DA JUSTIÇA
SECRETARIA NACIONAL DO CONSUMIDOR
DEPARTAMENTO DE PROTEÇÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR
COORDENAÇÃO-GERAL DE CONSULTORIA TÉCNICA E PROCESSOS ADMINISTRATIVOS

End: Esplanada dos Ministérios, Bloco T - Palácio da Justiça Raymundo Faoro - Sala 520 - Cep: 70064-900 - Brasília - DF
Fone: (0xx61) 2025-3170 / Fax: (0xx61) 2025-3497 - Home Page: www.mj.gov.br/dpdc

A Diretoria de Expediente para as devidas providências.
Palmas-TO

08/05/14
José Kasun Otsuka
Promotor de Justiça / Chefe de Gabinete

OFÍCIO CIRCULAR N. 818 -2014-CPA/CGCTPA/DPDC/Senacon/MJ

Brasília, 08 de abril de 2014

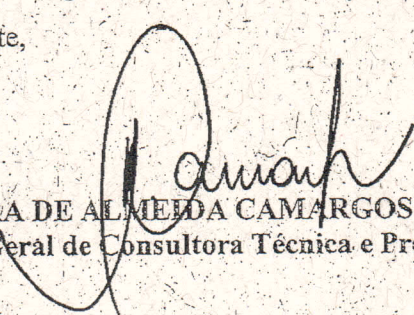
Aos membros do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

Assunto: Instauração de Processo Administrativo.

Senhor(a) Dirigente,

1. Para conhecimento e providências que entender pertinentes, vimos pelo presente comunicar que, em razão dos indícios de supostas abusividades na oferta e na comercialização dos chamados serviços adicionados por parte de Magazine Luiza S/A, foi instaurado em face daquela empresa o Processo Administrativo n. 08012.008955/2012-20.
2. Diante disso, tendo em vista que a tarefa de bem defender o consumidor pressupõe uma atuação coordenada, difusa e capilarizada de todos os seus agentes públicos, encaminhamos à Vossa Senhoria cópia da Nota Técnica de instauração, para que possamos reunir esforços no intuito de potencializar melhores resultados para a efetiva defesa do consumidor.
3. Sem mais para o momento, aproveitamos para agradecer Vossa inestimável cooperação, colocando-nos à disposição para eventuais esclarecimentos adicionais necessários.

Atenciosamente,


ALESSANDRA DE ALMEIDA CAMARGOS COSTA OLIVEIRA
Coordenadora-Geral de Consultoria Técnica e Processos Administrativos

MINISTERIO PUBLICO DO E. TOCANTINS



07010076201201466

ASSUNTO : OFICIO CIRCULAR N 818/2014-
ENTRADA : 30/04/2014 15:24
ORIGEM : MINISTERIO DA JUSTICA
DESTINO : DIRETORIA DE EXPEDIENTE



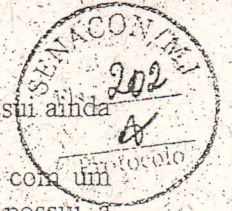
MINISTÉRIO DA JUSTIÇA
SECRETARIA NACIONAL DO CONSUMIDOR
DEPARTAMENTO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
COORDENAÇÃO-GERAL DE CONSULTORIA TÉCNICA E PROCESSOS ADMINISTRATIVOS

Nota n.:	71 2014/CGCTPA/DPDC/Senacon/MJ.
Data:	08 de abril de 2014.
Protocolado:	08012.008955/2012-20.
Representante:	Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC).
Representado:	Magazine Luiza S.A.
Assunto:	Prática abusiva.
Ementa:	Suposta irregularidade na comercialização de serviços adicionados. Indícios de irregularidade na oferta de produtos e serviços. Suposta prática abusiva denominada "venda casada" e serviço não solicitado pelo consumidor. Sugestão de instauração de Processo Administrativo.

Senhora Coordenadora-Geral de Consultoria Técnica e Processos Administrativos,

I. Relatório

1. Trata-se de Averiguação Preliminar instaurada de ofício pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), do Ministério da Justiça (MJ), em face da empresa Magazine Luiza S.A. para apuração de supostas irregularidades na oferta de produtos e serviços, assim como pela prática denominada "venda casada" e pelo fornecimento de serviço não solicitado pelo consumidor.
2. Em 15 de outubro de 2012, a empresa foi notificada a apresentar esclarecimentos sobre o modo como são ofertados os serviços adicionais aos consumidores, como também sobre a comercialização de produtos, além de informar quais os serviços ofertados, valores cobrados e suas finalidades.
3. Em resposta à Notificação n. 317/2012 – DPDC/Senacon/MJ, o Magazine Luiza S.A. informou (fls. 01-06) que a demanda refere-se à empresa "LUIZASEG" e declarou que os serviços adicionais que oferece em suas lojas são:
 - a. Garantia Estendida (eletro, moveis): é a extensão da garantia de fábrica e o valor vai depender de cada produto;
 - b. Troca Certa (eletrodomésticos): é a extensão da garantia de fábrica e o valor vai depender do valor de cada produto;
 - c. Compra Segura (seguro prestamista): é o seguro contra desemprego, morte, invalidez e incapacidade física, é comercializado junto com o financiamento e custa em média 6% do valor do produto tendo como custo máximo R\$ 120,00 (cento e vinte reais);
 - d. Consórcio Luiza e Recarga de Celular: são comercializados nas lojas do Magazine Luiza;
 - e. Seguro de Vida: seguro oferecido aos consumidores com idade entre 18 e 65 anos de idade com um custo de R\$ 9,90 (nove reais e noventa centavos) mensais, o seguro possui cobertura por morte, morte acidental, invalidez permanente total por acidente e assistência funeral.; possui ainda um sorteio mensal de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais);
 - f. Seguro Residencial: seguro oferecido aos consumidores maiores de 18 anos com um custo mensal de R\$ 9,90 (nove reais e noventa centavos); o seguro cobre incêndio, queda de raio e explosão; bem como carro na garagem; perda ou pagamento de



aluguel; roubo ou furto qualificado de bens; assistência básica 24 horas; possui ainda um sorteio mensal de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais).

- g. Seguro Luiza Cartão: oferecidos aos clientes entre 18 e 65 anos de idade com um valor mensal de R\$ 4,99 (quatro reais e noventa e nove centavos) e possui a cobertura sobre saque e compra sob coação, roubo em caixa eletrônico, bolsa protegida, morte em decorrência de crime, invalidez permanente ou parcial em decorrência de crime e diária única em decorrência de crime; possui um sorteio mensal de R\$ 5.000 (cinco mil reais);
- h. Grana Extra (crédito pessoal): crédito pessoal oferecido pelo Magazine Luiza para os consumidores e oferece parcelamento até no máximo em 15 vezes, possibilita o saque de valores no caixa do Magazine Luiza;
- i. Cred Seguro (seguro do Grana Extra): é a proteção financeira disponível aos clientes que contratam nas lojas do Magazine Luiza o empréstimo pessoal Grana Extra; o valor é de R\$ 36,99 (trinta e seis reais e noventa e nove centavos) diluído nas parcelas;
- j. SMS (Alerta Luiza – informa movimentação do cartão Luiza): o Alerta Luiza envia mensagens aos clientes do cartão Luiza informando qualquer movimentação do cartão seja o adicional ou o titular; o valor mensal cobrado é de R\$ 3,90 (três reais e noventa centavos);
- k. Cartão Adicional: é a possibilidade do consumidor adquirir outros cartões para realizar compras no Magazine Luiza; até quatro cartões adicionais não há custo aos consumidores
- l. CP no cartão: é o empréstimo pessoal no Cartão Luiza oferecido aos clientes que já possuem o cartão.

4. A empresa informou ainda que capacita seus funcionários para as vendas dos serviços adicionais, inclusive através de treinamentos constantes, orientações e material impresso.

5. No que tange ao método de oferta e comercialização oferecidos aos consumidores, informou que o pagamento destes valores podem ser parcelados no Cartão Luiza juntamente com o produto adquirido na loja ou de forma separada. Em assim sendo, o cliente assina um documento separado do pedido de venda no ato de efetivação da compra.

6. Em ofício encaminhado pela Fundação Procon-SP (n. 828/2012), datado em 21 de novembro de 2012, foi relatado que a empresa Magazine Luiza é a segunda empresa mais reclamada do segmento varejista, sendo encontrados 04 casos de suposta prática abusiva de “venda casada” em uma amostragem de 33CIPs – Cartas de Informações Preliminares, que corresponde a um terço da demanda registrada no mês de outubro de 2012.

7. Nos documentos enviados por aquela Fundação, constam reclamações de consumidores perante a ora Representada, como no caso do consumidor Edison Ubirajara Peres de Toledo (fls. 84), que, ao adquirir um aparelho celular na filial do Magazine Luiza do Largo da Misericórdia – SP, pelo valor de R\$ 164,00 (cento e sessenta e quatro reais), a loja teria acrescentado em sua compra de R\$ 35,00 (trinta e cinco reais) de garantia estendida, sem que a garantia tivesse sido solicitada ou contratada. De semelhante teor é a reclamação feita pelo Sr. João Aparecido das Chagas, que, ao adquirir um aparelho de telefonia móvel no estabelecimento, foi induzido a firmar contrato de garantia estendida ao assinar documentos que achava ser relacionado à aquisição do produto somente (fls. 86).

8. Foi solicitada realização de pesquisa no Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (Sindec); do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), para verificar o quantitativo de demandas registradas, sobre o assunto; em face da Magazine Luiza S.A. (fls. 91-92).

9. A pesquisa apresentou inúmeras reclamações contra a Magazine Luiza S.A. (fls. 93-106). Dentre os pontos mais demandados encontram-se os problemas de "Garantia" e "Problemas com cobranças". Foram apresentados vários relatos de consumidores que adquiriram produtos junto às lojas Magazine Luiza e acabaram incluídos outros serviços fornecidos pela loja no valor final da sua compra, sem solicitação do consumidor.

10. Em decorrência do resultado da Pesquisa, a empresa foi notificada para apresentar a este Departamento esclarecimentos quanto:

- a) à natureza jurídica dos serviços adicionados fornecidos aos consumidores;
- b) a como são oferecidos aos consumidores esses serviços e para especificar por quem e realizada a oferta do serviço e em qual momento;
- c) a como são prestadas as informações acerca dos serviços adicionais para os consumidores;
- d) à forma de pagamento dos serviços adicionais, se é pagamento à vista ou a prazo, se o pagamento for à prazo se o consumidor consegue distinguir facilmente a cobrança dos serviços adicionados e o valor do produto;
- e) à quantidade de consumidores contrataram cada serviço adicional;
- f) a se o consumidor deve assinar algum tipo de documento, se positivo para encaminhar o termo;
- g) caso o consumidor não opte pela contratação do serviço adicionado, a existência de embarço para efetuar a compra do produto;
- h) ao incentivo da empresa à comercialização desses serviços adicionais por parte dos seus funcionários.

11. Em resposta, a empresa informou que (fls. 114-117):

- a) A natureza jurídica dos seguros adicionados é proporcionar maior tranquilidade e segurança para os produtos e financiamentos dos clientes;
- b) os serviços são oferecidos pelos funcionários das lojas, especialmente pelos vendedores, e os serviços são ofertados no ato da aquisição do produto ou 60 dias antes do término da garantia do fabricante;
- c) as informações são fornecidas pelos vendedores que esclarecem todas as dúvidas sobre os serviços oferecidos; constam as informações no certificado do seguro que o cliente adquire junto à nota fiscal do produto e na apólice que é entregue ao consumidor;
- d) a forma de pagamento pode ser à vista ou a prazo e em ambos os casos é possível identificar o valor cobrado pelo serviço adicional;
- e) as contratações de serviços não estão relacionadas a um percentual fixo, sendo índices que oscilam de região para região, conforme serviço oferecido;
- f) o consumidor deve assinar a apólice, a qual que permanece com a loja;
- g) não há nenhum embarço para realização da compra do produto caso o consumidor não deseje contratar os serviços adicionais;
- h) a Empresa investe em treinamentos, mobilização e motivação, mostrando ao vendedor os benefícios na contratação do serviço que são de grande valia.

12. O Ministério Público do Piauí encaminhou cópia do Termo de Declaração prestado pela Sra. Maria do Carmo de Jesus, por meio do qual relata a prática do fornecedor Magazine Luiza - Luiza Créd, em adicionar o serviço de "mensagem automática" na fatura do seu cartão de crédito

“Luiza Créd” sem a sua solicitação. Em razão de ser essa prática corriqueira, encaminhou a denúncia a este Departamento (fls. 124-126).

13. No mesmo sentido, o Procon de Munhuáçu – MG encaminhou denúncia contra a empresa, pelos mesmos fatos e juntou vários relatos de consumidores daquela localidade que tiveram serviços adicionados em suas compras sem prévia solicitação (fls. 136-193).

14. Como se observa nos esclarecimentos apresentados, há pontos da notificação que não foram esclarecidos. Diante disso, foi encaminhada nova notificação à Magazine Luiza S.A. questionando a natureza jurídica dos serviços adicionais, a quantidade de consumidores que contrataram os serviços adicionais nos anos de 2012 e 2013 e para manifestar sobre a Nota Técnica emitida pelo Sindec (fls. 131-132).

15. Por fim, em seus novos esclarecimentos, a empresa informou que a natureza jurídica dos serviços adicionais é de “seguro”; bem como foram contratados 09 (nove) milhões de serviços adicionais, entre os anos de 2012 e 2013. Quanto ao que foi demonstrado na Nota Técnica apresentada pelo Sindec, informou que a conduta adotada pela empresa é de coibir as práticas que vão de encontro com o Código de Defesa do Consumidor e que para isso realiza constantes treinamentos com os seus vendedores para instruir sobre a melhor forma de vender os serviços adicionais (fls. 195-199).

É o relatório.

II. Fundamentação

16. O Código de Defesa do Consumidor é o instrumento normativo editado para dar efetividade à defesa do consumidor, prevista no texto constitucional, que constitui um microsistema jurídico que determina a prevalência do princípio da boa-fé e transparência nas relações de consumo, com o intuito de garantir a harmonização do interesse das partes. Tais princípios estão expressamente previstos no artigo 4º do referido *Codex*, traduzindo o interesse na segurança das relações de consumo e determinando que as partes contratem com lealdade e segurança recíprocas sempre observando a vulnerabilidade do consumidor.

17. Com a finalidade de proteger a boa-fé nas relações contratuais o Código de Defesa do Consumidor (CDC) trata da enorme importância do direito à informação, acarretando inclusive a ineficácia da obrigação do consumidor ao que não lhe foi adequadamente informado.

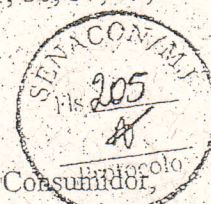
18. No caso em questão, aparentemente, nas ofertas dos serviços adicionais fornecidos pela Empresa não são fornecidas aos consumidores informações de forma correta, precisa, adequada, clara e ostensiva para garantir o exercício da sua livre escolha, sendo o consumidor introduzido no contrato celebrado pelo fornecedor sem a sua solicitação.

29. Ademais, haveria a suposta prática abusiva denominada “venda casada” no momento da venda dos serviços adicionais como garantias e seguros. Nesse sentido, veja-se que as reclamações registradas no Sindec (fls. 93-106) tratam em sua maioria de serviços adicionados sem solicitação do consumidor.

20. Sendo o consumidor a parte vulnerável da relação de consumo, muitas vezes é levado a crer que a compra do seguro é parte obrigatória para conclusão do contrato. Ainda, em outras situações parece não haver o esclarecimento quanto ao preço correto do produto ao consumidor, vez que é embutido o valor de um serviço adicional. Portanto, o fornecedor aparenta utilizar-se tanto de sua superioridade técnica, quanto econômica para forçar a aquisição de determinado produto ou serviço, aproveitando-se da vulnerabilidade do consumidor.

21. Assim, deve ficar claro ao consumidor que a oferta de serviços adicionados não é obrigatória para conclusão contratual, bem como que se trata de uma nova oferta, conforme determinado pelos artigos 30 e 31 do CDC, sob pena de se configurar a prática denominada “venda casada”, ofensiva aos princípios do Código, em descumprimento à ordem de proteção contratual ao consumidor, bem como publicidade enganosa por omissão, nos termos do CDC.

22. Destarte, compulsando a documentação acostada aos autos, vislumbram-se indícios de infrações aos artigos 4º, *caput*, incisos I e III; 6º, incisos III, IV e VI, que asseguram os direitos básicos do consumidor, bem como artigos 18, *caput*, §1º, incisos I, II e III; 20, §2º; 31; 36; 37; 39, incisos I, III e IV e 46, todos do Código de Defesa do Consumidor.




III. Conclusão

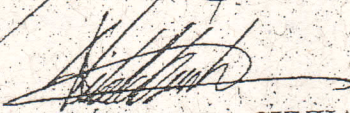
23. Diante dos indícios de infração aos ditames do Código de Defesa do Consumidor, sugere-se a instauração de Processo Administrativo, no âmbito deste Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), em face da empresa **MAGAZINE LUIZA S/A**, notificando-a para, no prazo de 10 (dez) dias, apresentar defesa, consoante o disposto no art. 44 da Lei n. 9.784, de 29 de janeiro de 1999, bem como no art. 42 do Decreto n. 2.181, de 20 de março de 1997, alterado pelo Decreto n. 7.738 de 28 de maio de 2012, advertindo-se de que o não cumprimento do solicitado implicará as consequências legais pertinentes.

24. Por oportuno, sugere-se o encaminhamento de Ofício Circular aos órgãos e entidades integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, dando-lhes ciência da instauração do presente Processo Administrativo no âmbito deste Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC).

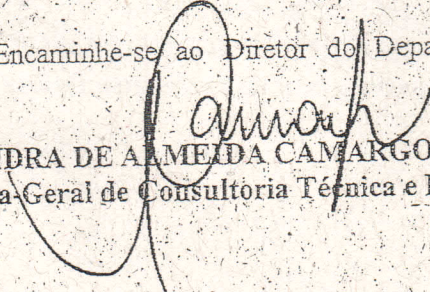
A consideração superior.


GABRIEL REIS CARVALHO
Chefe da Divisão de Processos Administrativos

De acordo.


THAÍS VILELA CUNHA
Coordenadora de Processos Administrativos Substituta

De acordo. Encaminhe-se ao Diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor.


ALESSANDRA DE ALMEIDA CAMARGOS COSTA OLIVEIRA
Coordenadora Geral de Consultoria Técnica e Processos Administrativos



MINISTÉRIO DA JUSTIÇA
SECRETARIA NACIONAL DO CONSUMIDOR
DEPARTAMENTO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

Procedimento Administrativo n. 08012.008955/2012-20

Despacho do Diretor n. 18 /2014

Adoto a nota supra como motivação. Ante os indícios de infrações aos artigos 4º, *caput*, incisos I e III; 6º, incisos III, IV e VI, que asseguram os direitos básicos do consumidor, bem como artigos 18, *caput*, §1º, incisos I, II e III; 20, §2º; 31; 36; 37; 39, incisos I, III e IV e 46, todos do Código de Defesa do Consumidor, nos termos do art. 50 da Lei n. 9.784/99, acolho a nota técnica elaborada pela Coordenação-Geral de Consultoria Técnica e Processos Administrativos (CGCTPA), (fls. _____), cujo relatório e fundamentação passam a fazer parte integrante da presente decisão e determino, assim, a instauração de Processo Administrativo no âmbito deste Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, notificando-se a Magazine Luiza S.A. para apresentar defesa, na forma disposto nos arts. 42 e 44 do Decreto n. 2.181 de 20 de março de 1997, alterado pelo Decreto n. 7.738 de 28 de maio de 2012.

Determino, por fim, a expedição de Ofício Circular aos órgãos e entidades integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, dando-lhes ciência da instauração do presente Processo Administrativo no âmbito deste Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC).

Intime-se. Oficie-se. Publique-se.

AMAURY MARTINS DE OLIVA
Diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor