



Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro

As Compras Coletivas no Comércio Eletrônico à Luz do Direito do Consumidor

Renan do Nascimento Rodrigues

Rio de Janeiro  
2014

RENAN DO NASCIMENTO RODRIGUES

**As Compras Coletivas no Comércio Eletrônico à Luz do Direito do Consumidor**

Artigo científico apresentado como exigência de conclusão de Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* da Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro em Direito do Consumidor e Responsabilidade Civil.

Orientadora: Ana Paula Delgado

Maria de Fátima A. São Pedro

Nelson C. Tavares Junior

Rio de Janeiro  
2014

## AS COMPRAS COLETIVAS NO COMÉRCIO ELETRÔNICO À LUZ DO DIREITO DO CONSUMIDOR

Renan do Nascimento Rodrigues

Graduado pela Universidade Estácio de Sá.  
Advogado.

**Resumo:** O presente artigo enfoca a temática da aplicação do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90) nas compras realizadas no comércio eletrônico, através de sites de compras coletivas de serviços e/ou produtos, analisando todas as etapas desta relação, desde a oferta do produto até a reparação de algum dano que tenha sido eventualmente gerado. Bem como, a responsabilidade das partes neste tipo de relação contratual e a solidariedade entre elas, analisando ainda a possibilidade ou não do exercício do direito de arrependimento e a partir de quando este pode ser exercido.

**Palavras-chave:** Direito do Consumidor. Compras Coletivas. Comércio Eletrônico.

**Sumário:** Introdução. 1. As Compras Coletivas e o Comércio Eletrônico. 2. A oferta e o Contrato de Adesão. 3. Do direito de arrependimento e das obrigações das partes. 4. Dos Eventuais Danos Gerados e sua Reparação. 5. Do Decreto Lei 7.962 de 15 de março de 2013. Conclusão. Referências.

### INTRODUÇÃO

O trabalho apresentado aborda um tema novo em nosso ordenamento jurídico, qual seja, as compras coletivas na internet, sendo este tema analisado a Luz do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.090/90), procurando para tanto, discorrer acerca dos procedimentos que envolvem as compras coletivas e como que estas são realizadas, bem como expondo as características exclusivas do comércio eletrônico, um meio novo não só para as partes, mas também para a própria doutrina, jurisprudência e legisladores.

Deste modo, este trabalho objetiva analisar as compras coletivas no comércio eletrônico a luz do Código de Defesa do Consumidor esclarecendo, não só as garantias legais dos consumidores, como também os deveres destes, além dos direitos e obrigações daqueles

que se propõe a comercializar seus produtos e/ou serviços, fazendo para tanto uma análise de todas as suas etapas, quais sejam: o que são as compras coletivas e como funciona o comércio eletrônico, desde a oferta do produto, passando pelo contrato de adesão e pelo direito de arrependimento para ao final analisar a responsabilidade das partes e eventual reparação de danos que possam ter sido gerados.

Para tanto, nessa linha de intelecção, diante desses novos desafios da evolução tecnológica e da legislação brasileira, o presente estudo buscará discorrer sobre a necessidade de se utilizar dos mecanismos de proteção ao consumidor brasileiro no âmbito das relações contratuais eletrônicas, em todas as suas modalidades utilizando-se para tanto de todas as ferramentas disponíveis, sendo no presente caso o Código de Defesa do Consumidor a mais importante delas. Nesse passo, tal abordagem será realizada sob o prisma da atual e moderna sociedade de consumo, utilizando as metodologias bibliográficas e jurisprudenciais.

## **1. AS COMPRAS COLETIVAS E O COMÉRCIO ELETRÔNICO**

A compra de serviços e produtos, existe a muitos anos na sociedade, tendo evoluído junto com esta no decorrer dos anos, acompanhando sempre o seu desenvolvimento tecnológico, onde na última década se verificou uma popularização da internet, que permitiu o acesso da grande massa não só a internet, mas também aos serviços por ela oferecidos, deste modo as compras através desse meio virtual, como não podiam deixar de ser também evoluíram. Verificando que conforme os estudos de Albertin<sup>1</sup> “desde o surgimento comercial da internet em 1993 até os dias atuais, o comércio eletrônico passou por diversas transformações e evoluções”, sendo uma dessas evoluções as compras coletivas, a qual é objeto de análise no presente trabalho.

---

<sup>1</sup>ALBERTIN, A.L. *Comércio Eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

As compras coletivas por meio eletrônico, conforme sua definição no Wikipédia<sup>2</sup> “começaram a ganhar força nos Estados Unidos em 2008, mas somente começaram a atuar no Brasil em 2010, com a empresa estadunidense Groupon com ofertas em São Paulo”. Após esse ingresso no mercado, o que se observou foi um imenso crescimento do setor, que passou a ter grande relevância na economia, e passou a atrair todo o tipo de público e empresas, com ofertas de uma grande diversidade de produtos e serviços.

Tal crescimento foi em parte influenciado, por um já crescente aumento de consumo de produtos através da internet, tendo se somado a isso, o fato de que os sites de compras coletivas, demonstram ao consumidor que o mesmo terá uma grande vantagem ao realizar a compra, fazendo com que este não avalie a necessidade do produto ou serviço, e sim compre pelo impulso de achar que tal compra lhe imputa grande vantagem.

Tal tipo de comércio eletrônico inicialmente apresenta vantagem para ambas as partes, sendo dentre as principais vantagens apontadas pelos consumidores: o preço final do produto (que em alguns casos apresenta descontos de até 90%), a facilidade vez que a compra é realizada pela internet, a possibilidade de ler depoimentos de outros usuários dos sites que também já compraram o produto ou serviço e tecem comentários acerca do mesmo, a sensação de consumir produtos ou serviços que em condições normais estariam fora do orçamento do comprador, o fato do site normalmente já ser conhecido do consumidor gerando assim uma pequena segurança, onde mesmo o estabelecimento não sendo muito conhecido o consumidor acaba comprando pelas informações contidas no site, bem como a possibilidade de em caso de não entrega do produto ou de não ser prestado o serviço, ter o valor desembolsado devolvido diretamente pelo site que fez a oferta.

---

<sup>2</sup> WIKIPÉDIA, *Site de Compra Coletiva*. Disponível em <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Site\\_de\\_compra\\_coletiva](http://pt.wikipedia.org/wiki/Site_de_compra_coletiva)> . Acesso em 20 jan. 2014.

Com relação à empresa que faz a oferta esta também possui uma grande gama de vantagens, das quais podem ser destacadas: a divulgação da marca sem necessidade de um grande investimento em marketing, a qual muitas vezes é nova no mercado, ou naquela região, gerando assim uma clientela, bem como quando a empresa divulga sua oferta, já sabe qual foi o custo do produto ou serviço, e quanto irá pagar de comissão, não tendo via de regra maiores gastos com vendedores e divulgação; e ainda em muitos casos permite, uma venda agressiva de produtos que estão saindo de linha ou até já estão fora de linha, podendo assim renovar seu estoque.

Devendo ainda ser observada a série de vantagens para o site que realiza o serviço de vendas coletivas, das quais destacam-se: o lucro auferido, vez que o site recebe uma comissão pelas vendas realizadas, o baixo custo do serviço, pois não necessita de loja física o que diminui muito os encargos, a segurança vez que é o site quem analisa o perfil das empresas que vão poder expor suas ofertas, e em muitos casos é o próprio site quem recebe o pagamento pelo produto ou serviço, o qual muitas das vezes condiciona o repasse ao efetivo cumprimento da oferta.

Deste modo, após a análise acima exposta sobre as compras coletivas no comércio eletrônico é indubitoso se observar que este tipo de comércio, gera uma relação de consumo, entre o consumidor seja aquele que efetivamente realiza a compra, ou aquele que irá utilizar o cupom, caso tenha sido adquirido um serviço, para com aquele que vende os produtos ou serviços, como também com o site que publica as ofertas, aplicando-se assim a Lei nº. 8.078/90, o Código de Defesa do Consumidor, o qual nas sabias palavras de Marques<sup>3</sup> “o Código do Consumidor, embora não discipline nenhum contrato especificamente, aplica-se a todos os tipos de contratos que geram relação de consumo”.

---

<sup>3</sup>MARQUES, Cláudia Lima, *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 6. ed. São Paulo: RT, 2011.

## **2. A OFERTA E O CONTRATO DE ADESÃO**

Neste tipo de comércio a oferta do produto e serviço ao consumidor possui características próprias e em alguns casos até bastante peculiares, como o caso das ofertas nas quais o consumidor é informado que precisa de um número mínimo de compradores para ter validade, ou seja, o consumidor manifesta seu interesse pelo produto ou serviço, faz todo o procedimento necessário para a compra, mas tem que aguardar uma resposta do site o qual irá lhe informar se a oferta será validada ou não e em via de consequencia sua compra consumada.

Não obstante a característica acima informada, existem outras importantes que merecem destaque, como o tempo de validade da oferta, o qual costuma a ser pré-determinado, e muitas vezes limitado a 1(um) dia, aparecendo essa informação no site, em forma de um cronometro, que indica o tempo restante até o fim da oferta, e depois de esgotado tal tempo não será mais possível realizar a compra.

Com efeito, levando em consideração se tratar de um ambiente virtual, onde não se identifica facilmente se a loja é de confiança ou não, é importante o consumidor adotar algumas condutas de segurança ao analisar as ofertas, como: procurar escolher sites já conhecidos e respeitados no mercado; sempre ler atentamente as regras, para compra e utilização do produto ou serviço, observando se existe ou não alguma taxa ou cobrança extra que não esteja incluída no preço informado, como a cobrança de frete; verificar a sua real necessidade e a viabilidade da utilização do produto ou serviço, procurando-se evitar a compra por impulso e desnecessária; procurar informações acerca de quem irá prestar o serviço, e sobre o local em que o mesmo será prestado, o que é muito relevante em caso de viagens e passeios; realizar através da própria internet uma pesquisa sobre a reputação do

vendedor, e opinião de outros consumidores que tenham comprado a mesma oferta, se for possível.

Após analisada atentamente a oferta disposta no site de compra coletiva, o consumidor caso deseje realizar a compra, irá logo após clicar na opção de compra ser direcionado para outra tela, que irá possuir as informações sobre as condições e formas de pagamento, bem como irá estar disposto, via de regra em letra de fonte 10, ou até menor, o contrato, muitas vezes denominado de termos de uso, o qual se trata, via de regra, de um contrato de adesão, vez que as cláusulas ali dispostas, não podem ser discutidas ou negociadas pelo consumidor, onde simplesmente ou ele concorda(compra) ou não concorda(não compra).

Em alguns casos se verifica também que algum desses sites dispõe das chamadas cláusulas abusivas em seus contratos, sendo consideradas abusivas todas aquelas que se encontram dispostas no artigo 51 do Código de Defesa do Consumidor(CDC) as quais via de regra, exoneram o vendedor da obrigação de indenizar, a qual também é conhecida como cláusula de não indenizar, contudo tal cláusula não atinge o fim desejado, conforme se verifica nos ensinamentos de Cavalieri Filho<sup>4</sup> “A convenção jamais poderá fazer isso, porque ninguém é dado estipular que, em determinada situação, não será o sujeito passivo do dever de reparar”.

Por outro ângulo, o que se verifica atualmente é que costumeiramente nos casos de compras por meio eletrônico, independente de ser coletiva ou não, o consumidor não possui o costume de ler as regras de compra e uso do site em si, somente se limitando a ler aquelas que são inerentes a própria oferta, ou seja, os termos de uso do produto ou serviço adquirido, tal efeito ocorre até mesmo, pelo fato de que o consumidor sabe que a leitura ou não de tais cláusulas será indiferente, vez que mesmo que discorde nada poderá fazer, pois as mesmas não estão sujeitas a negociação, ou ele compra ou não compra.

---

<sup>4</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de Responsabilidade Civil*. 3. ed. Rio de Janeiro: Atlas. 2011.

Sem prejuízo disto, o consumidor atual encontra amparo na legislação que o protege das cláusulas abusivas previstas no artigo 51 do CDC, que as considera nula de pleno direito, bem como o artigo 54, parágrafo 3º do CDC determina que “os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, cujo tamanho da fonte não será inferior ao corpo doze, de modo a facilitar a sua compreensão pelo consumidor”

Destacando-se ainda que para uma cláusula ser considerada abusiva e em via de consequência nula, não existe necessidade de ter ocorrido má-fé, do contratado ou qualquer tipo de dolo, bastando a simples prova da abusividade, conforme os valorosos ensinamentos de Benjamin<sup>5</sup>:

Inicialmente, cumpre destacar que a caracterização de qualquer cláusula abusiva, nos termos da sistemática adotada pelo Código de Defesa do Consumidor, independe de análise subjetiva de conduta do fornecedor, se houve ou não malícia, intuito de obter vantagem indevida ou exagerada. Em nenhum momento a Lei 8.078/1990 exige a má-fé, o dolo do fornecedor, para caracterização da abusividade da cláusula.

### **3. DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO E DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES**

Por se tratar de um tipo de compra a distância, celebrada através do comércio eletrônico, via internet, este tipo de negócio é um tipo de contratação de produto ou serviço ocorrido fora do estabelecimento comercial, se amoldando assim a previsão legal do artigo 49 do CDC<sup>6</sup>, o qual prevê expressamente que “O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7(sete) dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produto e/ou serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.”

---

<sup>5</sup> BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 5. ed. São Paulo: RT, 2013, p. 369.

<sup>6</sup> BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em :<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm)>. Acesso em: 13 jan. 2014.

Deste modo verifica-se que o consumidor pode desistir da compra do produto e/ou serviço realizado na modalidade de compra coletiva, em até 7(sete) dias após o recebimento, não estando esse direito necessariamente ligado a qualquer defeito ou vício apresentado pelo produto, bastando para tanto que o consumidor comunique a empresa seu desejo de exercer o direito de arrependimento, que esta está obrigada por imposição legal, a devolver o dinheiro e a retirar ou receber o produto de volta, conforme os ensinamentos de Benjamin<sup>7</sup>:

O prazo para manifestação da desistência é de sete dias “a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço”. No caso de compra pelo telefone e internet, a contagem inicia-se a partir do recebimento do produto e não do dia da solicitação(contratação). A interpretação deve prestigiar a finalidade da norma: proteger o comprador que, até o recebimento físico do bem, não pode examinar adequadamente o produto.

Com relação ao ônus do exercício do direito de arrependimento, seja ele pela devolução do produto pelo consumidor ou pela retirada pelo vendedor tal ônus deve ser suportado integralmente pelo vendedor, ou se pago pelo consumidor, este deve ser devolvido imediatamente e corrigido monetariamente, na forma do parágrafo único do artigo 49 do CDC, que determina “Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados”.

No que diz respeito às obrigações das partes, essas são inerentes a própria atividade realizada, de modo que a obrigação principal do consumidor, é o pagamento do valor disposto na oferta de acordo com os meios de pagamento dispostos no site, bem como a responsabilidade pela veracidade das informações dispostas em seu cadastro, obrigações estas que caso não sejam devidamente cumpridas podem isentar os sites de compras coletivas, e seus parceiros comerciais, de suas obrigações legais, vez que sem o cumprimento da obrigação principal do consumidor que é o pagamento pelo produto e/ou serviço, impossível é

---

<sup>7</sup>BENJAMIN, Antonio Herman V., MARQUES, Claudia Lima , BESSA, Leonardo Roscoe, Manual de Direito do Consumidor. 5. Ed. São Paulo: RT, 2013, p.368.

o envio do produto ou a prestação do serviço, objetos do contrato, bem como o preenchimento incorreto de um cadastro, pode inviabilizar a concretização do contrato, pois por exemplo caso seja um contrato de compra e venda de uma mercadoria, se o endereço fornecido for incorreto impossível será a entrega do bem, e em via de consequência a satisfação da obrigação.

Com relação ao site de compras coletivas, esse possui maiores obrigações, para com o consumidor, vez que antes mesmo destes celebrarem qualquer tipo de contrato este já assume obrigações, pelo simples exercício de sua atividade, podendo inclusive responder por eventuais danos, como no caso da informação, a qual deverá estar disposta sempre de forma clara e objetiva, vez que o direito à informação é garantido ao consumidor pelo artigo 6, inciso III do CDC.

#### **4. DOS EVENTUAIS DANOS GERADOS E SUA REPARAÇÃO**

Nesse tipo de comercio assim como nos outros, existem uma série de danos que podem ser gerados, seja para a parte contratante ou para a contratada, devendo sempre ser analisado cada caso concreto para se identificar o dano efetivamente gerado, e se mensurar a sua reparação, caso esta seja necessária, bem como se a via utilizada será administrativa ou judicial.

Dos eventuais danos que podem ser gerados as partes observam-se com mais frequência aqueles que podem ocorrer com os consumidores, dos quais destacam-se os principais, que são os danos materiais(patrimoniais) e os morais, os quais podem ocorrer de forma isolada ou concomitante. Conforme se verifica nos ensinamentos de Benjamin<sup>8</sup>:

---

<sup>8</sup> BENJAMIN, AntonioHerman V., MARQUES, Claudia Lima , BESSA, Leonardo Roscoe, Manual de Direito do Consumidor. 5. Ed. São Paulo: RT, 2013, p.160.

Havendo dano, a indenização terá de ser a mais completa possível. Para o Código de fato, a reparação é ampla, cobrindo todos os danos sofridos pela vítima, patrimoniais(diretos ou indiretos) e morais, inclusive aqueles causados no próprio bem de consumo defeituoso.

Nestes casos os danos materiais(patrimoniais), são principalmente aqueles decorrente, da compra do produto ou serviço, sem a devida contraprestação, ou seja sem a entrega ou prestação do serviço, ou quando realizados tenha ocorrido algum defeito ou vicio, fazendo com que o consumidor busque a devolução dos valores efetivamente pagos, os quais devem ser devidamente corrigidos, desde a data de seu desembolso, bem como deve ser devolvida qualquer taxa que tenha sido cobrada, como frete, taxa de emissão, ou qualquer outra, conforme se verifica no aresto abaixo exposto oriundo do Superior Tribunal de Justiça <sup>9</sup>

AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 468.664 - SP (2014/0018960-3)

RELATOR: MINISTRO MARCO BUZZI

Cuida-se de agravo (art. 544 do CPC) interposto por PRISCILLA MELCHIADES, em face de decisão denegatória de seguimento ao recurso especial (fls. 172/173 e-STJ). O apelo nobre, fundamentado no art. 105, inciso III, alínea "a", da Constituição Federal, desafia acórdão proferido pelo Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, assim ementado:

**APELAÇÃO CÍVEL - BEM IMÓVEL - LEGITIMIDADE ATIVA CONFIGURADA - AUSÊNCIA DE ENTREGA DA MERCADORIA - ESTORNO DA QUANTIA PAGA - CABIMENTO - DANOS MORAIS - INOCORRÊNCIA. Compra e venda de máquina fotográfica digital via **internet**. O fato de a aquisição ter sido efetivada com cartão de crédito de terceiro não é bastante para afastar a legitimidade da autora. Mercadoria não entregue. Devolução da quantia despendida pela consumidora. Cabimento. Meros aborrecimentos que não ensejam indenização por **danos** morais. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO.**

Não obstante ao dano material, existem situações em que a não entrega da mercadoria ou a não prestação do serviço contratado, pode gerar uma reparação por danos morais, podendo estes ocorrer independente da reparação por danos materiais, como por exemplo na situação verificada em diversos julgados em que determinado site de compras coletivas veicula oferta de um pacote de viagem, o qual é devidamente adquirido, contudo as vésperas da viagem,o site ou a agência de viagens comunica o consumidor do cancelamento, alegando

<sup>9</sup> BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. AREsp 468.664-SP. Relator Ministro Marco Buzzi. Disponível em: <<https://ww2.stj.jus.br/websecstj/decisoemonocraticas/frame.asp?url=/websecstj/cgi/revista/REJ.cgi/MON?seq=35737608&formato=PDF>>. Acesso em: 06 de agosto de 2014.

problemas com a companhia aérea, ou com o hotel desejado, realizando a devolução simples do valor despendido, sempre alegando a inocorrência de qualquer outro dano, vez que realiza a devolução do valor pago.

Contudo nestes casos, muitas vezes resta configurada a ocorrência de danos morais, onde por ser tratar de uma viagem, se o consumidor demonstrar, que para usufruir de tal viagem este tirou férias do trabalho, fez reserva para eventos no local de destino(show, jogos de futebol, festas de família ...) ou seja, o consumidor demonstra que tal conduta unilateral do site de compra coletiva ou do seu parceiro comercial, lhe gerou um abalo moral, este fará jus a referida indenização, entretanto a mesma somente será percebida com o ingresso no judiciário para buscar a reparação, conforme se verifica no aresto abaixo exposto do TJ/RJ<sup>10</sup>

Inominado na Apelação Cível nº 0424080-38.2012.8.19.0001

AGRAVO INOMINADO. APELAÇÃO CÍVEL. CONSUMIDOR. AQUISIÇÃO DE PACOTE DE VIAGEM INTERNACIONAL. MODALIDADE COMPRA COLETIVA. CANCELAMENTO DO CONTRATO UNILATERALMENTE PELO RÉU. ART. 14 DO CDC. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO. DANO MORAL CONFIGURADO. MANUTENÇÃO DA SENTENÇA. PRECEDENTES STJ E TJERJ.

Outrossim, ainda existem situações em que os danos ocasionados podem ser materiais e morais de forma concomitante, conforme o julgado abaixo exposto oriundo, do Egrégio Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro<sup>11</sup>:

Inominado na Apelação Cível nº 0029270-23.2012.8.19.0203

AGRAVO INOMINADO. APELAÇÃO. CONSUMIDOR. AQUISIÇÃO DE PACOTE “KIT FESTA”. MODALIDADE COMPRA COLETIVA. PRODUTO NÃO ENTREGUE. FRUSTRAÇÃO DE LEGÍTIMA ESPECTATIVA. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO. DANO MORAL CONFIGURADO. QUANTUM DA COMPENSAÇÃO (R\$ 3.500,00) ATENDE AOS PRINCÍPIOS DA PROPORCIONALIDADE E RAZOABILIDADE.

---

<sup>10</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Inominado na Apelação Cível nº 0424080-38.2012.8.19.0001. Relator Maria Luiza de Freitas Carvalho. Disponível em: < <http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=0004BDC240B462EEF315463E61C9D3892B22C503130E584D>>. Acesso em: 06 de agosto de 2014.

<sup>11</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Inominado na Apelação Cível nº 0029270-23.2012.8.19.0203. Relator Maria Luiza de Freitas Carvalho. Disponível em: < <http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=0004E461D25F709D872FAED5EE8B58E7DDA1C5031864613D>>. Acesso em: 06 de agosto de 2014.

DEVOLUÇÃO DA QUANTIA PAGA. DEMONSTRADO O DANO MATERIAL,  
ESTE DEVE SER RESSARCIDO.  
MANUTENÇÃO DA SENTENÇA.  
Ausente qualquer argumento capaz de infirmar a decisão  
agravada.  
RECURSO DESPROVIDO.

Não obstante as situações acima exposta, de acordo com o caso concreto poderão existir várias outras a ocasionar a ocorrência de vários outros danos ao consumidor, como por exemplo, o dano estético, quando o serviço ofertado for um tratamento de beleza em uma clínica de estética, e este apresenta um defeito que queima o rosto do consumidor com muita gravidade ao ponto de gerar lesões permanentes, ou ainda lucros cessantes, quando o produto ofertado for, por exemplo, uma máquina fotográfica profissional, e um fotografo após a aquisição não recebe o produto no prazo estipulado ou ainda recebe o produto, mas este não funciona corretamente.

É importante ser destacado que neste tipo de relação comercial, as empresas envolvidas, já sabendo da solidariedade existente entre o site de compras coletivas o qual divulga as ofertas, com o vendedor dos produtos ou prestador de serviço, também devem realizar um controle sobre as ações dos “parceiros” comerciais, vez que a falha na prestação de serviços de um deles, poderá implicar na responsabilização de ambos. Diante disto em alguns casos também se verificam nos tribunais ações, que visam evitar que tais danos ocorram como no caso abaixo exposto, no qual um site de compras coletivas acionou judicialmente uma empresa que ofertava pacotes de viagens em seu site, mas não estava cumprindo elas adequadamente, tendo então o Tribunal mantido a liminar deferida no julgado para que a ré dentre outras “comprove, no prazo de 72 horas, que providenciou e realizou as reservas dos hotéis e passagens aéreas ofertados e contratados... sob pena de se presumir verdadeira a afirmação autoral e, por conseguinte, configurar descumprimento do pacto e o consequente direito a rescisão da avença” tudo conforme o julgado de Agravo de Instrumento

contra decisão que deferiu o pedido liminar de lavra da 9ª Câmara Cível do TJ/RJ, conforme ementa abaixo exposta<sup>12</sup>:

AGRAVO DE INSTRUMENTO Nº 0050051-93.2012.8.19.0000  
 Agravante: STAR TRAVEL BRASIL LTDA. ME  
 Agravado: PEIXE URBANO WEB SERVIÇOS DIGITAIS LTDA.  
 Relator: DESEMBARGADOR ROGERIO DE OLIVEIRA SOUZA  
**D E C I S Ã O**  
 DIREITO CIVIL. OBRIGAÇÃO DE FAZER. CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO. SUSPENSÃO DAS COBRANÇAS. MITIGAÇÃO DAS PRÓPRIAS PERDAS. PEDIDO DE REVOGAÇÃO DA TUTELA ANTECIPADA. DESCABIMENTO. SÚMULA 59 DESTE TRIBUNAL.

Deste modo, verifica-se que vários danos podem ser gerados nesse tipo de relação, sendo os principais verificados: os danos materiais e morais, gerados aos consumidores decorrentes do inadimplemento contratual, e de eventuais defeitos ou vícios dos produtos e/ou serviços adquiridos ou ofertados.

## **5. DO DECRETO LEI 7.962 DE 15 DE MARÇO DE 2013**

O decreto foi promulgado com o fito de regulamentar a lei 8.078/90(CDC), dispondo sobre a contratação no comércio eletrônico, e possuindo inclusive em seu artigo 3º um destaque especial para as compras coletivas. Deste modo se observa claramente um interesse do legislador em adequar a legislação consumerista, aos avanços tecnológicos que incidem sobre os tipos de comércios, atendendo assim aos anseios da sociedade, vez que tal tipo de comercio se popularizou muito rapidamente, bem como as demandas judiciais oriundas deste tipo de relação comercial vem crescendo exponencialmente nos últimos anos.

Desta forma importante é se fazer uma análise do referido artigo 3º o qual dispõe:

Art. 3º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para ofertas de compras coletivas ou modalidades análogas de contratação deverão conter, além das informações previstas no art. 2º, as seguintes:

---

<sup>12</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Agravo de Instrumento nº 0050051-93.2012.8.19.0000. Relator Desembargador Rogério de Oliveira Souza. Disponível em: < <http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=000481BAC820320832A7227AFA12DE2AD37508C455250A1F>>. Acesso em: 06 de agosto de 2014.

- I- I - quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato;
- II- II - prazo para utilização da oferta pelo consumidor; e
- III- III - identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado, nos termos dos incisos I e II do art. 2º.

Inicialmente deve ser observado que não existe uma regulamentação ou norma específica que defina de forma objetiva o que vem a ser “sítio de compras coletivas”, diante disto o legislador procurou não ser tão específico e buscou não limitar a esta terminologia somente, e colocou também no referido dispositivo o termo “modalidades análogas”, deste modo buscou englobar na referida definição todo o tipo de comércio eletrônico, que pode ser considerado ou pelo menos equiparado a compra coletiva.

Deste modo foi positivado no ordenamento jurídico, a expressão que anteriormente não era verificada em nenhum outro dispositivo, bem como foram estabelecidas determinações específicas as quais os referidos setores deverão observar quando do exercício de suas atividades, sob pena de incorrerem na punição prevista no artigo 7º o qual determina que: “A inobservância das condutas descritas neste Decreto ensejará aplicação das sanções previstas no art. 56 da Lei n. 8.078, de 1990”.

## **CONCLUSÃO**

Ao longo do presente artigo foi estabelecido que aquele que adquirir produtos ou serviços como destinatário final nos sites de compras coletivas é abrangido pelo conceito de consumidor presente no artigo 2º do CDC, bem como foi feita a relação entre as partes que integram esta relação de consumo, onde o site de compra coletiva se apresenta como uma vitrine de ofertas, publicando em seu site as ofertas de seus parceiros comerciais, as quais são previamente analisadas pelo referido site, o qual recebe uma comissão pelas vendas realizadas, deste modo tanto o site de compras como o comerciante que anuncia seus serviços

podem ser considerados como fornecedores de produtos e/ou serviços e o consumidor é aquele que se dirige ao site para analisar os produtos e/ou serviços nele ofertados, sendo considerado consumidor independente de ter sido efetivada a compra ou não, vez que a partir do momento em que este visualiza a oferta já pode ser vítima de algum vício ou defeito do produto, estando assim desde esse momento amparado pelo CDC.

Observa-se ainda com relação ao fato de que a partir o momento em que o consumidor efetiva uma compra, ele estará realizando a contratação de produto ou serviço fora do estabelecimento comercial, podendo assim caso deseje, exercer o direito de arrependimento, na forma do artigo 49 do CDC, sem necessidade de ter que apresentar qualquer tipo de justificativa à desistência da compra, bastando à simples notificação do site ou diretamente ao anunciante.

Com o crescimento deste tipo de comércio, também se verificou de forma exponencial os inadimplementos contratuais nesta modalidade de compra, de modo que então passou-se a ter uma série de demandas judiciais, buscando a reparação destes danos ocasionados, os quais se destacam os danos materiais, que ocorrem quando o produto e/ou serviço adquirido, deixa de ser entregue ou prestado, gerando assim o pedido de restituição dos valores pagos, bem como se constata a ocorrência dos danos morais, quando o referido inadimplemento ultrapassa o simples dano material, e atinge os bens da personalidade do indivíduo, o qual também deve ser indenizado.

Deste modo, atualmente os sites de compras coletivas no comércio eletrônico, após o repentino e vertiginoso crescimento apresentado desde seu surgimento no Brasil em 2010, parecem ter se sedimentado como um ramo de comércio de grande notoriedade no meio eletrônico, tanto que gerou uma atenção especial dos legisladores no artigo 3º da Lei 7962/13.

## REFERÊNCIAS

ALBERTIN, A.L. Comércio Eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 5. ed. São Paulo: RT, 2013.

MARQUES, Cláudia Lima, *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 6. Ed. São Paulo: RT, 2011.

CAVALIERI FILHO, Sergio. Programa de Responsabilidade Civil. 3. Edição. Rio de Janeiro: Atlas. 2011.

BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm)> Acesso em: 13 jan. 2014.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. AREsp 468.664-SP. Relator Ministro Marco Buzzi. Disponível em: < <https://ww2.stj.jus.br/websecstj/decisoemonocraticas/frame.asp?url=/websecstj/cgi/revista/REJ.cgi/MON?seq=35737608&formato=PDF>>. Acesso em: 06 de agosto de 2014.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Inominado na Apelação Cível nº 0424080-38.2012.8.19.0001. Relator Maria Luiza de Freitas Carvalho. Disponível em: < <http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=0004BDC240B462EEF315463E61C9D3892B22C503130E584D>>. Acesso em: 06 de agosto de 2014.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Inominado na Apelação Cível nº 0029270-23.2012.8.19.0203. Relator Maria Luiza de Freitas Carvalho. Disponível em: < <http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?ZIP=1&GEDID=0004E461D25F709D872FAED5EE8B58E7DDA1C5031864613D>>. Acesso em: 06 de agosto de 2014.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Agravo de Instrumento nº 0050051-93.2012.8.19.0000. Relator Desembargador Rogério de Oliveira Souza. Disponível em: < <http://www1.tjrj.jus.br/gedcacheweb/default.aspx?UZIP=1&GEDID=000481BAC820320832A7227AFA12DE2AD37508C455250A1F>>. Acesso em: 06 de agosto de 2014.

WIKIPÉDIA, *Site de Compra Coletiva*. Disponível em <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Site\\_de\\_compra\\_coletiva](http://pt.wikipedia.org/wiki/Site_de_compra_coletiva)>