



23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR DOUTOR JUIZ DE DIREITO DA \_\_VARA CIVIL  
DA COMARCA DE PALMAS – TO**

**O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO TOCANTINS**, por sua Promotora de Justiça que esta subscreve, titular da 23<sup>a</sup> Promotoria de Justiça da Capital, no exercício de suas atribuições legais e constitucionais, vem respeitosamente à presença de Vossa Excelência, com base nos artigos 5º, inciso XXXII, 127 *caput*; 129, inciso III; e 170, inciso V, da Constituição Federal; artigos 81, parágrafo único, inciso III, e 82, inciso I da Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor); artigos 1º, inciso II, 3º, 5º, inciso I, da Lei nº 7.347/85 (Lei da Ação Civil Pública); e artigos 300, *caput*, e § 2º, 301, e 305 do Código de Processo Civil, visando a defesa de interesses difusos, coletivos e individuais homogêneos dos consumidores, vem perante Vossa Excelência, ajuizar a presente

**TUTELA CAUTELAR REQUERIDA  
EM CARÁTER ANTECEDENTE À AÇÃO CIVIL PÚBLICA**

Em face da empresa **ALIANÇA COMÉRCIO E PROMOÇÃO DE VENDAS LTDA – ME**, inscrita no CNPJ sob o nº 00.074.451/0001-73, com sede na Quadra 104 Norte, Rua NE 01, lote 14, sala B, Centro, Palmas/TO, e seu sócio administrador, **RICARDO DANTAS DE MACEDO**, brasileiro, nascidos aos 22 de março de 1971, filho de Cosma Alves de Macedo, e Francisco Dantas de Macedo, Portador da Carteira de Identidade nº 1658884 SSP/GO, inscrito no CPF sob nº 398.561.272-20, residente e domiciliado na Quadra 104 Norte, Rua NE 1 LT, Nº 14, Plano Diretor Norte, Palmas/TO, CEP 77.006-016, pelos fundamentos de fato e de direito que se passa a expor:

## I – DA LEGITIMIDADE DO MINISTÉRIO PÚBLICO

A Constituição Federal de 1988, ao definir o Ministério Público como instituição permanente, essencial à função jurisdicional do Estado, incumbiu-lhe a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis (art. 127). Nesse escopo, foram estabelecidas suas funções institucionais no art. 129, destacando-se:

“Art. 129 São funções institucionais do Ministério Público:

(...)

III – promover o inquérito civil e a ação civil pública, para a proteção do patrimônio público e social, do meio ambiente e de outros interesses difusos e coletivos;”

A legislação infraconstitucional, por meio da Lei da Ação Civil Pública (Lei nº 7.347/85), ampliada pela Lei nº 8.078/90 e roborada pela Lei Complementar nº 75/93 (Lei Orgânica do Ministério Público da União) e Lei nº 8.625/93 (Lei Orgânica Nacional do Ministério Público), comete ao Parquet a proteção, prevenção e reparação de danos ao patrimônio público, meio ambiente, ao consumidor, aos bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico, e outros interesses difusos, coletivos, individuais indisponíveis e individuais homogêneos.

Ainda que se entenda não haver relação de consumo no caso vertente, estaríamos ainda diante de interesses coletivos e individuais homogêneos com grande dispersão dos lesados, o que, por si só, justificaria a legitimidade ministerial.

Na peregrina lição de NELSON NERY JÚNIOR, “sempre que se estiver diante de uma ação coletiva, estará presente aí o interesse social, que legitima a intervenção e a ação em juízo do Ministério Público.”<sup>1</sup>

Salienta-se que o Título III do Código de Defesa do Consumidor – diploma em perfeita simbiose com a Lei de Ação Civil Pública – prevê, em seus artigos 81 a 104, os interesses ou direitos difusos como sendo transindividuais, de natureza indivisível de que sejam titulares indeterminadas ligadas por circunstâncias de fato (art. 81, parágrafo único, inciso I).

## II – DA COMPETÊNCIA

---

1 NERY JÚNIOR, Nelson. Ação Civil Pública. São Paulo, RT, 1995, p. 366.

23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

Nos termos do art. 2º da Lei Federal nº 7.347/85 'as ações previstas nesta lei serão propostas no foro do local onde ocorrer o dano, cujo juízo terá competência funcional para processar e julgar a causa'. Aqui trata-se de competência absoluta, dado que a norma jurídica atribuiu ao juiz a competência funcional.

Considerando, portanto, que a responsabilidade civil extracontratual e contratual proporcionada pelos requeridos deu-se nesta cidade, não há dúvida com relação ao foro desta Capital como competente para conhecer e deslindar esta demanda, ademais a sede da empresa se encontra nesta capital.

### III- DOS FATOS:

A partir de denúncias neste *Parquet*, iniciou-se apuração acerca das atividades da empresa Aliança Online, (nome fantasia da empresa denominada Aliança Comércio e Promoção de Vendas Ltda – ME) em razão de notícias de se tratar de um esquema de pirâmide financeira, sob o disfarce de marketing multinível.

Constatou-se que a referida empresa está inscrita no Cadastro Nacional de pessoas jurídicas sob o nº 00.074.451/0001-73, com sede na Quadra 104 Norte, Rua NE 01 S/N, Lote 14, Sala B, Centro, Palmas – TO, com atividade econômica principal de “Administração de consórcios para a aquisição de bens e direitos”, constando como sócio administrador responsável, a pessoa de Ricardo Dantas de Macedo, CPF nº 398.561.272-20.

A empresa funciona por meio de endereço eletrônico [www.cpna.com.br](http://www.cpna.com.br). E assim que acessa-se o site há duas maneiras de entrar: Entrar com um patrocinador ou sem patrocinador.

Na página inicial do sítio eletrônico da empresa, na aba apresentação do negócio encontramos a descrição: *“Este é um tempo para Descobertas. A sua Vida nova começa Aqui! A Aliança Online está com uma nova forma de marketing multinível e uma grande oportunidade para você ganhar dinheiro. Em parceria com as maiores marcas do mercado, nós oferecemos um potencial plano de negócios no comércio de produtos sem precisar sair de casa.”*

Sobre a empresa ainda consta a descrição: *“A Aliança Online Ltda., começou a atuar no segmento de vendas online e marketing de rede em agosto de 2007. O plano de marketing e vendas da empresa surgiu de estudos e da experiência adquirida em grandes empresas de E-commerce e marketing de rede, do aperfeiçoamento e das correções. Visando um maior número de adesões de novos Franqueados e um menor índice de desistências. Permitindo ao*

23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

*empreendedor Franqueado desenvolver um negócio próprio com um baixo investimento e possibilidade de ganhos ilimitados.”*

Segundo vídeo de apresentação do Plano de Negócios divulgado no YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=JJVxzFDfI3s>), “fundada em 2007, com milhares de clientes satisfeitos em todos os Estados do Brasil, somos uma empresa voltada para o comércio online e o marketing de rede”. “Você será proprietário de uma franquia da loja virtual da Aliança Online com mais de 1.000.000 de produtos cadastrados e poderá comercializar os produtos sem sair de casa. A Aliança Online realiza todo o gerenciamento de produtos, controle financeiro, logística, entregas, manutenção de site, etc. Você receberá de 1 a 50% sobre o valor de todos os produtos ou serviços que você comprar ou vender direto da sua loja virtual”.

No mesmo vídeo de apresentação o Presidente da empresa, Ricardo Dantas afirma que a Aliança Online é parceira das lojas Netshoes, Centauro, Editora Abril, Ricardo Etetro.com, City Lar, Gol Linhas Aéreas, Extra, Casas Bahia, Marisa.com, Lojas Renner, Peixe Urbano, Walmart, Azul Linhas Aéreas, O Boticário e outras.

A maneira mais acessível de entrar na rede da Aliança Online é se tornando um Divulgador. E segundo descrição contida no vídeo de apresentação: “Divulgador: Ganho de rede pessoal, na veda da franquia de divulgador, 50% de toda indicação direta e 10% de toda indicação indireta de 2° e 3° geração. Vinculado a uma taxa de manutenção mensal de R\$ 100,00, que poderá ser descontada de seus ganhos”.

Mas existem outros tipos de franquias que são apresentadas pelo Presidente Ricardo Dantas no mesmo vídeo:



Aliança online - Apresentação do Plano de negócios.

No vídeo o Presidente afirma que as formas de ganho de renda indicadas pela empresa são: 1. Venda de Produtos Ilimitados; 2. Venda de Franquias Diretas Ilimitadas; 3. Vendas de Franquias Indireta Ilimitadas; Renda Fixa Rede Estrela Ilimitada; 5. Premiação de Liderança por meta atingida.

Ao se cadastrar, o divulgador terá acesso ao Escritório Financeiro (ambiente virtual na página da Aliança Online).

**Tivemos acesso ao Escritório Financeiro de um franqueado como Diretor, que não quis se identificar, e constatamos não existir venda alguma de produtos, portanto a primeira forma de ganho de renda acima referida (venda de produtos ilimitados) de fato não existe.**

A Aliança Online alega ser uma empresa de marketing multinível, mas na verdade é um golpe conhecido por **Pirâmide Financeira** e “Esquema Ponzi”, o qual, por ser insustentável e causar prejuízos a muitas pessoas, é ilegal.

Para comprovar a ilicitude das atividades da Aliança Online, é necessário, primeiramente, esclarecer alguns conceitos:

### 1 - Venda Direta

A Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (ABEVD) conceitua venda direta como “um sistema de comercialização de bens de

## 23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

consumo e serviços diferenciado, baseado no contato pessoal, entre vendedores e compradores, fora de um estabelecimento comercial fixo.”

“Para as empresas, representa um canal de distribuição com grande potencial de expansão geográfica, capaz de agregar valor aos seus produtos e serviços por meio das relações pessoais.”<sup>2</sup>

Herbalife, Hermes, Avon, Natura, Mary Kay e Tupperware são exemplos de empresas que optaram pela venda direta (todas associadas à ABEVD).

Assim, a intenção das empresas que optam pela venda direta é deixar a cargo dos revendedores a inserção do produto no mercado, economizando-se o dinheiro que seria gasto em publicidade.

Ademais, nas vendas diretas, há uma forma mais agressiva de vendas, a qual implica em abordar e convencer o consumidor de que ele precisa daquele produto.

Nas vendas realizadas em estabelecimentos comerciais e pela internet, o produto é apenas anunciado e o consumidor se dirige ao site de compras ou à loja se quiser e precisar comprar. Já nas vendas diretas o vendedor convence o consumidor, que na maioria das vezes nem tinha intenção de comprar, de que ele precisa daquele “excelente produto”.

Nas compras de produtos da Herbalife, Avon e Natura, por exemplo, geralmente são os vendedores que procuram os consumidores em suas casas e trabalhos. O comportamento é ativo. É isso que justifica as vendas diretas.

### **2 - Marketing multinível (MMN)**

Marketing Multinível (MMN), Marketing de Rede, Network Marketing ou Multi-level Marketing (MLM) são nomes diferentes para designar **uma das formas de venda direta**, na qual os revendedores recrutam novos revendedores, formando uma rede em forma de pirâmide e são remunerados pelas vendas que realizam e também pelas vendas realizadas por membros de sua rede.

A nomenclatura utilizada para designar estes revendedores varia de acordo com a empresa: são chamados de “distribuidores”, “consultores”, “patrocinadores” e, no caso da Aliança Online, “divulgadores”.

---

<sup>2</sup> <http://www.abevd.org.br/venda-direta/> Acesso em 13/04/2016).

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

No Marketing de Rede, fica a cargo dos revendedores fazer com que o produto do fabricante chegue aos consumidores. Pressupõe que a venda seja feita pelos distribuidores (revendedores ou “divulgadores”).

“Conforme estudos realizados no site de uma das empresas pesquisadas, a utilização do marketing de rede para quem fabrica está no fato de que as vendas ficam por conta dos empreendedores autônomos extremamente motivados em função da remuneração que potencialmente podem receber” (COSTA, Liliana Alves. O sistema de marketing de rede: uma estratégia de ação mercadológica, disponível em [http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/3027?locale=pt\\_BR](http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/3027?locale=pt_BR) acesso em 13/04/2016) p. 42.

De acordo com as opiniões emitidas por um grupo de executivos de MLM, o segundo principal fator de motivação do consumidor, na venda de produtos e serviços por meio de marketing de rede é “a capacidade de persuasão do distribuidor”. Foi 87,5% das respostas.(NAJJAR, Eduardo; GRACIOSO, Francisco. Marketing de rede: a era do supermercado virtual. Marketing, São Paulo, ano 30, n. 293, p. 34-52, jun. 1997 Disponível em [http://bancopublicacoes.espm.br/arquivos/marketing\\_de\\_red\\_e\\_a\\_era\\_do\\_supermercado\\_virtual.pdf](http://bancopublicacoes.espm.br/arquivos/marketing_de_red_e_a_era_do_supermercado_virtual.pdf). Acesso em 13/04/2016.

Marketing multinível: “estratégia empresarial de distribuição de bens e serviços, onde a divulgação dos produtos se dá pela indicação “boca a boca” feita por distribuidores independentes. Por esse trabalho, tais distribuidores recebem bônus, que seriam utilizados nas milionárias campanhas de propaganda tradicional. Além da indicação de produtos os distribuidores poderão indicar outros distribuidores e, assim, construir uma organização de escoamento de produtos com possibilidade de ganhos ilimitados”

(<http://www.negociosecosmeticos.com.br/artigos/revista-veja-fala-sobre-marketing-multinivel>). Acesso em 13/04/2016.

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

“Um outro componente importante da indústria de vendas diretas é o marketing multinível, também conhecido como "marketing de rede", "marketing estrutural" ou "venda direta multinível". O marketing de rede é simplesmente um método entre outros de se organizar e remunerar revendedores envolvidos em vendas diretas. Este método pode ser mais bem definido como um plano de remuneração de vendas diretas no qual revendedores podem receber ganhos de duas maneiras. Primeiramente, revendedores podem receber compensações por suas vendas pessoais de produtos e serviços a consumidores. Segundo, ele pode ser remunerado pelas vendas ou compras de pessoas que ele próprio recrutou e patrocinou no plano; eles podem também ser remunerados com base nas vendas do grupo ou rede que foram recrutados e patrocinados por pessoas por eles previamente recrutadas. Portanto, marketing de rede oferece ao revendedor direto a oportunidade de estabelecer seu próprio negócio revendendo bens e serviços a consumidores e desenvolvendo e treinando uma organização ou rede de revendedores para fazerem o mesmo. (Alencar de Carvalho Júnior: Dissertação apresentada no Curso de Mestrado Profissional em Administração da Fundação Getúlio Vargas em 2003 disponível em <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/5890/1200400918.pdf?sequence=1> acesso em 13/04/2016) (grifei).

“É um método de vender produtos diretamente ao consumidor, por meio de uma rede desenvolvida por distribuidores independentes que introduzem e patrocinam novos distribuidores (Peter Clattter. Multilevel Marketing. London Kogan, p. 1992 apud NAJJAR, Eduardo; GRACIOSO, Francisco. Marketing de rede: a era do supermercado virtual. Marketing, São Paulo, ano 30, n. 293, p. 34-52, jun. 1997 disponível em [http://bancopublicacoes.espm.br/arquivos/marketing\\_de\\_red\\_e\\_a\\_era\\_do\\_supermercado\\_virtual.pdf](http://bancopublicacoes.espm.br/arquivos/marketing_de_red_e_a_era_do_supermercado_virtual.pdf). acesso em 13/04/2016).

### 23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

A Herbalife, Amway, Mary Kay e Tupperware são exemplos de empresas de marketing multinível.

Então, a essência, natureza e razão do marketing multinível é exatamente **VENDER PRODUTOS**. É a ponte entre o fabricante de produtos ou fornecedor de serviços e o consumidor final.

Desta feita, podemos afirmar que não há sentido em se optar pelo sistema Marketing Multinível se não for para que os distribuidores (“divulgadores” no caso da Aliança Online) vendam os produtos ou serviços.

Como o marketing multinível pressupõe vendas, remunera os revendedores pelo que eles mesmos vendem e pelo que as pessoas que ele cadastrou em sua rede vendem.

### 3 - “Pirâmide Financeira” e “Esquema Ponzi”

De acordo com a 2ª edição do Boletim de Proteção do Consumidor/Investidor CVM/DPDC sobre investimentos irregulares, no caso das “Pirâmides”:

**“por não haver um negócio legítimo, os pagamentos aos investidores são provenientes de novas aplicações. Quando os ingressos não são suficientes para cobrir os resgates, estes começam a atrasar e são, finalmente, interrompidos, gerando perdas para os que investiram.**

Alguns diferenciam as pirâmides dos chamados esquemas “Ponzi”... Também nesse esquema, os lucros são pagos com recursos novos, mas a diferença seria que, neste caso, o investidor não precisaria realizar esforços para atrair novos investidores (há uma aparência maior de investimento, pois os recursos são entregues a uma pessoa que promete restituir os valores com maior rentabilidade). Nas pirâmides, por outro lado, normalmente é exigido do próprio investidor recrutar novos participantes, ampliando assim a rede de pessoas alcançadas pelo golpe.

Ambos os esquemas possuem características comuns, ainda que presentes em graus variados: **promessa de rentabilidade atraente, pouco detalhamento dos riscos, sentido de urgência e de oportunidade a ser perdida e período curto de investimento (permitindo que o**

23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

**investidor aplique um valor inicial pequeno e depois, tendo sucesso no resgate, ganhe confiança e amplie suas aplicações).”**

MOORE define pirâmide como:

**“um esquema em que o participante paga um valor considerável pela chance de receber compensação por introduzir uma ou mais pessoas adicionais no esquema ou pela chance de receber uma compensação quando a pessoa introduzida indica também outro participante.”**

(MOORE Angela L. Building a successful network marketing Company, USA Prima Publisshing, 1998 apud COSTA, Liliana Alves. O sistema de marketing de rede: uma estratégia de ação mercadológica, p. 29 disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/3027/000285605.pdf>. Acesso em 13/04/2016).

Outro não é o entendimento de DOMUS:

**“O conteúdo de estatutos, códigos, artigos, regulamentos e outros documentos relevantes variam, mas todos contêm o mesmo conceito básico: Uma pirâmide é um esquema que recruta pessoas que façam pagamentos (uma taxa de inscrição) para que tenham a oportunidade de receber benefícios futuros (dinheiro ou privilégios) que são basicamente derivados da apresentação pelo recrutado (e/ou recrutados subsequentes) de participantes adicionais ao esquema, em vez da venda de produtos a consumidores”** (DOMUS. Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas. Um documento para discussão elaborado pela Federação Mundial das Associações de vendas Diretas, São Paulo, 1998, apud COSTA, Liliana Alves. O sistema de marketing de rede: uma estratégia de ação mercadológica, p. 29 disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/3027/000285605.pdf>. Acesso em 13/04/2016)

Nari Kars, em seu famoso livro “Golpes Bilionário\$” discorre que **“O método de trapaça mais geral e mais bem concebido é o esquema em pirâmide... Para ser atraente e ter credibilidade, o esquema em pirâmide do tipo mais complexo exige muito planejamento, além do estabelecimento de uma empresa através da qual o dinheiro possa ser canalizado.** (NARS, Kari,

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

Crimes bilionários: como os maiores golpistas da história enganaram tanta gente por tanto tempo. Belo Horizonte: Editora Gutemberg, 2012, p. 24-25).

Continua o autor que nos esquemas de pirâmide, são prometidos:

**“A ‘maravilha’ do esquema em pirâmide, da perspectiva do golpista, é que desde o início ela cria uma impressão sólida de que ‘o sistema funciona’. Os lucros prometidos são devidamente pagos em dinheiro vivo ou depositados nas contas bancárias dos investidores iniciais – no caso de Ponzi, a taxa anual de 360 por cento. Os agentes de venda, motivados pelo pagamento de comissões chegam, muitas vezes a exibir extratos de bancos a clientes, confirmando que os lucros foram pagos em sua totalidade e na data prometida. De boca-a-boca, espalha-se o rumor que esses lucros rápidos podem ser feitos facilmente por qualquer um dos que se interesse. Os lucros dos clientes iniciais são pagos com o capital proveniente dos investidores seguintes, uma vez que, obviamente, esses esquemas em pirâmide nunca colocam em prática os empreendimentos lucrativos lícitos nos quais supostamente eles estariam envolvidos.<sup>3</sup> Exemplos típicos disso são os esquemas Ponzi e Madoff. Outro atrativo dos esquemas em pirâmide é que os investidores estão frequentemente tão fascinados com os lucros inicialmente altos que eles acabam injetando mais dinheiro, além de reinvestirem a quantia original e os maravilhosos rendimentos. Desta forma, a falta de liquidez da pirâmide é minimizada e, em última instância, as perdas dos investimentos são elevadas ao máximo.”** (NARS, Kari, Crimes bilionários: como os maiores golpistas da história enganaram tanta gente por tanto tempo. Belo Horizonte: Editora Gutemberg, 2012, p. 24-25).

Em reportagem no site da Folha, conseguimos a seguinte explicação e imagens:

---

<sup>3</sup> No caso da Aliança Online a venda de produtos (E-Commerce próprio ou de comissões de venda de produtos de grandes marcas, extremamente confiáveis nacionalmente, que supostamente seriam parceiras).

## 23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

“A estratégia dessas supostas empresas consiste em seduzir novos colaboradores com propostas para revenda de produtos ou serviços que trariam muito dinheiro em pouco tempo.”

**Pela estrutura do negócio, são recrutados constantemente novos colaboradores, que pagam taxas de adesão que podem superar R\$ 500. Com isso, a empresa fatura milhões antes que qualquer produto seja vendido.”<sup>4</sup>**

---

### COMO FUNCIONA O ESQUEMA DE PIRÂMIDE

Veja os passos e as estratégias que as empresas usam para seduzir investidores e associados



#### **Fique rico amanhã**

Promessas de enriquecimento rápido são a principal arma para atrair pessoas, como ofertas de emprego (“ganhe dinheiro sem sair de casa”) em sites ou por e-mail



#### **Preparando o terreno**

As empresas costumam fazer eventos em hotéis onde pessoas que ganharam dinheiro rápido fazem palestras sobre como o negócio é bom



#### **Produto “misterioso”**

As empresas montam uma fachada legal, vendendo de fato um produto, como, por exemplo, cápsulas emagrecedoras, chás medicinais etc.



#### **O investimento**

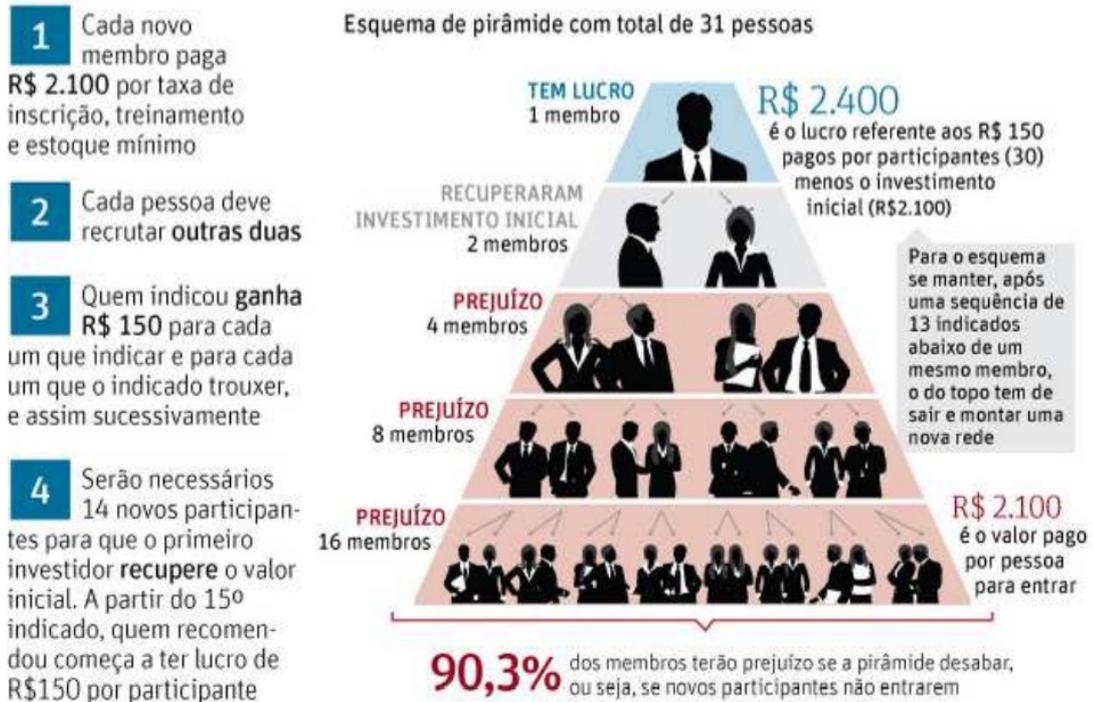
Para que a pessoa entre no negócio, as empresas cobram taxas de inscrição e treinamento e exigem a compra de um estoque mínimo de produtos

---

4 (<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/1247952-empresas-prometem-riqueza-facil-e-usam-esquema-piramide.shtml> acesso em 13/04/2016).

## 23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

### SIMULAÇÃO DO MODELO INSUSTENTÁVEL DA PIRÂMIDE



Fontes: Samy Dana, economista; Anis Kfourl, advogado; Marcelo Pontes, líder da área acadêmica de Marketing, Pesquisa e Economia da ESPM

**Note-se que, de acordo com o esquema acima, 90,3% das pessoas participantes da pirâmide terão prejuízos.**

Importante mencionar as ponderações de Liliana Alves Costa:

**“Portanto, esquemas de pirâmide são ilegais, no qual um grande número de pessoas na base da pirâmide pagam em dinheiro a poucas pessoas do topo da pirâmide. Cada novo participante paga pela chance de avançar ao topo e obter ganhos de outros que, possivelmente, farão parte do esquema. Para fazer parte, deve-se efetuar um pequeno ou grande investimento, dependendo do esquema. Em ordem para que todos tenham ganho em um esquema de pirâmide, não deva acontecer o fim do suprimento de novos participantes. Na realidade, o suprimento é limitado, e cada Novo nível de participantes tem menos chance de recrutar outros e uma grande chance de perda de dinheiro.”** (COSTA, Liliana Alves. O sistema de marketing de rede: uma estratégia de ação mercadológica, p. 29 disponível em

Conclui-se, portanto, que pirâmide financeira é esquema que depende do recrutamento progressivo de pessoas que façam investimentos e são estes valores que remuneram os recrutadores. Forma-se então uma pirâmide e, não importa quantas pessoas ingressem, as pessoas da base sempre sofrerão prejuízos porque, quando não for possível trazer mais pessoas para o esquema (já que a população é finita), este desmorona.

#### **4 - Diferença entre o Marketing Multinível e as pirâmides financeiras**

**O que difere o marketing multinível das pirâmides financeiras é que naquelas o foco é a venda de produtos enquanto nestas o foco é o recrutamento de pessoas para investirem mais.** Por este motivo, no marketing multinível real, remunera-se apenas as vendas realizadas pelo recrutado, nunca o puro e simples recrutamento. Nas pirâmides financeiras, o simples recrutamento de pessoas é remunerado. Como o foco do Marketing Multinível é a venda de produtos, só isso é remunerado, porque só isso interessa à empresa. Nas Pirâmides Financeiras, como o que importa é o recrutamento de pessoas, isto é remunerado, ainda que o recrutado nunca venda nada.

Ressalte-se que a remuneração apenas das vendas do recrutado não é escolha aleatória das empresas de marketing multinível, mas é forma de garantir que o revendedor recrute apenas pessoas que realmente tenham aptidão para vendas. Se o recrutado não vender nada, a empresa não lucrará nada e o recrutador também não ganhará.

Nas pirâmides financeiras, por outro lado, como o oxigênio é a entrada de novas pessoas (e novos investimentos), o simples recrutamento de pessoas é o essencial. Assim, remunera-se o recrutador, ainda que o recrutado não realize vendas.

Como a receita do marketing multinível vem da venda de produtos e prestação de serviços, há sustentabilidade. No caso das pirâmides financeiras, como a oxigenação do sistema é feita pela entrada de novas pessoas (e investimentos) para remunerar as que lhe estão acima e sendo a população do planeta finita, não há sustentabilidade. Quando não houver mais entrada de novos investimentos, o sistema “quebra”, e muitas pessoas saem lesadas, principalmente as que investiram posteriormente.

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

Ademais, como as empresas sérias de marketing multinível se focam na venda dos produtos e serviços, há fortes investimentos na capacitação dos seus revendedores, para conhecer o produto e técnicas de venda.

**Nas pirâmides financeiras, a venda do produto ou serviço é apenas uma forma de mascarar o golpe, enquanto o foco é o recrutamento de novos investidores.** Assim, os revendedores (que são na verdade apenas recrutadores) são capacitados precipuamente para saber explicar a “oportunidade de negócio” e a capacitação para as vantagens do produto é deixada em segundo plano.

Esta é a conclusão da notícia veiculada no site da Folha:

“Uma das principais diferenças é que, na venda direta, se ganha comissão pela venda de produtos, enquanto, na pirâmide, ela é paga quase exclusivamente pela adesão de novos vendedores.”  
(<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/1247952-empresas-prometem-riqueza-facil-e-usam-esquema-piramide.shtml>  
acesso em 13/04/2016)

É neste sentido o entendimento de Alencar de Carvalho da Silva:

“É importante lembrar que a remuneração em um plano honesto de marketing de rede é resultado exclusivo da venda de bens e serviços para consumidores a usuários finais (Consumidores finais incluem aqueles que compram produtos para seu uso ou de sua família). Infelizmente alguns esquemas fraudulentos dizem oferecer oportunidades para marketing de rede, mas na verdade eles são simples esquemas para se recrutar pessoas que façam investimentos altos para poderem participar.” (Alencar de Carvalho Júnior: Dissertação apresentada no Curso de Mestrado Profissional em Administração da Fundação Getúlio Vargas em 2003 disponível em <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/5890/1200400918.pdf?sequence=1> acesso em 13/04/2016).

**MOORE, ao definir pirâmide pondera que:**

“Portanto, é um programa que compensa seus participantes meramente pelo ato de recrutamento e envolvimento de outras pessoas no programa. A ênfase deste programa não

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

é a venda de um produto, mas sim o recrutamento de um novo participante.” (MOORE Angela L. Building a successful network marketing Company, USA Prima Publissing, 1998 apud COSTA, Liliana Alves. O sistema de marketing de rede: uma estratégia de ação mercadológica, p. 29 disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/3027/000285605.pdf>. Acesso em 13/04/2016).

Liliana Alves Costa também comunga deste entendimento a explicar sobre as empresas que realmente se dedicam ao Marketing de Rede:

“Acrescenta-se ainda de que os distribuidores não devem ser remunerados pelo recrutamento de novos adeptos à “rede”, pois o que legitima a atividade do Marketing de Rede é a revenda de produtos e serviços no sistema de Venda Direta, vindo a substituir o comércio feito por lojas e por varejo tradicional. As pessoas que se cadastram em uma empresa de Marketing de Rede devem receber material do Kit de adesão a preço de custo, que varia de empresa para empresa, e o distribuidor que a recrutou não recebe bônus algum pelo recrutamento e sim pelo trabalho de vendas efetuado por essa pessoa.

(...)

“Já um programa para ser um plano ilegítimo de marketing multinível ou uma pirâmide ilegal depende principalmente de o método pelo qual os produtos ou serviços são vendidos e a maneira como cada participante é compensado. **ESSENCIALMENTE, SE UM PLANO DE MARKETING COMPENSA SEUS PARTICIPANTES PELA VENDA PESSOAL E DO GRUPO RECRUTADO (DOWNLINE), ESSE PLANO É MULTINÍVEL. SE UM PROGRAMA COMPENSA SEUS PARTICIPANTES MERAMENTE PELA INTRODUÇÃO OU RECRUTAMENTO DE OUTROS PARTICIPANTES NO PROGRAMA, SEM OCORRER NECESSARIAMENTE A VENDA DE PRODUTO OU SERVIÇO, É UMA PIRÂMIDE.** (COSTA, Liliana Alves. O sistema de marketing de rede: uma estratégia de ação mercadológica, p. 29; 47 e 48 disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/3027/000285605.pdf>. Acesso em 13/04/2016)

23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

Feitas estas considerações, veremos abaixo que a Aliança Online, se encaixa perfeitamente nas pirâmides financeiras e não no marketing multinível como querem parecer, pois: remunera o simples recrutamento de pessoas independentemente da existência de vendas por parte do recrutado.

### **A) DA REMUNERAÇÃO PELO RECRUTAMENTO DE PESSOAS**

A Aliança Online, por sua vez, bonifica o “divulgador” pelo puro e simples cadastramento de pessoas, de duas formas inclusive, pelo cadastro e pelo ganho binário.

No vídeo de Apresentação do Plano de Negócios da Aliança Online, (<https://www.youtube.com/watch?v=JJVxzFDf3s>) já citado acima, o Presidente Ricardo Dantas afirma que existe “a possibilidade de **ganhar dinheiro com a venda de franquias, formando a sua própria equipe**, então você pode **indicar pessoas que vão indicar outras pessoas, e por isso você também estará sendo comissionado. Pode-se ganhar dinheiro também na venda de franquias indiretas, que é quando a sua rede vende franquias para outras pessoas**, e esse ganho também é ilimitado. Temos também a nossa **rede estrela que é um rendimento proveniente das mensalidades pagas dentro do grupo, que retorna para você na forma de renda fixa e também na forma de uma premiação**, porque à medida que a rede vai crescendo você vai sendo reconhecido pela empresa e vai recebendo prêmios”.

Como prêmios oferecidos no vídeo são citados notebook, data show, motocicleta, um carro da marca JAC Motors, um carro modelo Corolla da Toyota e uma casa no valor de R\$ 150.000,00 (ou a opção de pedir o valor dos prêmios em dinheiro).

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

**PLANO DE COMPENSAÇÃO ESTRELA - BINÁRIO**

**ALIANÇA ONLINE À EMPRESA**

LÍDER 1º ESTRELA NÃO PAGA MAIS A MENSALIDADE

APÓS 3 MESES QUALIFICADO COMO LÍDER ESTRELA SERÁ RECONHECIDO PELA EMPRESA

APÓS SER RECONHECIDO GANHA UM NOTEBOOK OU UM DATA SHOW

Seu Patrocinador

você

JOÃO E PEDRO

1º NÍVEL – 2 PESSOAS

2º NÍVEL – 4 PESSOAS

3º NÍVEL – 8 PESSOAS LÍDER 1º ESTRELA

Aliança online - Apresentação do Plano de negócios.

People People Comunicação

## B) DO GANHO BINÁRIO

A Aliança Online bonifica ainda quando houver cadastro de divulgadores em pares, um ao lado direito e outro ao lado esquerdo, formando os binários, conforme o vídeo já citado (<https://www.youtube.com/watch?v=JJVxzFDf13s>):

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL



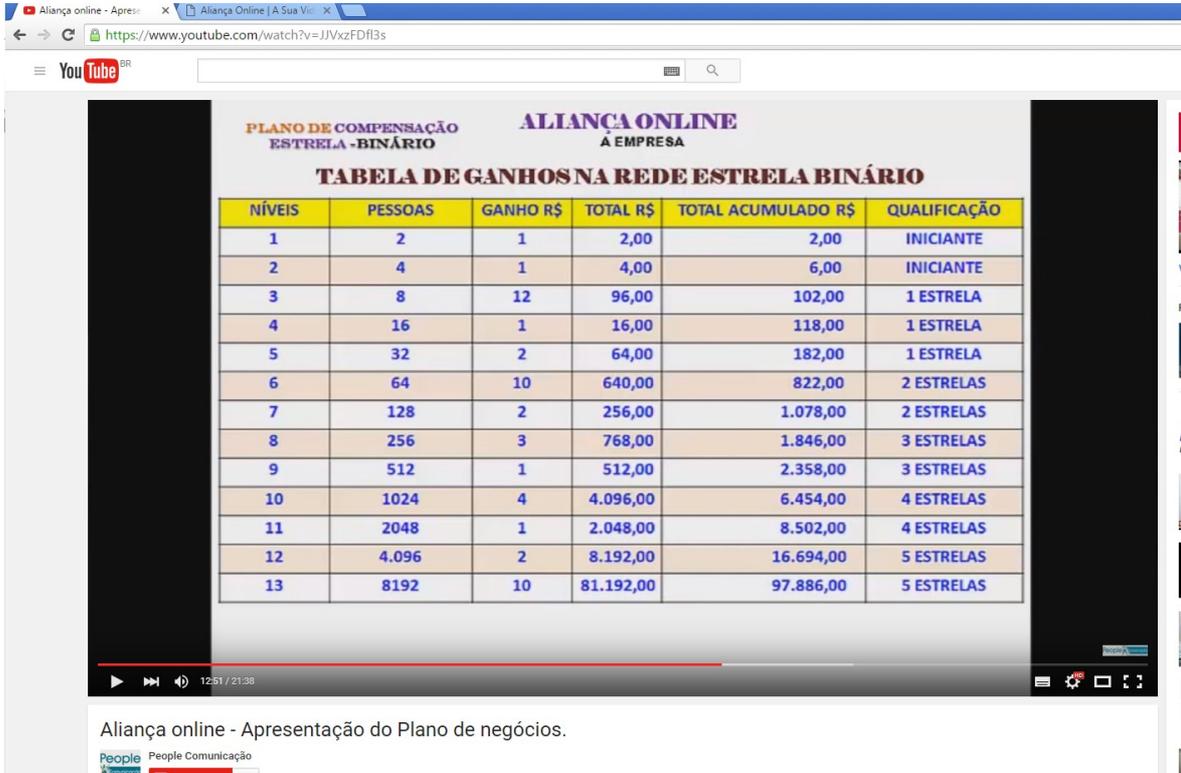
The screenshot shows a YouTube video player with a video titled "ALIANÇA ONLINE A EMPRESA" and a subtitle "TABELA DE GANHOS NA REDE ESTRELA BINÁRIO". The video content displays a table with the following data:

NÍVEIS	PESSOAS	GANHO R\$	TOTAL R\$	TOTAL ACUMULADO R\$	QUALIFICAÇÃO
1	2	1	2,00	2,00	INICIANTE
2	4	1	4,00	6,00	INICIANTE
3	8	12	96,00	102,00	1 ESTRELA
4	16	1	16,00	118,00	1 ESTRELA
5	32	2	64,00	182,00	1 ESTRELA
6	64	10	640,00	822,00	2 ESTRELAS

Below the table, the video player shows a progress bar at 9:17 / 21:38 and the channel name "People Comunicação".

A promessa do Presidente Ricardo Dantas é de que a partir do nível de 3 estrelas o divulgador já pode construir outra rede, **“podendo construir quantas redes você der conta. Afirmar ainda que a rede de pessoas indicadas não tem limites e que o Divulgador pode chegar a ganhar R\$ 97.886,00 (noventa e sete mil, oitocentos e oitenta e seis reais) por mês:**

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL



The screenshot shows a YouTube video player displaying a presentation slide. The slide is titled 'ALIANÇA ONLINE A EMPRESA' and 'PLANO DE COMPENSAÇÃO ESTRELA - BINÁRIO'. Below the title is a table titled 'TABELA DE GANHOS NA REDE ESTRELA BINÁRIO'.

NÍVEIS	PESSOAS	GANHO R\$	TOTAL R\$	TOTAL ACUMULADO R\$	QUALIFICAÇÃO
1	2	1	2,00	2,00	INICIANTE
2	4	1	4,00	6,00	INICIANTE
3	8	12	96,00	102,00	1 ESTRELA
4	16	1	16,00	118,00	1 ESTRELA
5	32	2	64,00	182,00	1 ESTRELA
6	64	10	640,00	822,00	2 ESTRELAS
7	128	2	256,00	1.078,00	2 ESTRELAS
8	256	3	768,00	1.846,00	3 ESTRELAS
9	512	1	512,00	2.358,00	3 ESTRELAS
10	1024	4	4.096,00	6.454,00	4 ESTRELAS
11	2048	1	2.048,00	8.502,00	4 ESTRELAS
12	4.096	2	8.192,00	16.694,00	5 ESTRELAS
13	8192	10	81.192,00	97.886,00	5 ESTRELAS

Below the table, the video player shows the title 'Aliança online - Apresentação do Plano de negócios.' and the channel name 'People People Comunicação'.

O Presidente Ricardo Dantas promete **“Se você trabalhar sério esta empresa vai mudar radicalmente a sua vida, você poderá ajudar sua família, contribuir com um dízimo enorme para sua igreja, que você poderia inclusive tornar o mundo melhor da forma que escolher”**.

E o Presidente ainda é incisivo em dizer que a melhor maneira de entrar na Aliança Online é comprando a franquia de Diretor (a mais cara), pois “você já inicia no topo da empresa, mas se você não tem condições de iniciar como Diretor a empresa permite que você faça um upgrade, mudando de plano a qualquer momento”.

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

Aliança online - Apresentação do Plano de negócios.

Aliança Online | A Sua Vida

https://www.youtube.com/watch?v=JjVxzFDf3s

YouTube

## GANHO DA REDE PESSOAL

VAI DEPENDER DE QUANTO VOCE QUER GANHAR NA FORMAÇÃO DA SUA REDE



www.CPA.COM.BR

torne-se um  
**DIRETOR**

PREÇO DE VENDA  
**R\$ 1.000**

www.CPA.COM.BR

torne-se um  
**GERENTE**

PREÇO DE VENDA  
**R\$ 500,00**

www.CPA.COM.BR

torne-se um  
**REVENDEDOR**

PREÇO DE VENDA  
**R\$ 250,00**

Aliança  
online

torne-se um  
**DEVULGADOR**

VALOR DA ADESAO  
**R\$ 100,00**

STATUS	DIRETOR	GERENTE	REVENDEDOR	DEVULGADOR
INVESTIMENTO	R\$ 1.000,00	R\$ 500,00	R\$ 250,00	R\$ 100,00
1º NÍVEL	30%	20%	10%	5%
2º NÍVEL	10%	10%	-	-
3º NÍVEL	10%	-	-	-
4º NÍVEL	10%	-	-	-

MAIS PRÊMIO DE INCENTIVO DE R\$ 1.200,00 POR META ATINGIDA NO MÊS

People People Comunicação

Aliança online - Apresentação do Plano de negócios.

Aliança Online | A Sua Vida

https://www.youtube.com/watch?v=JjVxzFDf3s

YouTube

## BÔNUS REDE PESSOAL

SIMULAÇÃO DE GANHOS COM REDE DE DIRETORES  
QUE ATUAM A META MENSAL

**SIMULAÇÃO:** Considere que você é um DIRETOR e indicou 4 novos DIRETORES no mês, e cada um destes indicou mais 4 DIRETORES, que por sua vez indicou mais 4. Olhe o que você ganha neste caso:

NÍVEL	DIRETORES	GANHOS	TOTAL
1º	4	30%	1.200,00
2º	16	10%	1.600,00
3º	64	10%	6.400,00
4º	256	10%	25.600,00
PRÊMIO	-	-	1.200,00
TOTAL	-	-	R\$ 36.000,00

Observe que apenas 4 NOVAS indicações lhe renderam R\$ 36.000,00  
Imagine por exemplo você indicando 3 pessoas por semana, ou  
indicando 12 pessoas no mês.

**Faça as contas e verá que não existe mágica nem milagre é apenas o  
direito que você tem de dar uma vida melhor para você e sua família.**

People People Comunicação

Quadra 202 Norte, Av. LO 04, CONJ. 01, Lotes 05 e 06 – Plano Diretor Norte – CEP 77.006-218 – PALMAS-TO  
Telefone: (63) 3216-7533 | http://www.mpto.mp.br

## C) DO FOCO NO RECRUTAMENTO DE PESSOAS E NÃO NA VENDA DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

Logo, conforme se vê de toda a conduta da requerida, o foco de atuação se faz no recrutamento de pessoas e não na venda de serviço ou produto algum. Colhe-se, que o intuito é haver uma progressão vertiginosa no tocante à quantidade de pessoas e não na venda de produtos ou serviços.

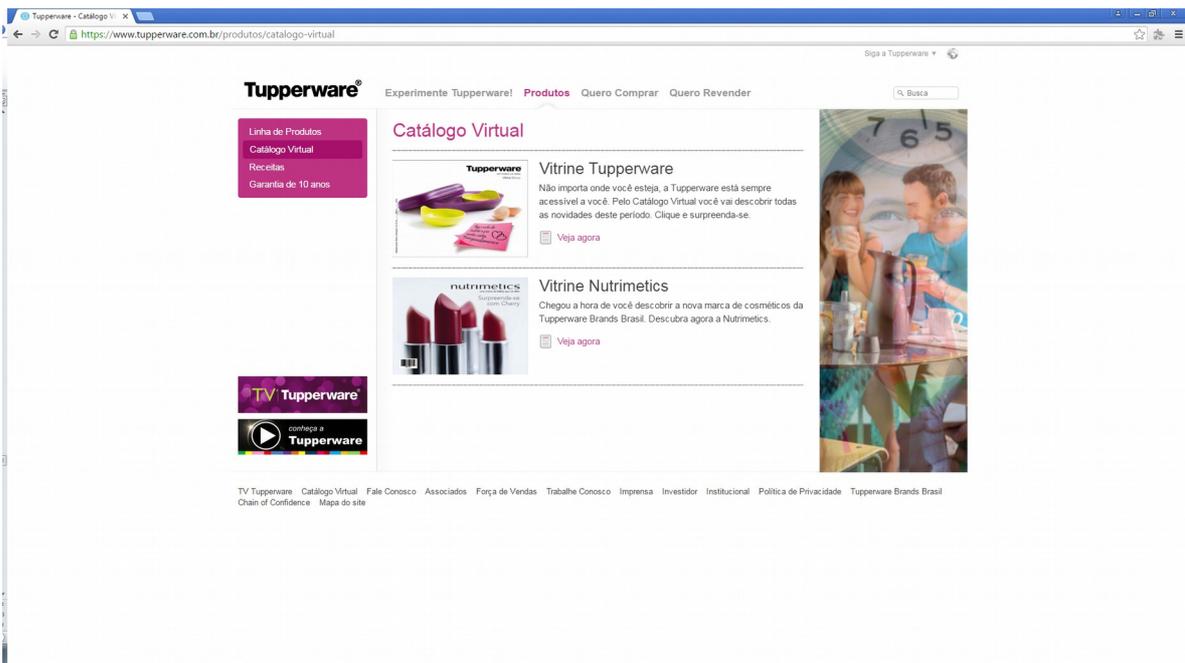
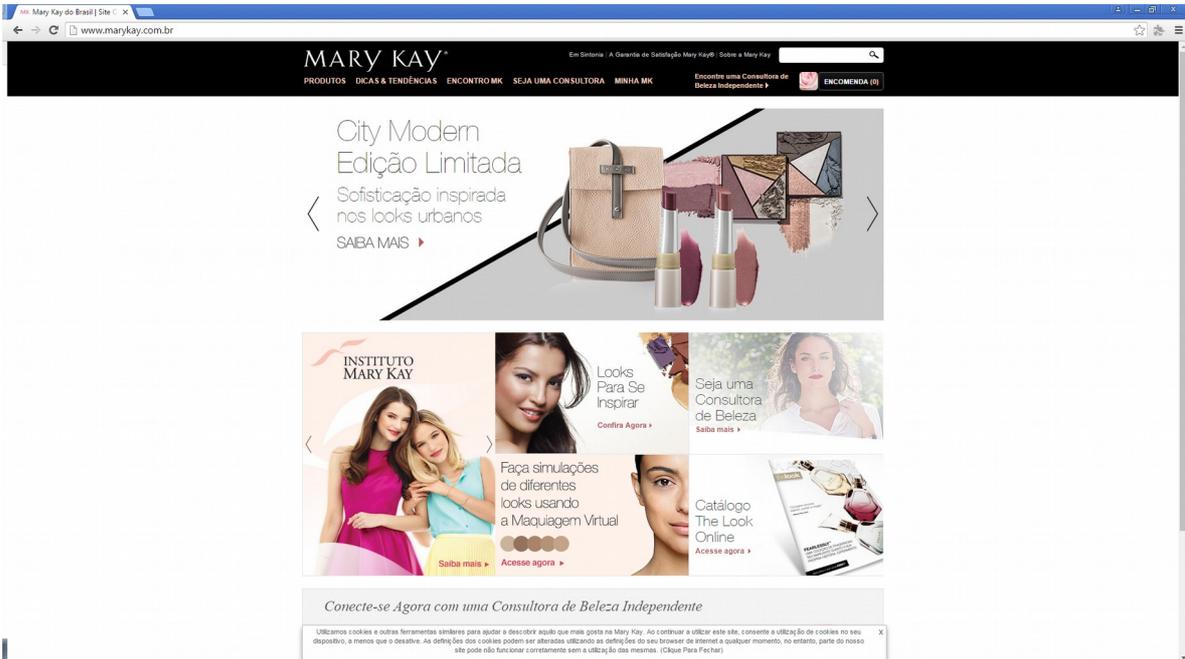
Ora, qualquer empresa possui como finalidade, sendo um dos pressupostos no direito empresarial, a venda de produtos ou serviços e não o recrutamento de pessoas.

## D) PÁGINA INICIAL NA WEB DAS VERDADEIRAS EMPRESAS DE MARKETING MULTINÍVEL E A ALIANÇA ONLINE

A diferença entre as verdadeiras empresas de marketing multinível e a Aliança Online pode ser constatada também pela página inicial de cada empresa:

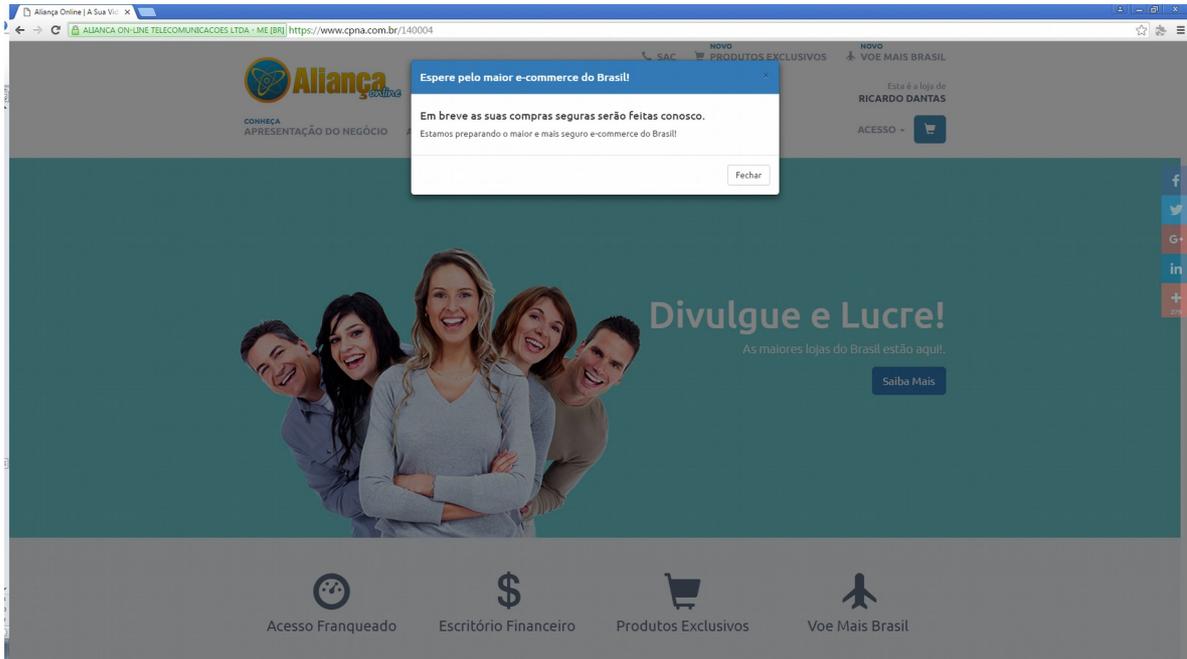
Vejamos abaixo nas páginas iniciais das empresas de marketing multinível já consolidadas no mercado (Herbalife, Mary Kay e Tupperware) como o foco é o produto e não a oportunidade de negócio:





**Por outro lado, veja a página inicial da Aliança Online, na qual vemos claramente que o foco é a oportunidade de negócio e não o produto algum:**

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL



Atenção para a primeira imagem em que aparece a frase “Divulgue e Lucre”. E observe que quando se clica na imagem de um carrinho de compras no canto direito superior da página, aparece uma janela: “Espere pelo maior e-commerce do Brasil. Em breve as suas compras seguras serão feitas conosco.” Deixando claro que não existe venda alguma de produtos. Apenas aquisição de cotas da pirâmide.





Um dos denunciante que diz ser franqueado (aderiu planos da empresa Aliança Online) informou que a empresa em questão já vem passando por várias turbulências como invasão de hackers, dificuldades em manter o sistema funcionando, boletins de ocorrência registrados, alterações constantes nos planos, como foi a última alteração de redução das cotas para o valor de R\$ 1,00 (um real) por dia, ocorrido dia 01/04/2016, tornando o negócio instável e insustentável, e alega que se nada for feito ocorrerão efeitos catastróficos aos consumidores.

Conforme relato de um Diretor (comprou a franquia de R\$ 1.000,00 da Aliança Online) que não quis se identificar, o ganho diário em reais de um Diretor era de R\$ 84,00 por dia, depois passou para R\$ 63,00 por dia, depois para R\$ 42,00 por dia e hoje está em R\$ 21,00 reais por dia, ou seja, **os rendimentos já caíram 75%, mostrando que o negócio está cada vez mais próximo de ser insustentável.**

O risco é altíssimo de que milhares de franqueados possam ter prejuízos enormes. O presente caso assemelha-se ao caso da TelexFree e Avestruz Master.

Portanto há indícios veementes, que foram inclusive confirmados através de consulta no endereço eletrônico da empresa Aliança Online, (www.cpna.com.br), denúncias e relatos de franqueados, e acesso a vídeos explicativos do Presidente da Aliança Online, no sentido de que suas atividades caracterizam-se com “pirâmide financeira”, prática vedada pelo ordenamento jurídico, que inclusive a tipifica como conduta criminosa.

#### IV - DO DIREITO

##### 1 – DA DESNECESSIDADE DE PRÉVIO INQUÉRITO CIVIL

Compete ao Ministério Público facultativamente promover, ou não, o inquérito civil (§ 1º, art. 8º, Lei 7.347 /85), procedimento administrativo e de caráter pré-processual, com atos e procedimentos extrajudiciais, conforme jurisprudência abaixo relacionada:

Ementa: AGRAVO DE INSTRUMENTO - **AÇÃO CAUTELAR DE INDISPONIBILIDADE DE BENS** - DESPACHO SINGULAR QUE DEFERIU O PEDIDO DO MINISTÉRIO PÚBLICO - **INQUÉRITO CIVIL PRÉVIO - DESNECESSIDADE - PROCEDIMENTO INVESTIGATÓRIO QUE DISPENSA O CONTRADITÓRIO E A AMPLA DEFESA - AUSÊNCIA DE NULIDADES - PRESENÇA DOS REQUISITOS AUTORIZADORES PARA O DEFERIMENTO DA INDISPONIBILIDADE DE BENS - PERICULUM IN MORA PRESUMIDO - PRECEDENTES - FUMUS BONI IURIS DEVIDAMENTE CONFIGURADO - RECURSO CONHECIDO E DESPROVIDO**. "A indisponibilidade prevista na Lei de Improbidade é uma daquelas hipóteses nas quais o próprio legislador dispensa a demonstração do perigo de dano" (Acórdão TJ-PR - Ação Civil de Improbidade Administrativa 7109557 PR 710955-7. Data de publicação: 04/03/2013

Ementa: Processual Civil. Ação Civil Pública. Ministério Público. **Desnecessidade de Prévio Inquérito Civil. Honorários Advocatícios Indevidos. Lei nº 7.347 /85 (arts. 8º, 9º e 17). Súmula 7/STJ. 1. Compete ao Ministério Público facultativamente promover, ou não, o inquérito civil (§ 1º, art. 8º, Lei 7.347 /85), procedimento administrativo e de caráter pré-processual, com atos e procedimentos extrajudiciais. Não é, pois, cogente ou impositivo, dependendo a sua necessidade, ou não, das provas ou quaisquer elementos informativos precedentemente coligidos. Existindo prévia demonstração hábil para o exercício responsável da Ação Civil Pública, o alvitre do seu ajuizamento, ou não, é do Ministério Público, uma vez que o inquérito não é imprescindível, nem condição de procedibilidade. A decisão sobre a dispensa, ou não, está reservada ao Ministério Público, por óbvio, interditada a possibilidade de lide temerária ou com o sinete da má-fé. 2. Existente fundamentação razoável, vivificados os objetivos e funções do órgão ministerial, cuja participação é reputada de excepcional significância, tanto que, se não aparecer como autor, obrigatoriamente, deverá intervir como custos legis (§ 1º, art. 5º, ref.), não se compatibiliza com o espírito da lei de regência, no caso da improcedência da Ação Civil Pública, atribuir-lhe a litigância de má-fé (art. 17, Lei ant., c/c o art. 115, Lei nº 8.078 /90), com a condenação em honorários advocatícios. Demais, no caso, a pretensão não se mostra infundada, não revela propósito inadvertido ou clavado pelo sentimento pessoal de causar dano à parte ré ou que a ação resultante de manifestação sombreada por censurável iniciativa. Grampeia-se que a litigância de má-fé sempre reclama convincente demonstração. 3. Recurso parcialmente conhecido e provido para derruir a condenação nos honorários advocatícios. (STJ -**

## 2 - DA ORDEM ECONOMICA E RELAÇÃO DE CONSUMO

Os contratos firmados entre a empresa e seus consumidores, revelam atividade econômica a qual se encontra regida por princípios que visam assegurar a existência digna de todos, conforme os ditames da justiça social, e uma destas regras norteadoras corresponde, exatamente, a defesa do consumidor, como poderemos depreender da leitura do artigo 170, inciso V, da Constituição Federal, *in verbis*:

“Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

(...)

IV – livre concorrência;

V – defesa do consumidor;”

O Art. 5º, inciso XXXII da Constituição Federal dispõe que:

“Art. 5º (...)

XXXII – O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;”

Resta evidente que os responsáveis pela empresa com evidente má-fé dão indícios veementes de que não honrarão com seus compromissos, eis que conforme se descreveu acima inexistente lastro financeiro e equilíbrio econômico-financeiro na relação, além do que, pelas atitudes e quantidade de reclamações já existentes, resta demonstrada a iminência de que os consumidores amarguem sérios prejuízos.

A relação contratual de consumo na questão resta evidenciada, eis que o usuário é consumidor, adquirindo produtos da empresa na condição de destinatário final (art. 2º do CDC), enquanto que a empresa requerida se enquadra na condição de fornecedora (art. 3º CDC), prestando serviço de VOIP, sendo passível de responsabilização pela inadequação, prejuízos e ausência de garantias.

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

A prática comercial adotada pelos requeridos é abusiva e ilegal. Em termos doutrinários e jurisprudenciais, prevalece o entendimento de que a abusividade de uma prática comercial está ligada a uma desvantagem exagerada, experimentada pelo contratante mais frágil, ou ainda, a uma violação do princípio da boa-fé objetiva, o que, sem sombra, ocorreu na espécie.

A abusividade da prática também pode ser aferida quando em cotejo com os deveres anexos que defluem do princípio da boa-fé e que permeiam a relação consumerista.

Com efeito, este basilar preceito das relações civis tem um tratamento especial na sistemática do Código do Consumidor, quando em seu art.4º, inciso III, acolhe na sua inteireza ao dispor:

“Art.4º -

(...)

III – harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento

econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores.”

O princípio da dignidade da pessoa humana tem sido considerado como esteio nos diversos campos da vida social para restringir os atos praticados sem considerar e respeitar a nossa condição de seres humanos. Na área da defesa do consumidor, tal postulado deverá ser observado com especial rigor, visto que, os interesses dos fornecedores, muito mais fortes economicamente, terminam por sobrepujar os consumidores, hipossuficientes em vários aspectos.

RIZATTO NUNES<sup>7</sup>, a respeito do tema nos ensina “a dignidade constitui algo inerente à própria natureza humana, visto que somente pelo fato de estarmos vivos, devemos respeitar os demais e sermos respeitados no que concerne aos aspectos mínimos necessários que nos permitam a sobrevivência.”

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

Ora, na espécie, o desrespeito ao princípio da dignidade da pessoa humana é patente, uma vez que a empresa funciona irregularmente como se fosse uma instituição financeira sem ter autorização para tanto.

Dispõem, ainda, os artigos 6º, inciso V, e 39, inciso V, do CDC, o seguinte:

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

(...)

IV – a proteção contra (...) métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como práticas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;”

A postura adota pela requerida fere três outros princípios que vicejam no campo da defesa do consumidor, quais sejam: o da harmonia ou equilíbrio, da boa fé objetiva e da confiança.

Pelo princípio da harmonia ou equilíbrio, busca-se tutelar os interesses dos contratantes de tal forma que não ocorra uma vantagem exagerada para um em detrimento dos interesses do outro. As partes devem, a nível contratual, tratar dos interesses de modo a preservar o equilíbrio do contrato.

Sobre tal princípio, RIZZATO NUNES<sup>8</sup> disciplina que:

"Outro princípio do caput do art. 40 aparece também no inciso III (leste mesmo artigo. A harmonia das relações de consumo nasce dos princípios constitucionais da isonomia, da solidariedade e dos princípios gerais da atividade econômica".

Ainda há claramente o desrespeito é o da boa-fé objetiva. Mencionado Doutrinador preleciona que:

"Já a boa-fé objetiva, que é a que está presente no CDC, pode ser definida, grosso modo, como sendo uma regra de conduta, isto é, o dever das partes de agir conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade, afim de se estabelecer o equilíbrio das relações de consumo. Não o equilíbrio econômico, como pretendem alguns, mas o equilíbrio das

### 23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

posições contratuais, uma vez que, dentro do complexo de direitos e deveres das partes, em matéria de consumo, como regra, há um desequilíbrio de forças. (...)"

O princípio da confiança fora tratado por CLÁUDIA LIMA MARQUES9 nos seguintes termos:

"A teoria da confiança, como já mencionamos anteriormente, pretende proteger prioritariamente as expectativas legítimas que nasceram no outro contratante, o qual confiou na postura, nas obrigações assumidas e no vínculo criado através da declaração do parceiro. (.40 CDC • instituiu no Brasil o princípio da proteção da confiança do consumidor. Este princípio abrange dois aspectos: 1) a proteção da confiança no vínculo contratual, que dará origem às normas cogentes do CDC, que procuram assegurar o equilíbrio do contrato de consumo, isto é, o equilíbrio das obrigações e deveres de cada parte, através da proibição do uso de cláusulas abusivas e de uma interpretação sempre pró-consumidor; 2) a proteção da confiança na prestação contratual, que dará origem às normas cogentes do CDC, que procuram garantir ao consumidor a adequação do produto ou serviço adquirido, assim como evitar riscos e prejuízos oriundos destes produtos e serviços."

O desrespeito a tais princípios acarreta a obtenção da denominada vantagem excessiva, disciplinada no artigo 39, inciso V. e art. 51 do CDC.

### **3 - DA DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA**

Assim sendo, e esteado na possibilidade de a empresa Ré não dispor de patrimônio capaz de ressarcir os danos provocados aos consumidores e na hipótese de tal episódio servir de guarida à não compensação dos usuários lesados materialmente, cumpre seja determinada à desconsideração da personalidade jurídica da empresa Ré, uma vez que os seus responsáveis estão se utilizando o anteparo da personalidade jurídica para cometer fraudes.

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

Por oportuno, transcreve-se o disposto no art. 28 do Código de Defesa do Consumidor:

“Art. 28. O juiz poderá desconsiderar a personalidade jurídica da sociedade quando, em detrimento do consumidor, houver abuso de direito, excesso de poder, infração da lei, fato ou ato ilícito ou violação dos estatutos ou contrato social. A desconsideração também será efetivada quando houver falência, estado de insolvência, encerramento ou inatividade da pessoa jurídica provocados por má administração.(...)”

§5º Também poderá ser desconsiderada a pessoa jurídica sempre que sua personalidade for, de alguma forma, obstáculo ao ressarcimento de prejuízos causados aos consumidores.” (grifos nossos)

O Novo Código Civil a seu turno, em seu art. 50 disciplina que:

Em caso de abuso da personalidade jurídica, caracterizado pelo desvio de finalidade, ou pela confusão patrimonial, pode o juiz decidir, a requerimento da parte ou do Ministério Público quando lhe couber intervir no processo, que os efeitos de certas e determinadas relações de obrigações sejam estendidos aos bens particulares dos administradores ou sócios das pessoas jurídicas.”

Ante a falta de cobertura das garantias obrigatórias por lei para realizar transações financeiras há a evidência da má fé, de práticas abusivas e de fraudes utilizadas pelos sócios administradores da empresa justifica-se desconsiderar a existência distinta e separada da personalidade jurídica.

Nesse sentido, transcrevemos ensinamentos de Waldo Fazzio Júnior em Manual de Direito Comercial 3ª edição, editora jurídica Atlas, pág.157:

“Com a intenção de impedir que a personificação jurídica seja instrumento para assegurar a impunidade de atos sociais fraudulentos, a jurisprudência passou a adotar a teoria desconsideração da personalidade jurídica, também chamada de superação e da penetração. Esta consiste

### 23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

em colocar de lado episodicamente a autonomia patrimonial da sociedade, possibilitando a responsabilização direta e ilimitada do sócio por obrigação que, em princípio é da sociedade. Afasta-se a ficção para que aflore a realidade... O Juiz, constatando a evidência defraude, desconsidera a personalidade jurídica da sociedade e determina a constrição dos bens particulares dos sócios que se valeram daquela...”.

Assim sendo e em virtude do descumprimento das normas legais, cumpre seja determinada à responsabilização dos sócios dirigentes da empresa Ré. Os “serviços” adquiridos pelos consumidores investidores e o “empreendimento financeiro”, bem demonstram que havia uma oferta a ser cumprida, qual seja, a remuneração e resgate ao final, que noticiava ter lastro. Ora, o artigo 30 do CDC é claro ao taxar que a oferta vincula ao fornecedor que a fizer veicular.

Ora, quando os requeridos passaram a operar no mercado sabiam da falta de lastro, sem apresentar os meios e os modos pelos quais poderiam recuperar o investimento de inúmeras pessoas. E por essa razão que até a presente data o “empreendimento financeiro” não goza de autorização dos órgãos públicos para funcionamento. (grifamos)

Os requeridos atuavam no mercado de forma irregular, sem a necessária autorização dos órgãos federais competentes, o que contraria obviamente o artigo 39, Inciso VIII do CDC.

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

(...)

VIII- colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes, ou se normas específicas no existirem pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia. Normalização e Qualidade Industrial-CONMETRO”

#### **4- DA DISSOLUÇÃO DAS SOCIEDADES PESSOAS JURÍDICAS**

Com efeito, conforme preceituado anteriormente, a Constituição Federal, no parágrafo único do artigo 170, declara que “é assegurado a todos o

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, *salvo nos casos previstos em lei*".

De ordinário, pois, prescinde-se de autorização legal seja para a constituição, seja para a exploração da atividade econômica. É excepcional a necessidade de autorização legal. As atividades reguladas têm por fundamento o interesse público.

Na espécie, a atividade de emissão de contratos de investimento coletivo, com captação de dinheiro junto ao público investidor, em emissão pública, **depende de registro** junto à Comissão de Valores Mobiliários, conforme preceitua o artigo 19 da Lei 6.385/76.

Nessa senda, colhe-se que a requerida (até o presente momento) não obteve o registro prévio da emissão dos valores mobiliários junto à CVM. Iludem-se e ilude o público, que não fica informado do que realmente se passa com as empresas nas quais deposita seu investimento.

Ao exercer atividade que depende de registro em órgão público, sem obtê-lo, a empresa requerida passou a exercê-la de maneira ilegal, ilícita, em desconformidade com os preceitos jurídicos. É atividade clandestina, a despeito da publicidade. É ilícita a captação de investimento junto ao público, com o nome de contrato de divulgação; o enquadramento jurídico correto é o de contrato de investimento coletivo, mediante prévio registro na CVM.

Evidente que é assegurada a liberdade de iniciativa econômica; assim como se assegura a liberdade de associação, "para fins lícitos", nos termos do art. 5.º, inc. XVII, da Constituição Federal.

A ilicitude do objeto, a ilicitude da prática implementada, é repugnada pelo direito, seja ilicitude constante dos atos constitutivos da sociedade, o que é raro, mas que inviabiliza o registro da empresa, nos termos do art. 115 da Lei 6.015/73, seja ilicitude na exploração real, e, então, em desconformidade com o objeto social declarado; ou, ainda, atividade

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

correspondente ao objeto, mas faltante de autorização para funcionamento pelos órgãos competentes.

Por exemplo, para explorar o ramo de instituição financeira, o interessado deve obter autorização do Banco Central do Brasil; empresa que pretenda explorar o ramo de seguros, deve obter autorização da Superintendência de Seguros Privados.

E quem pretender captar dinheiro junto ao público, com promessa de remuneração vinculada a engorda de animais, deve obter, por força de lei, autorização da Comissão de Valores Mobiliários; entre outros exemplos.

A emissão de valores mobiliários, por envolver a captação de dinheiro do público, depende de autorização da Comissão de Valores Mobiliários. E a emissão de valores mobiliários sem a devida autorização **configura crime contra o sistema financeiro nacional**, (crime do colarinho branco), conforme exaustivamente já alinhavado.

O termo associação, constante do artigo 5º, inciso XX, da Constituição Federal, é gênero, cuja espécie é a associação, em sentido estrito, e a sociedade comercial. Nesse sentido é a lição da melhor doutrina. Com efeito, José Celso de Mello Filho ensina que ...

*“O direito de associação constitui liberdade de ação coletiva. Embora atribuído a cada pessoa, que é o seu titular, só pode ser exercido em conjunto com outras pessoas. É pelo exercício concreto dessa liberdade pública que se instituem as associações, gênero a que pertencem as sociedades civis ou mercantis. O direito de associação, por isso mesmo, se erige em instrumento de ação multiforme, podendo revestir-se de caráter empresarial, cultural, filantrópico, sindical, político...Somente o Poder Judiciário, por meio de processo regular, poderá decretar a dissolução compulsória das associações. Mesmo a atuação judicial encontra uma limitação constitucional: apenas as associações que persigam fins ilícitos poderão ser*

23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

*compulsoriamente dissolvidas*”, in **Constituição Federal Anotada, 2<sup>a</sup> ed., p. 476.**

Essa lição é anterior à Constituição em vigor, mas a orientação continua válida sob a égide da Constituição Federal de 1988. José Afonso da Silva não discrepa e ensina que “*A ausência de fim lucrativo não parece ser elemento da associação, pois parece-nos que o texto abrange também as sociedades lucrativas. Então, a liberdade de associação inclui tanto as associações em sentido estrito (em sentido técnico estrito, associações são coligações de fim não lucrativo) e as sociedades (coligações de fim lucrativo)*”, in **Curso de Direito Constitucional Positivo, 22<sup>a</sup> ed., p. 266.**

Também José Cretella Júnior, com muita clareza, não discrepa:  
*“Em direito constitucional, o vocábulo associação tem sentido lato, não se restringindo, unicamente, ao tipo específico da lei civil, compreendendo, porém, a união orgânica, voluntária e permanente de pessoas física para a consecução de certos fins, que podem ser políticos, religiosos, morais, científicos, civis, comerciais, artísticos...”* in **Comentários à Constituição Federal de 1988, vol. 1, 2<sup>a</sup> edição, p. 293.**

Vê-se, pois, que a doutrina, na interpretação do artigo 5.º, XX, da Constituição Federal, dá ao vocábulo associação um sentido lato, para alcançar, também, as sociedades comerciais. Por conta da equiparação da sociedade comercial às associações, aplicável o disposto no inciso XIX da Constituição Federal:

*“as associações só poderão ser compulsoriamente dissolvidas ou ter as suas atividades suspensas por decisão judicial, exigindo-se, no primeiro caso, o trânsito em julgado”.*

Admite o texto constitucional, sem a menor dúvida, a dissolução judicial da sociedade comercial, desde que sua atividade revista-se de ilicitude, como é o caso das duas primeiras requeridas, pois há prática de crime de emissão de valor mobiliários sem o devido registro na CVM.

23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

Considerar-se-á compulsoriamente dissolvida a sociedade somente com o trânsito em julgado da sentença; mas a suspensão da atividade pode ser concedida imediatamente pela autoridade jurisdicional, na singela interpretação a contrário da Constituição Federal. A doutrina comercialista, dando prumo à matéria, afirma que *“Desse conjunto de preceitos da lei maior colhe-se mais um caso de dissolução das associações, e das sociedades, em geral, que se verifica quando suas atividades forem nocivas ao bem público”*, **Mauro Rodrigues Penteado, Dissolução e liquidação de sociedades, p. 99.**

Mais especificamente, cabível . . . *“o pedido de decisão judicial de dissolução de sociedades mercantis, no caso de exercício de atividade contrária à ordem pública e aos bons costumes, mediante ação (inclusive a ação civil pública, nos termos do art. 1.º, inc. IV, da Lei n.º 7.347, de 1985) que inclua no seu objeto o cancelamento do arquivamento dos atos societários, no Registro do Comércio (ou, como diz a Lei n.º 8.934/94, Registro Público de Empresas Mercantis e Atividades Afins, Mauro Rodrigues Penteado, Dissolução e liquidação de sociedades, p. 101.*

Em hipótese semelhante já decidiu o Egrégio Tribunal de Justiça de São Paulo que é cabível a dissolução de administradora de consórcio para aquisição de linhas telefônicas sem estar autorizada pelo Banco Central do Brasil:

*“Ação civil pública. Pedido de dissolução de sociedade. Exploração de atividade ilícita. Hipótese de captação de poupança popular, pelo sistema de administração de consórcio de telefones. Dissolução decretada. Sentença mantida”, TJSP, 1ª Câmara de Direito Privado, 14/10/1997, apelação cível nº 268.025-2, rel. Des. Guimarães e Souza.*

A dissolução da requerida justifica-se porque rebela-se contra normas claras postas pela ordenação legal brasileira; recusa-se a obter a autorização da CVM, que lhe conferiria transparência e segurança para o exercício da atividade. Por ora, a atividade é ilícita, ilegal, nociva, sem autorização legal, mas no entanto ainda persistem em sobrevida.

## 23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

Assim sendo, em que pese as ilicitudes cíveis e administrativas acima mencionadas, há sérios indícios da prática de infrações penais dispostas na Lei 1.521/51 (art. 2º, inciso IX), art. 66 e 67 do Código de Defesa do Consumidor, bem como art. 171 e 288 do Código Penal. Contudo, trata-se de outra vertente a ser discutida em momento e seara própria.

### **V – DA AÇÃO A SER PROPOSTA**

Consoante exigência do art. 308 do Novo CPC, desde já asseveramos que no prazo de até 30 (trinta) dias após a efetivação das medidas pugnadas, será proposta a devida Ação Civil Pública.

Art. 308. Efetivada a tutela cautelar, o pedido principal terá de ser formulado pelo autor no prazo de 30 (trinta) dias, caso em que será apresentado nos mesmos autos em que deduzido o pedido de tutela cautelar, não dependendo do adiantamento de novas custas processuais.

(...)

§2º A causa de pedir poderá ser aditada no momento de formulação do pedido principal.

### **VI - DOS PEDIDOS CAUTELARES**

O novel Código de Processo Civil trouxe em seu Art. 300 a tutela de urgência, que será concedida quando houver elementos que evidenciem a probabilidade do direito e o perigo de dano ou o risco ao resultado útil do processo.

O instituto da tutela de urgência é gênero da qual são espécies as tutelas cautelar e antecipatória (satisfativa).

São compreendidas no conjunto de medidas empregadas pelo juiz com base em juízo de cognição sumária e perante uma situação de direito substancial de risco iminente ou atual, para assegurar o resultado útil e eficaz do processo cognitivo ou executório principal, ou até mesmo entregar de imediato, antes do julgamento final, o bem da vida postulado àquele que aparentemente

23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

possui tal direito e corre perigo de não poder usufruí-lo caso aguarde a decisão final de mérito.

Tanto a tutela cautelar, quanto a antecipatória (satisfativa), funda-se em requisito comum que é o perigo na demora da tutela jurisdicional em seu sentido mais amplo, ainda que cada uma se volte para uma aspiração específica.

A tutela cautelar se presta a acautelar uma pessoa ou coisa eliminando o risco de infrutuosidade da tutela jurisdicional principal, com a instituição do processo sincrético a tutela cautelar, tornou-se meramente instrumental, à medida que não possui fim em si mesma, por estar atrelada a um processo principal agora denominado processo único, em razão disso tal tutela não satisfaz concretamente a pretensão do autor, mas apenas assegura através de medidas concretas o resultado útil e eficaz do provimento jurisdicional definitivo. Assim, se o processo é considerado instrumento da jurisdição, pode-se dizer que a tutela cautelar é instrumento do instrumento.

É patente, diante dos preceitos legais suso invocados, os prejuízos materiais e morais perpetrados pelos acionados e o perigo de dano de difícil reparação que envolve os consumidores.

Entretanto, no tocante ao sentido estrito do perigo na demora, Marinoni e Mitidiero fazem uma distinção entre o requisito da urgência na tutela jurisdicional na tutela cautelar (risco de dano irreparável ou de difícil reparação) e na tutela satisfativa (perigo na demora da prestação jurisdicional). (MARINONI; MITIDIERO, 2010, p. 107).

Segundo o artigo Art. 305 do Novo CPC, a petição inicial da ação que visa à prestação de tutela cautelar em caráter antecedente indicará a lide e seu fundamento, a exposição sumária do direito que se objetiva assegurar e o perigo de dano ou o risco ao resultado útil do processo.

A fumaça do bom direito exsurge da notoriedade dos fatos narrados e da fundamentação jurídica desenvolvida na inicial. A documentação constante

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

dos autos e todas as questões jurídicas acima expostas evidenciam a manifesta ilegalidade praticada.

A Lei nº 13.105 de 2015 (Novo CPC) permite que as medidas provisórias sejam pleiteadas e deferidas nos autos da ação principal. A regra é clara: após a antecipação ou a liminar cautelar, o autor terá prazo para juntar novos documentos e formular o pedido de tutela definitiva. Ainda que os prazos sejam distintos (15 dias na antecipação<sup>7</sup> e 30 dias na cautelar) em ambas as hipóteses o pedido principal será formulado nos mesmos autos, sem necessidade de um novo processo.

Seguem lições de Leonardo Greco no Livro “Desvendando o Novo CPC”:

Tutela cautelar. **Esta constituirá uma providencia de proteção do próprio processo, para assegurar a eficácia da decisão final sobre o direito material**, mas não uma medida de acolhimento do pedido principal. Visa tal tutela assegurar a eficácia da decisão final do processo principal, mas nunca tem o mesmo conteúdo do acolhimento do pedido principal, porque não se destina a antecipá-lo, mas a assegurar a eficácia. (GRECO, Leonardo. A Tutela da Urgência e a Tutela da Evidência no Código de Processo Civil de 2015. In: RIBEIRO, Darci Guimaraes; JOBIM, Marco Félix (orgs). Desvendando o Novo CPC. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2015. p. 123.)

No mesmo sentido ensina Marinoni:

Liminar da Tutela Cautelar Conservativa. Pode o autor requerer tutela cautelar liminarmente (segundo o artigo 300 em seu §2º), - rigorosamente, uma antecipação de tutela cautelar. Pode o juiz concedê-la inaudita altera parte ou após a justificação prévia. Da decisão prolatada cabe agravo de instrumento (art. 1.015, I). (MARINONI, Luiz Guilherme; ARENHART, Sérgio Cruz;

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

MITIDIERO, Daniel. Novo Código de Processo Civil. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2015. p. 319).

Na ação civil pública, a possibilidade concessão de medida cautelar - ganha relevo na medida em que, com este instrumento processual, visa-se à tutela de interesses difusos, coletivos e coletivos lato sensu, bens de vida para um grande grupo de pessoas, como no presente caso, e que evita a propositura de inúmeras ações individuais.

Nos moldes do artigo 300 caput do Novo CPC, aqui, o *fumus boni juris* está claramente perceptível nos diplomas legais citados indicando a necessidade de tutela ao consumidor, portanto, há a demonstração da plausibilidade do pedido, porque o direito material dá meios para proteção do consumidor no mercado financeiro (Leis 7.492/86, 6.385/76 e 8.078/90).

Também perceptível a presença do *periculum in mora* já que inúmeros consumidores estão na iminência de perda de seus investimentos, especialmente levando-se em consideração a comoção havida no mercado e a possibilidade de que o empreendimento não tenha condições de ressarcir os consumidores.

No caso, todos os requisitos exigidos pela lei processual para o deferimento da medida cautelar encontram-se reunidos Os consumidores que investiram suas economias, sem saber, na atividade ilícita da empresa estão expostos às práticas nefastas e abusivas dos seus responsáveis que podem vir a desviar todo patrimônio pessoal para se esquivarem do cumprimento das suas obrigações.

O *periculum in mora* está presente, ainda, diante do fato de que a natural demora de tramitação de uma ação coletiva, intensificará os prejuízos causados ao grupo de consumidores-usuários que terão agravados os riscos de perderem suas economias o que gera e gerará danos de difícil ou impossível reparação, vez não existe nenhuma garantia de resgate dos investimentos realizados.

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

Segundo o Art. 301 do novo CPC, a tutela de urgência de natureza cautelar pode ser efetivada mediante arresto, sequestro, arrolamento de bens, registro de protesto contra alienação de bem e **qualquer outra medida idônea para asseguaração do direito.**

Conforme anteriormente mencionado, o esquema de pirâmide estampado na notícia da Folha, “empresas prometem riqueza fácil e usam esquema pirâmide” demonstra que 90,3% dos membros da pirâmide terão prejuízos.

Isto ocorre porque tanto as pessoas recém ingressas quanto as pessoas que reinvestiram dinheiro nas pirâmides sofrem prejuízos.

Não bastasse, NARS apontou que as fraudes “podem até afetar a economia de muitos países, se os culpados transferirem seus bilhões de dólares para paraísos fiscais no exterior” (NARS, Kari, Crimes bilionários: como os maiores golpistas da história enganaram tanta gente por tanto tempo. Belo Horizonte: Editora Gutenberg, 2012, p. 24-25).

Os casos mais famosos de pirâmides financeiras e esquema Ponzi do país são o Avestruz Master, o Boi Gordo, e a TelexFree, sendo que, no primeiro caso, estima-se que mais de 40 mil pessoas investiram na empresa Avestruz Master ([http://www.prgo.mpf.mp.br/fato\\_tipico/pagina\\_edicoes004-reportagem.html](http://www.prgo.mpf.mp.br/fato_tipico/pagina_edicoes004-reportagem.html). Acesso em 13/04/2016), o segundo, o caso Boi Gordo, lesou mais de 30 mil pessoas (<http://www2.uol.com.br/debate/1480/cidade/cidade22.htm> acesso em 13/04/2016), e o caso TelexFrre ainda está em andamento, mas alguns já chamam de a maior fraude financeira da história do Brasil (<http://acertodecontas.blog.br/economia/telexfree-a-maior-fraude-financeira-da-historia-do-pas/>. Acesso em 13/04/2016).

O interesse coletivo deve estar sempre acima dos interesses individuais, principalmente quando estes se restringem ao aspecto econômico dos negócios, que na espécie se evidenciaram fraudulentos. Essa prática compromete a harmonia, a transparência e o equilíbrio das relações de consumo travadas

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

pelos Réus sempre em prejuízo dos seus participantes vulneráveis, quais sejam, os consumidores.

A relevância do fundamento da demanda — *fumus boni juris* - e o justificado receio de ineficácia do provimento final — *periculum in mora* — autorizam a concessão da liminar. Destarte, presentes os componentes daquele binômio, conforme acima exposto, faz-se necessária providência de cunho emergencial que obste, durante o curso do processo, os efeitos maléficis das práticas cometidas pelo réus.

A concessão dos pedidos liminares possibilitará aos consumidores a garantia do ressarcimento dos prejuízos causados. Se os bens do sócio não forem indisponibilizados, a Sentença da futura Ação Civil Pública será inócua, de vez que, por ocasião da dilapidação patrimonial, não haverá bens suficientes à execução do mandamento judicial.

Ademais, o imediato deferimento dos pedidos cautelares desta ação é imprescindível para evitar que novas pessoas se cadastrem na Aliança Online bem como impedir que os já cadastrados reinvestam milhares de reais para permanecer.

Assim sendo requer-se:

a) A concessão de liminar, *inaudita altera pars*, ordenando a suspensão das atividades da empresa requerida até o julgamento final da ação principal ou, alternativamente, caso assim Vossa Excelência não entenda, que seja determinada a intervenção judicial na empresa requerida, pelo prazo de 12 (doze) meses, nomeando-se interventor pessoa indicada por este Juízo, com plenos poderes de gestão e registrando-se a medida no livro diário ou naquele que o substituir e comunicando-se o fato à Junta Comercial para fins de arquivamento;

b) A concessão de liminar, *inaudita altera pars*, para que sejam vedados novos cadastros de divulgadores ou qualquer tipo de franquias bem como se abstenha de realizar qualquer pagamento aos franqueados já

23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

cadastrados até julgamento final da ação principal, sob pena de multa diária de R\$500.000,00 (quinhentos mil reais), a qual deverá ser revertida para o fundo estadual do consumidor;

c) A concessão de liminar, *inaudita altera pars*, para que seja determinada a suspensão do registro de domínio (sítio eletrônico) <https://www.cpna.com.br/>, ou, alternativamente, que o mesmo seja tornado indisponível (fora do ar) até julgamento final da ação, sob pena de multa diária de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) a ser convertida ao Fundo Estadual do Consumidor;

d) A concessão de liminar, *inaudita altera pars*, para que seja desconsiderada a personalidade jurídica da Aliança Online Telecomunicações Ltda. a fim de responsabilizar subsidiariamente seu sócio administrador ante a comprovação das fraudes perpetradas;

e) A concessão de liminar, *inaudita altera pars*, ordenando a indisponibilidade dos bens imóveis e patrimônio líquido da empresa, bem como do sócio administrador, a fim de que na liquidação de sentença, se adequado for, seja feito o rateio das mesmas, conforme os investimentos.

f) A concessão de liminar, *inaudita altera pars*, ordenando ao Banco Central o bloqueio das contas bancárias existentes, bem como de aplicações financeiras, valores e bens depositados ou custodiados em nome da empresa Ré, de seus sócios e cônjuge, no CNPJ da empresa e CPF dos sócios, quais sejam: empresa **ALIANÇA COMÉRCIO E PROMOÇÃO DE VENDAS LTDA – ME**, inscrita no CNPJ sob o nº 00.074.451/0001-73, e seu sócio administrador, **RICARDO DANTAS DE MACEDO**, inscrito no CPF sob nº 398.561.272-20 a fim de que na liquidação de sentença, se adequado for, seja feito o rateio das mesmas, conforme os investimentos, sob pena, inclusive, de outras liminares por outros juízos serem concedidas e inviabilizar as indenizações;

g) A concessão de liminar, *inaudita altera pars*, ordenando à Receita Federal que encaminhe a este Juízo, cópias das 05 (cinco) últimas declarações de bens oferecidas pela demandada e por seu sócio administrador

23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

Ricardo Dantas de Macedo, além de se oficialiar a Junta Comercial deste Estado do Tocantins, Departamento de Trânsito do Estado do Tocantins, Cartórios de Registro de Imóveis e de Títulos e Documentos na Capital e nos Municípios do Estado do Tocantins, para informar a este Juízo quanto à existência de bens em nomes da Empresa Ré seu sócio e cônjuge;

h) A concessão de liminar, *inaudita altera pars* para que seja ainda oficiado aos cartórios de Registro de Imóveis e Cartório de Títulos e Documentos de todas as cidades do Estado do Tocantins, para que se abstenham de transferir ou efetuar qualquer transação dos bens da empresa, dos sócios, cônjuges e administradores, que se impeçam transcrições, inscrições ou averbações de documentos públicos ou particulares, arquivamentos de atos ou contratos que importem em transferência de quotas sociais, ações ou partes beneficiárias, realização ou registro de operações e títulos de qualquer natureza e processamento da transferência de propriedade;

i) A concessão de liminar, *inaudita altera pars* para que seja dado conhecimento à Junta Comercial do Estado do Tocantins acerca da indisponibilidade dos bens da requerida, de seu sócio e cônjuge, determinando que a mesma se abstenha de proceder ao registro de empresas em nome da Ré de seu sócio e cônjuge bem como de proceder a transferência de quaisquer empresas ou cotas em nome dos referidos;

j) A concessão de liminar, *inaudita altera pars* para que seja determinado à empresa que apresente a este Juízo no prazo de dez dias, a contar da data da intimação, sob pena de multa diária de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), o seguinte:

- 1- A relação de todos os franqueados no Brasil, especificando, ainda, a quantidade por Estado e planos adquiridos, bem como o total de investimentos realizados e valores recebidos pelos consumidores desde a constituição da empresa até a presente data; cópia do último balanço patrimonial da empresa de dos sócios;

23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

- 2- Relação de bens móveis, imóveis e demais recursos da empresa e do seu sócio administrador ora requerido;
- 3- Contrato de Adesão da Aliança Online com os todos os tipos de Franqueados;
- 4- Faturamento da empresa com venda de produtos, e franquias especificando-se cada uma delas;

k) Sejam os requeridos condenados nos ônus sucumbenciais, exceto honorários advocatícios;

## VII - DOS REQUERIMENTOS

a) Requer a citação dos requeridos, sendo a empresa requerida na pessoa de seu representante legal para, querendo, contestarem a presente ação, sob pena de revelia e confissão;

b) Requer a produção de todas as provas em direito admitidas, inclusive o depoimento pessoal do representante legal da empresa requerida, acostamento posterior de documentos e perícia, acaso necessário e desde já seja reconhecido e declarada a inversão do ônus da prova (art. 6º, inciso VIII, do CDC);

Para efeitos meramente fiscais, atribui-se à causa o valor de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

Termos em que  
Pedem deferimento.

Palmas, 13 de Abril de 2016.

**KÁTIA CHAVES GALLIETA**  
Promotora de Justiça  
23<sup>a</sup> Promotoria de Justiça da Capital



23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR DOUTOR JUIZ DE DIREITO DA \_\_VARA CIVIL  
DA COMARCA DE PALMAS – TO**

**O MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO TOCANTINS**, por sua Promotora de Justiça que esta subscreve, titular da 23ª Promotoria de Justiça da Capital, no exercício de suas atribuições legais e constitucionais, vem respeitosamente à presença de Vossa Excelência, com base nos artigos 5º, inciso XXXII, 127 *caput*; 129, inciso III; e 170, inciso V, da Constituição Federal; artigos 81, parágrafo único, inciso III, e 82, inciso I da Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor); artigos 1º, inciso II, 3º, 5º, inciso I, da Lei nº 7.347/85 (Lei da Ação Civil Pública); e artigos 300, *caput*, e § 2º, 301, e 305 do Código de Processo Civil, visando a defesa de interesses difusos, coletivos e individuais homogêneos dos consumidores, vem perante Vossa Excelência, ajuizar a presente

**AÇÃO CIVIL PÚBLICA**

Em face das empresas **ALIANÇA COMÉRCIO E PROMOÇÃO DE VENDAS LTDA – ME**, inscrita no CNPJ sob o nº 00.074.451/0001-73, com sede na Quadra 104 Norte, Rua NE 01, lote 14, sala B, Centro, Palmas/TO; **ALIANÇA ONLINE TELECOMUNICAÇÕES LTDA – ME**, inscrita no CNPJ sob o nº. 008.837.391/0001-05, com sede na Quadra 104 Norte, Rua NE 01, lote 14, sala B, Centro, Palmas/TO, e o sócio-administrador de ambas, **RICARDO DANTAS DE MACEDO**, brasileiro, nascidos aos 22 de março de 1971, filho de Cosma Alves de Macedo, e Francisco Dantas de Macedo, Portador da Carteira de Identidade nº 1658884 SSP/GO, inscrito no CPF sob nº 398.561.272-20, residente e domiciliado na Quadra 104 Norte, Rua NE 1 LT, Nº 14, Plano Diretor Norte, Palmas/TO, CEP 77.006-016, pelos fundamentos de fato e de direito que se passa a expor:

## I – DA LEGITIMIDADE DO MINISTÉRIO PÚBLICO

A Constituição Federal de 1988, ao definir o Ministério Público como instituição permanente, essencial à função jurisdicional do Estado, incumbiu-lhe a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis (art. 127). Nesse escopo, foram estabelecidas suas funções institucionais no art. 129, destacando-se:

“Art. 129 São funções institucionais do Ministério Público:  
(...)

III – promover o inquérito civil e a ação civil pública, para a proteção do patrimônio público e social, do meio ambiente e de outros interesses difusos e coletivos;”

A legislação infraconstitucional, por meio da Lei da Ação Civil Pública (Lei nº 7.347/85), ampliada pela Lei nº 8.078/90 e roborada pela Lei Complementar nº 75/93 (Lei Orgânica do Ministério Público da União) e Lei nº 8.625/93 (Lei Orgânica Nacional do Ministério Público), comete ao Parquet a proteção, prevenção e reparação de danos ao patrimônio público, meio ambiente, ao consumidor, aos bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico, e outros interesses difusos, coletivos, individuais indisponíveis e individuais homogêneos.

Na precuciente lição de NELSON NERY JÚNIOR, “sempre que se estiver diante de uma ação coletiva, estará presente aí o interesse social, que legitima a intervenção e a ação em juízo do Ministério Público.”<sup>1</sup>

Salienta-se que o Título III do Código de Defesa do Consumidor – diploma em perfeita simbiose com a Lei de Ação Civil Pública – prevê, em seus artigos 81 a 104, os interesses ou direitos difusos como sendo transindividuais, de

---

<sup>1</sup>NERY JÚNIOR, Nelson. Ação Civil Pública. São Paulo, RT, 1995, p. 366.

23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

natureza indivisível de que sejam titulares indeterminadas ligadas por circunstâncias de fato (art. 81, parágrafo único, inciso I).

## II – DA COMPETÊNCIA

Nos termos do art. 2º da Lei Federal nº 7.347/85 ‘as ações previstas nesta lei serão propostas no foro do local onde ocorrer o dano, cujo juízo terá competência funcional para processar e julgar a causa’. Aqui trata-se de competência absoluta, dado que a norma jurídica atribuiu ao juiz a competência funcional.

Considerando, portanto, que a responsabilidade civil extracontratual e contratual proporcionada pelos requeridos deu-se nesta cidade, não há dúvida com relação ao foro desta Capital como competente para conhecer e deslindar esta demanda, ademais a sede da empresa se encontra nesta capital.

## III- DOS FATOS

A partir de denúncias aportadas neste *Parquet*, iniciou-se apuração acerca das atividades da **Aliança Online** (nome fantasia das empresas denominadas Aliança Comércio e Promoção de Vendas Ltda – ME e Aliança Online Telecomunicações Ltda – Me), em razão dos indícios de que esta operava um esquema de pirâmide financeira, sob o disfarce de marketing multinível.

Constatou-se que as referidas empresas estão inscritas no Cadastro Nacional de pessoas jurídicas sob os números 00.074.451/0001-73 e 08.837.391/0001-05, ambas com sede na Quadra 104 Norte, Rua NE 01 S/N, Lote 14, Sala B, Centro, Palmas – TO, com atividade econômica principal de “Administração de consórcios para a aquisição de bens e direitos”, constando

23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

como sócio administrador responsável, a pessoa de Ricardo Dantas de Macedo, CPF nº 398.561.272-20.

A empresa funciona por meio do endereço eletrônico [www.cpna.com.br](http://www.cpna.com.br). E, assim que se acessa o site, há duas maneiras de entrar: Entrar com um patrocinador ou sem patrocinador.

Na página inicial do sítio eletrônico da empresa, na aba apresentação do negócio encontramos a descrição:

**“ESTE É UM TEMPO PARA DESCOBERTAS. A SUA VIDA NOVA COMEÇA AQUI! A ALIANÇA ONLINE ESTÁ COM UMA NOVA FORMA DE MARKETING MULTINÍVEL E UMA GRANDE OPORTUNIDADE PARA VOCÊ GANHAR DINHEIRO. EM PARCERIA COM AS MAIORES MARCAS DO MERCADO, NÓS OFERECEMOS UM POTENCIAL PLANO DE NEGÓCIOS NO COMÉRCIO DE PRODUTOS SEM PRECISAR SAIR DE CASA.”**

Sobre a empresa ainda consta a descrição:

**“A Aliança Online Ltda., começou a atuar no segmento de vendas online e marketing de rede em agosto de 2007. O plano de marketing e vendas da empresa surgiu de estudos e da experiência adquirida em grandes empresas de E-commerce e marketing de rede, do aperfeiçoamento e das correções. Visando um maior número de adesões de novos Franqueados e um menor índice de desistências. Permitindo ao empreendedor Franqueado desenvolver um negócio próprio com um baixo investimento e possibilidade de ganhos ilimitados.”**

Segundo o vídeo de apresentação do Plano de Negócios divulgado no [YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=JJVxzFDfl3s) (<https://www.youtube.com/watch?v=JJVxzFDfl3s>), “fundada em 2007, com milhares de clientes satisfeitos em todos os Estados do Brasil, somos uma empresa voltada para o comércio online e o marketing de rede”. “Você será proprietário de uma franquia da loja virtual da Aliança Online com mais de 1.000.000 de produtos cadastrados e poderá comercializar os produtos sem sair de casa. A Aliança Online realiza todo o gerenciamento de produtos, controle



### 23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

financeiro, logística, entregas, manutenção de site, etc. Você receberá de 1 a 50% sobre o valor de todos os produtos ou serviços que você comprar ou vender direto da sua loja virtual”.

No mesmo vídeo de apresentação o Presidente da empresa, Ricardo Dantas afirma que a Aliança Online é parceira das lojas Netshoes, Centauro, Editora Abril, Ricardo Etetro.com, City Lar, Gol Linhas Aéreas, Extra, Casas Bahia, Marisa.com, Lojas Renner, Peixe Urbano, Walmart, Azul Linhas Aéreas, O Boticário e outras.

A maneira mais acessível de entrar na rede da Aliança Online é se tornando um Divulgador. E, segundo descrição contida no vídeo de apresentação: “Divulgador: Ganho de rede pessoal, na venda da franquia de divulgador, 50% de toda indicação direta e 10% de toda indicação indireta de 2º e 3º geração. Vinculado a uma taxa de manutenção mensal de R\$ 100,00, que poderá ser descontada de seus ganhos”.

Mas existem outros tipos de franquias que são apresentadas pelo Presidente Ricardo Dantas no mesmo vídeo:



**QUAL É O VALOR DAS FRANQUIAS?**

VAI DEPENDER DE QUANTO VOCÊ QUER GANHAR NA FORMAÇÃO DA SUA REDE

Nível	Valor da Adesão	GANHA
Torne-se um <b>DIVULGADOR</b>	R\$ 100,00	5%
Torne-se um <b>REVENDEDOR</b>	R\$ 250,00	10%
Torne-se um <b>GERENTE</b>	R\$ 500,00	ATÉ 30%
Torne-se um <b>DIRETOR</b>	R\$ 1.000,00	ATÉ 60%

VINCULADO AO COMPROMISSO DE PAGAR UMA MANUTENÇÃO MENSAL DE R\$ 100,00

Aliança online - Apresentação do Plano de negócios.

No vídeo o Presidente afirma que as formas de ganho de renda indicadas pela empresa são: 1. Venda de Produtos Ilimitados; 2. Venda de Franquias Diretas Ilimitadas; 3. Vendas de Franquias Indireta Ilimitadas; Renda Fixa Rede Estrela Ilimitada; 5. Premiação de Liderança por meta atingida.

Ao se cadastrar, o divulgador terá acesso ao Escritório Financeiro (ambiente virtual na página da Aliança Online).

**Tivemos acesso ao Escritório Financeiro de um franqueado como Diretor, que não quis se identificar, e constatamos não existir venda alguma de produtos, portanto a primeira forma de ganho de renda acima referida (venda de produtos ilimitados), de fato, não existe.**

A Aliança Online alega ser uma empresa de marketing multinível, mas, na verdade, é um golpe conhecido por **Pirâmide Financeira** e “**Esquema Ponzi**”, o qual, por ser insustentável e causar prejuízos a muitas pessoas, é **ilegal**.

Para comprovar a ilicitude das atividades da Aliança Online, é necessário, primeiramente, esclarecer alguns conceitos:

### **1 - Venda Direta**

A Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (ABEVD) conceitua venda direta como “um sistema de comercialização de bens de consumo e serviços diferenciado, baseado no contato pessoal, entre vendedores e compradores, fora de um estabelecimento comercial fixo.”

*“Para as empresas, representa um canal de distribuição com grande potencial de expansão geográfica, capaz de agregar valor aos seus produtos e serviços por meio das relações pessoais.”<sup>2</sup>*

Herbalife, Hermes, Avon, Natura, Mary Kay e Tupperware são exemplos de empresas que optaram pela venda direta (todas associadas à ABEVD).

Assim, a intenção das empresas que optam pela venda direta é deixar a cargo dos revendedores a inserção do produto no mercado, economizando-se o dinheiro que seria gasto em publicidade.

Ademais, nas vendas diretas, há uma forma mais agressiva de vendas, a qual implica em abordar e convencer o consumidor de que ele precisa daquele produto.

Nas vendas realizadas em estabelecimentos comerciais e pela internet, o produto é apenas anunciado e o consumidor se dirige ao site de compras ou à loja se quiser e precisar comprar. Já nas vendas diretas o vendedor convence o consumidor, que na maioria das vezes nem tinha intenção de comprar, de que ele precisa daquele “excelente produto”.

<sup>2</sup><http://www.abevd.org.br/venda-direta/> Acesso em 13/04/2016).

Nas compras de produtos da Herbalife, Avon e Natura, por exemplo, geralmente são os vendedores que procuram os consumidores em suas casas e trabalhos. O comportamento é ativo. É isso que justifica as vendas diretas.

## 2 - Marketing multinível (MMN)

Marketing Multinível (MMN), Marketing de Rede, Network Marketing ou Multi-level Marketing (MLM) são nomes diferentes para designar **uma das formas de venda direta**, na qual os revendedores recrutam novos revendedores, formando uma rede em forma de pirâmide e são remunerados pelas vendas que realizam e também pelas vendas realizadas por membros de sua rede.

A nomenclatura utilizada para designar estes revendedores varia de acordo com a empresa: são chamados de “distribuidores”, “consultores”, “patrocinadores” e, no caso da Aliança Online, “divulgadores”.

No Marketing de Rede, fica a cargo dos revendedores fazer com que o produto do fabricante chegue aos consumidores. Pressupõe que a venda seja feita pelos distribuidores (revendedores ou “divulgadores”).

“Conforme estudos realizados no site de uma das empresas pesquisadas, a utilização do marketing de rede para quem fabrica está no fato de que as vendas ficam por conta dos empreendedores autônomos extremamente motivados em função da remuneração que potencialmente podem receber” (COSTA, Liliana Alves. O sistema de marketing de rede: uma estratégia de ação mercadológica, disponível em [http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/3027?locale=pt\\_BR](http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/3027?locale=pt_BR) acesso em 13/04/2016) p. 42.

De acordo com as opiniões emitidas por um grupo de executivos de MLM, o segundo principal fator de motivação do consumidor, na venda de produtos e serviços por meio de marketing de rede é “a capacidade de persuasão do distribuidor”. Foi 87,5% das respostas. (NAJJAR, Eduardo; GRACIOSO, Francisco. Marketing de rede: a era do supermercado virtual. Marketing, São Paulo, ano 30, n. 293, p. 34-52, jun. 1997 Disponível em

[http://bancopublicacoes.espm.br/arquivos/marketing\\_de\\_rede\\_a\\_era\\_do\\_supermercado\\_virtual.pdf](http://bancopublicacoes.espm.br/arquivos/marketing_de_rede_a_era_do_supermercado_virtual.pdf). Acesso em 13/04/2016.

Marketing multinível: “estratégia empresarial de distribuição de bens e serviços, onde a divulgação dos produtos se dá pela indicação “boca a boca” feita por distribuidores independentes. Por esse trabalho, tais distribuidores recebem bônus, que seriam utilizados nas milionárias campanhas de propaganda tradicional. Além da indicação de produtos os distribuidores poderão indicar outros distribuidores e, assim, construir uma organização de escoamento de produtos com possibilidade de ganhos ilimitados” (<http://www.negocioscosmeticos.com.br/artigos/revista-veja-fala-sobre-marketing-multinivel>). Acesso em 13/04/2016.

“Um outro componente importante da indústria de vendas diretas é o marketing multinível, também conhecido como "marketing de rede", "marketing estrutural" ou "venda direta multinível". O marketing de rede é simplesmente um método entre outros de se organizar e remunerar revendedores envolvidos em vendas diretas. Este método pode ser mais bem definido como um plano de remuneração de vendas diretas no qual revendedores podem receber ganhos de duas maneiras. Primeiramente, revendedores podem receber compensações por suas vendas pessoais de produtos e serviços a consumidores. Segundo, ele pode ser remunerado pelas vendas ou compras de pessoas que ele próprio recrutou e patrocinou no plano; eles podem também ser remunerados com base nas vendas do grupo ou rede que foram recrutados e patrocinados por pessoas por eles previamente recrutadas. Portanto, marketing de rede oferece ao revendedor direto a oportunidade de estabelecer seu próprio negócio revendendo bens e serviços a consumidores e desenvolvendo e treinando uma organização ou rede de revendedores para fazerem o mesmo. (Alencar de Carvalho Júnior: Dissertação apresentada no Curso de Mestrado Profissional em Administração da Fundação Getúlio Vargas em 2003 disponível em <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/5890/1200400918.pdf?sequence=1> acesso em 13/04/2016) (grifei).

“É um método de vender produtos diretamente ao consumidor, por meio de uma rede desenvolvida por distribuidores independentes que introduzem e patrocinam novos distribuidores (Peter Clatter. Multilevel Marketing. London Kogan, p. 1992 apud NAJJAR, Eduardo; GRACIOSO, Francisco. Marketing de rede: a era do supermercado virtual. Marketing, São Paulo, ano 30, n. 293, p. 34-52, jun. 1997 disponível em [http://bancopublicacoes.espm.br/arquivos/marketing\\_de\\_rede\\_a\\_era\\_do\\_supermercado\\_virtual.pdf](http://bancopublicacoes.espm.br/arquivos/marketing_de_rede_a_era_do_supermercado_virtual.pdf). acesso em 13/04/2016).

### 23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

A Herbalife, Amway, Mary Kay e Tupperware são exemplos de empresas de marketing multinível.

Então, a essência, natureza e razão do marketing multinível é exatamente **VENDER PRODUTOS**. É a ponte entre o fabricante de produtos ou fornecedor de serviços e o consumidor final.

Desta feita, podemos afirmar que não há sentido em se optar pelo sistema Marketing Multinível se não for para que os distribuidores (“divulgadores” no caso da Aliança Online) vendam os produtos ou serviços.

Como o marketing multinível pressupõe vendas, remunera os revendedores pelo que eles mesmos vendem e pelo que as pessoas que ele cadastrou em sua rede vendem.

### 3 - “Pirâmide Financeira” e “Esquema Ponzi”

De acordo com a 2ª edição do Boletim de Proteção do Consumidor/Investidor CVM/DPDC sobre investimentos irregulares, no caso das “Pirâmides”:

**“por não haver um negócio legítimo, os pagamentos aos investidores são provenientes de novas aplicações. Quando os ingressos não são suficientes para cobrir os resgates, estes começam a atrasar e são, finalmente, interrompidos, gerando perdas para os que investiram.**

Alguns diferenciam as pirâmides dos chamados esquemas “Ponzi”... Também nesse esquema, os lucros são pagos com recursos novos, mas a diferença seria que, neste caso, o investidor não precisaria realizar esforços para atrair novos investidores (há uma aparência maior de investimento, pois os recursos são entregues a uma pessoa que promete restituir os valores com maior rentabilidade). Nas pirâmides, por outro lado, normalmente é exigido do próprio investidor recrutar novos participantes, ampliando assim a rede de pessoas alcançadas pelo golpe.

Ambos os esquemas possuem características comuns, ainda que presentes em graus variados: **promessa de rentabilidade atraente,**

23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

**pouco detalhamento dos riscos, sentido de urgência e de oportunidade a ser perdida e período curto de investimento (permitindo que o investidor aplique um valor inicial pequeno e depois, tendo sucesso no resgate, ganhe confiança e amplie suas aplicações).”**

MOORE define pirâmide como:

**“um esquema em que o participante paga um valor considerável pela chance de receber compensação por introduzir uma ou mais pessoas adicionais no esquema ou pela chance de receber uma compensação quando a pessoa introduzida indica também outro participante.”** (MOORE Angela L. Building a successful network marketing Company, USA Prima Publissing, 1998 apud COSTA, Liliana Alves. O sistema de marketing de rede: uma estratégia de ação mercadológica, p. 29 disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/3027/000285605.pdf> f. Acesso em 13/04/2016).

Outro não é o entendimento de DOMUS:

**“O conteúdo de estatutos, códigos, artigos, regulamentos e outros documentos relevantes variam, mas todos contêm o mesmo conceito básico: Uma pirâmide é um esquema que recruta pessoas que façam pagamentos (uma taxa de inscrição) para que tenham a oportunidade de receber benefícios futuros (dinheiro ou privilégios) que são basicamente derivados da apresentação pelo recrutado (e/ou recrutados subsequentes) de participantes adicionais ao esquema, em vez da venda de produtos a consumidores”** (DOMUS. Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas. Um documento para discussão elaborado pela Federação Mundial das Associações de vendas Diretas, São Paulo, 1998, apud COSTA, Liliana Alves. O sistema de marketing de rede: uma estratégia de ação mercadológica, p. 29 disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/3027/000285605.pdf> f. Acesso em 13/04/2016)

Nari Kars, em seu famoso livro “Golpes Bilionário\$” discorre que **“O método de trapaça mais geral e mais bem concebido é o esquema em pirâmide... Para ser atraente e ter credibilidade, o esquema em pirâmide do tipo mais complexo exige muito planejamento, além do estabelecimento de**

**uma empresa através da qual o dinheiro possa ser canalizado.** (NARS, Kari, Crimes bilionários: como os maiores golpistas da história enganaram tanta gente por tanto tempo. Belo Horizonte: Editora Gutemberg, 2012, p. 24-25).

Continua o autor que nos esquemas de pirâmide, são prometidos:

**“A ‘maravilha’ do esquema em pirâmide, da perspectiva do golpista, é que desde o início ela cria uma impressão sólida de que ‘o sistema funciona’. Os lucros prometidos são devidamente pagos em dinheiro vivo ou depositados nas contas bancárias dos investidores iniciais – no caso de Ponzi, a taxa anual de 360 por cento. Os agentes de venda, motivados pelo pagamento de comissões chegam, muitas vezes a exibir extratos de bancos a clientes, confirmando que os lucros foram pagos em sua totalidade e na data prometida. De boca-a boca, espalha-se o rumor que esses lucros rápidos podem ser feitos facilmente por qualquer um dos que se interesse. Os lucros dos clientes iniciais são pagos com o capital proveniente dos investidores seguintes, uma vez que, obviamente, esses esquemas em pirâmide nunca colocam em prática os empreendimentos lucrativos lícitos nos quais supostamente eles estariam envolvidos.<sup>3</sup> Exemplos típicos disso são os esquemas Ponzi e Madoff. Outro atrativo dos esquemas em pirâmide é que os investidores estão frequentemente tão fascinados com os lucros inicialmente altos que eles acabam injetando mais dinheiro, além de reinvestirem a quantia original e os maravilhosos rendimentos. Desta forma, a falta de liquidez da pirâmide é minimizada e, em última instância, as perdas dos investimentos são elevadas ao máximo.”** (NARS, Kari, Crimes bilionários: como os maiores golpistas da história enganaram tanta gente por tanto tempo. Belo Horizonte: Editora Gutemberg, 2012, p. 24-25).

Em reportagem no site da Folha, conseguimos a seguinte explicação e imagens:

**“A estratégia dessas supostas empresas consiste em seduzir novos colaboradores com propostas para revenda de produtos ou serviços que trariam muito dinheiro em pouco tempo.”**

---

3 No caso da Aliança Online a venda de produtos (E-Commerce próprio ou de comissões de venda de produtos de grandes marcas, extremamente confiáveis nacionalmente, que supostamente seriam parceiras).

Pela estrutura do negócio, são recrutados constantemente novos colaboradores, que pagam taxas de adesão que podem superar R\$ 500. Com isso, a empresa fatura milhões antes que qualquer produto seja vendido.”<sup>4</sup>

---

#### COMO FUNCIONA O ESQUEMA DE PIRÂMIDE

Veja os passos e as estratégias que as empresas usam para seduzir investidores e associados



##### Fique rico amanhã

Promessas de enriquecimento rápido são a principal arma para atrair pessoas, como ofertas de emprego (“ganhe dinheiro sem sair de casa”) em sites ou por e-mail



##### Preparando o terreno

As empresas costumam fazer eventos em hotéis onde pessoas que ganharam dinheiro rápido fazem palestras sobre como o negócio é bom



##### Produto “misterioso”

As empresas montam uma fachada legal, vendendo de fato um produto, como, por exemplo, cápsulas emagrecedoras, chás medicinais etc.



##### O investimento

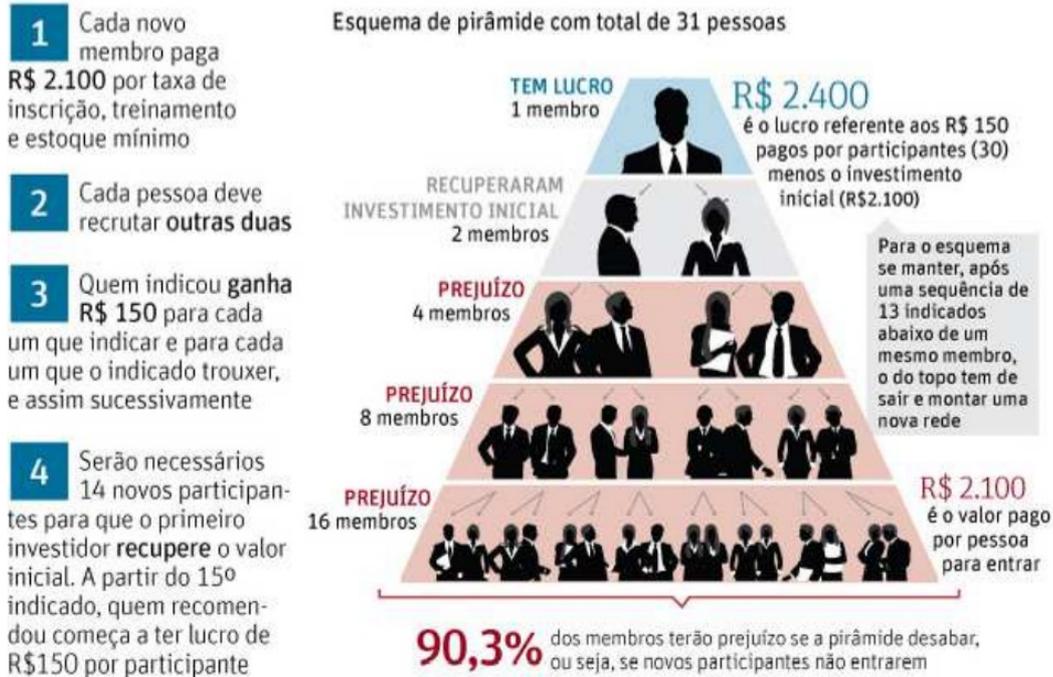
Para que a pessoa entre no negócio, as empresas cobram taxas de inscrição e treinamento e exigem a compra de um estoque mínimo de produtos

---

4 (<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/1247952-empresas-prometem-riqueza-facil-e-usam-esquema-piramide.shtml> acesso em 13/04/2016).

## 23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

### SIMULAÇÃO DO MODELO INSUSTENTÁVEL DA PIRÂMIDE



Note-se que, de acordo com o esquema acima, 90,3% das pessoas participantes da pirâmide terão prejuízos.

Importante mencionar as ponderações de Liliana Alves Costa:

**“Portanto, esquemas de pirâmide são ilegais, no qual um grande número de pessoas na base da pirâmide pagam em dinheiro a poucas pessoas do topo da pirâmide. Cada novo participante paga pela chance de avançar ao topo e obter ganhos de outros que, possivelmente, farão parte do esquema. Para fazer parte, deve-se efetuar um pequeno ou grande investimento, dependendo do esquema. Em ordem para que todos tenham ganho em um esquema de pirâmide, não deva acontecer o fim do suprimento de novos participantes. Na realidade, o suprimento é limitado, e cada Novo nível de participantes tem menos chance de recrutar outros e uma grande chance de perda de dinheiro.”** (COSTA, Liliana Alves. O sistema de marketing de rede: uma estratégia de ação mercadológica, p. 29 disponível em

<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/3027/000285605.pdf>. Acesso em 13/04/2016, página 49).

Conclui-se, portanto, que pirâmide financeira é esquema que depende do recrutamento progressivo de pessoas que façam investimentos e são estes valores que remuneram os recrutadores. Forma-se então uma pirâmide e, não importa quantas pessoas ingressem, as pessoas da base sempre sofrerão prejuízos porque, quando não for possível trazer mais pessoas para o esquema (já que a população é finita), este desmorona.

#### **4 - Diferença entre o Marketing Multinível e as pirâmides financeiras**

**O que difere o marketing multinível das pirâmides financeiras é que naquelas o foco é a venda de produtos enquanto nestas o foco é o recrutamento de pessoas para investirem mais.** Por este motivo, no marketing multinível real, remunera-se apenas as vendas realizadas pelo recrutado, nunca o puro e simples recrutamento. Nas pirâmides financeiras, o simples recrutamento de pessoas é remunerado. Como o foco do Marketing Multinível é a venda de produtos, só isso é remunerado, porque só isso interessa à empresa. Nas Pirâmides Financeiras, como o que importa é o recrutamento de pessoas, isto é remunerado, ainda que o recrutado nunca venda nada.

Ressalte-se que a remuneração apenas das vendas do recrutado não é escolha aleatória das empresas de marketing multinível, mas é forma de garantir que o revendedor recrute apenas pessoas que realmente tenham aptidão para vendas. Se o recrutado não vender nada, a empresa não lucrará nada e o recrutador também não ganhará.

Nas pirâmides financeiras, por outro lado, como o oxigênio é a entrada de novas pessoas (e novos investimentos), o simples recrutamento de pessoas é o essencial. Assim, remunera-se o recrutador, ainda que o recrutado não realize vendas.

Como a receita do marketing multinível vem da venda de produtos e prestação de serviços, há sustentabilidade. No caso das pirâmides financeiras, como a oxigenação do sistema é feita pela entrada de novas pessoas (e investimentos) para remunerar as que lhe estão acima e sendo a população do planeta finita, não há sustentabilidade. Quando não houver mais entrada de novos investimentos, o sistema “quebra”, e muitas pessoas saem lesadas, principalmente as que investiram posteriormente.

Ademais, como as empresas sérias de marketing multinível se focam na venda dos produtos e serviços, há fortes investimentos na capacitação dos seus revendedores, para conhecer o produto e técnicas de venda.

**Nas pirâmides financeiras, a venda do produto ou serviço é apenas uma forma de mascarar o golpe, enquanto o foco é o recrutamento de novos investidores.** Assim, os revendedores (que são na verdade apenas recrutadores) são capacitados precipuamente para saber explicar a “oportunidade de negócio” e a capacitação para as vantagens do produto é deixada em segundo plano.

Esta é a conclusão da notícia veiculada no site da Folha:

“Uma das principais diferenças é que, na venda direta, se ganha comissão pela venda de produtos, enquanto, na pirâmide, ela é paga quase exclusivamente pela adesão de novos vendedores.”  
(<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/1247952-empresas-prometem-riqueza-facil-e-usam-esquema-piramide.shtml> acesso em 13/04/2016)

É neste sentido o entendimento de Alencar de Carvalho da Silva:

“É importante lembrar que a remuneração em um plano honesto de marketing de rede é resultado exclusivo da venda de bens e serviços para consumidores a usuários finais (Consumidores finais incluem aqueles que compram produtos para seu uso ou de

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

sua família). Infelizmente alguns esquemas fraudulentos dizem oferecer oportunidades para marketing de rede, mas na verdade eles são simples esquemas para se recrutar pessoas que façam investimentos altos para poderem participar.) (Alencar de Carvalho Júnior: Dissertação apresentada no Curso de Mestrado Profissional em Administração da Fundação Getúlio Vargas em 2003 disponível em <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/5890/1200400918.pdf?sequence=1> acesso em 13/04/2016).

**MOORE, ao definir pirâmide pondera que:**

“Portanto, é um programa que compensa seus participantes meramente pelo ato de recrutamento e envolvimento de outras pessoas no programa. A ênfase deste programa não é a venda de um produto, mas sim o recrutamento de um novo participante.” (MOORE Angela L. Building a successful network marketing Company, USA Prima Publishing, 1998 apud COSTA, Liliana Alves. O sistema de marketing de rede: uma estratégia de ação mercadológica, p. 29 disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/3027/000285605.pdf>. Acesso em 13/04/2016).

Liliana Alves Costa também comunga deste entendimento a explicar sobre as empresas que realmente se dedicam ao Marketing de Rede:

“Acrescenta-se ainda de que os distribuidores não devem ser remunerados pelo recrutamento de novos adeptos à “rede”, pois o que legitima a atividade do Marketing de Rede é a revenda de produtos e serviços no sistema de Venda Direta, vindo a substituir o comércio feito por lojas e por varejo tradicional. As pessoas que se cadastram em uma empresa de Marketing de Rede devem receber material do Kit de adesão a preço de custo, que varia de empresa para empresa, e o distribuidor que a recrutou não recebe bônus algum pelo recrutamento e sim pelo trabalho de vendas efetuado por essa pessoa.

(...)

“Já um programa para ser um plano ilegítimo de marketing multinível ou uma pirâmide ilegal depende principalmente de o método pelo qual os produtos ou serviços são vendidos e a maneira como cada participante é compensado. **ESSENCIALMENTE, SE UM PLANO DE MARKETING COMPENSA SEUS PARTICIPANTES PELA VENDA PESSOAL E DO GRUPO RECRUTADO (DOWNLINE), ESSE PLANO É MULTINÍVEL. SE UM PROGRAMA COMPENSA SEUS PARTICIPANTES MERAMENTE PELA INTRODUÇÃO OU RECRUTAMENTO DE OUTROS PARTICIPANTES NO**

**PROGRAMA, SEM OCORRER NECESSARIAMENTE A VENDA DE PRODUTO OU SERVIÇO, É UMA PIRÂMIDE.** (COSTA, Liliana Alves. O sistema de marketing de rede: uma estratégia de ação mercadológica, p. 29; 47 e 48 disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/3027/000285605.pdf>. Acesso em 13/04/2016)

Feitas estas considerações, veremos abaixo que a Aliança Online, se encaixa perfeitamente nas pirâmides financeiras e não no marketing multinível como querem parecer, pois: remunera o simples recrutamento de pessoas independentemente da existência de vendas por parte do recrutado.

#### **A) DA REMUNERAÇÃO PELO RECRUTAMENTO DE PESSOAS**

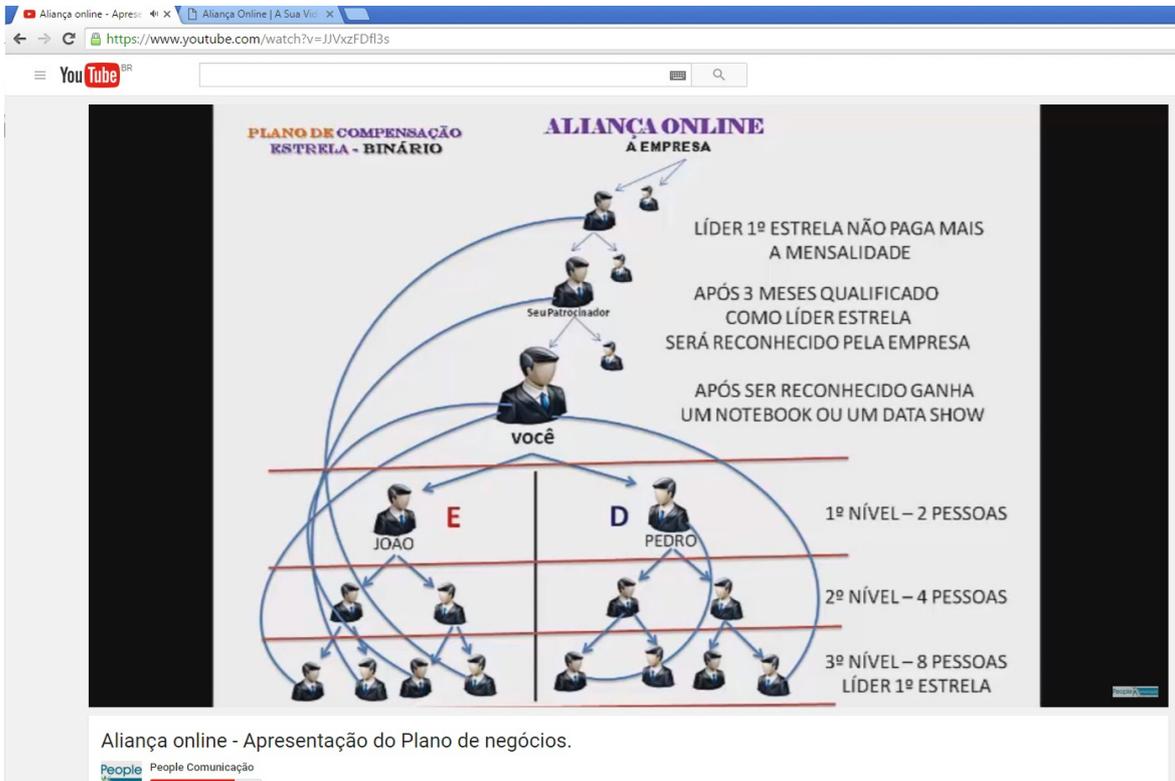
A Aliança Online, por sua vez, bonifica o “divulgador” pelo puro e simples cadastramento de pessoas, de duas formas inclusive, pelo cadastro e pelo ganho binário.

No vídeo de Apresentação do Plano de Negócios da Aliança Online, (<https://www.youtube.com/watch?v=JJVxzFDf3s>) já citado acima, o Presidente Ricardo Dantas afirma que existe “a possibilidade de **ganhar dinheiro com a venda de franquias, formando a sua própria equipe**, então você pode **indicar pessoas que vão indicar outras pessoas, e por isso você também estará sendo comissionado. Pode-se ganhar dinheiro também na venda de franquias indiretas, que é quando a sua rede vende franquias para outras pessoas**, e esse ganho também é ilimitado. Temos também a nossa **rede estrela que é um rendimento proveniente das mensalidades pagas dentro do grupo, que retorna para você na forma de renda fixa e também na forma de uma premiação**, porque à medida que a rede vai crescendo você vai sendo reconhecido pela empresa e vai recebendo prêmios”.

Como prêmios oferecidos no vídeo são citados notebook, data show, motocicleta, um carro da marca JAC Motors, um carro modelo Corolla da

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

Toyota e uma casa no valor de R\$ 150.000,00 (ou a opção de pedir o valor dos prêmios em dinheiro).



**PLANO DE COMPENSAÇÃO ESTRELA - BINÁRIO**

**ALIANÇA ONLINE À EMPRESA**

LÍDER 1ª ESTRELA NÃO PAGA MAIS A MENSALIDADE

APÓS 3 MESES QUALIFICADO COMO LÍDER ESTRELA SERÁ RECONHECIDO PELA EMPRESA

APÓS SER RECONHECIDO GANHA UM NOTEBOOK OU UM DATA SHOW

Seu Patrocinador

você

1º NÍVEL - 2 PESSOAS

2º NÍVEL - 4 PESSOAS

3º NÍVEL - 8 PESSOAS LÍDER 1ª ESTRELA

JOÃO E PEDRO

Aliança online - Apresentação do Plano de negócios.

People People Comunicação

## B) DO GANHO BINÁRIO

A Aliança Online bonifica ainda quando houver cadastro de divulgadores em pares, um ao lado direito e outro ao lado esquerdo, formando os binários, conforme o vídeo já citado (<https://www.youtube.com/watch?v=JJVxzFDfI3s>):

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL



The screenshot shows a YouTube video player with a video titled "ALIANÇA ONLINE A EMPRESA" and a subtitle "PLANO DE COMPENSAÇÃO ESTRELA - BINÁRIO". The video content displays a table titled "TABELA DE GANHOS NA REDE ESTRELA BINÁRIO". The table has six columns: NÍVEIS, PESSOAS, GANHO R\$, TOTAL R\$, TOTAL ACUMULADO R\$, and QUALIFICAÇÃO. The rows represent levels 1 through 6, showing an exponential increase in the number of people and total earnings.

NÍVEIS	PESSOAS	GANHO R\$	TOTAL R\$	TOTAL ACUMULADO R\$	QUALIFICAÇÃO
1	2	1	2,00	2,00	INICIANTE
2	4	1	4,00	6,00	INICIANTE
3	8	12	96,00	102,00	1 ESTRELA
4	16	1	16,00	118,00	1 ESTRELA
5	32	2	64,00	182,00	1 ESTRELA
6	64	10	640,00	822,00	2 ESTRELAS

Aliança online - Apresentação do Plano de negócios.  
People Comunicação

A promessa do Presidente Ricardo Dantas é de que a partir do nível de 3 estrelas o divulgador já pode construir outra rede, **“podendo construir quantas redes você der conta. Afirma ainda que a rede de pessoas indicadas não tem limites e que o Divulgador pode chegar a ganhar R\$ 97.886,00 (noventa e sete mil, oitocentos e oitenta e seis reais) por mês:**

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL



The screenshot shows a YouTube video player displaying a presentation slide. The slide is titled 'PLANO DE COMPENSAÇÃO ESTRELA - BINÁRIO' and 'ALIANÇA ONLINE A EMPRESA'. Below the title is a table titled 'TABELA DE GANHOS NA REDE ESTRELA BINÁRIO'. The table has six columns: NÍVEIS, PESSOAS, GANHO R\$, TOTAL R\$, TOTAL ACUMULADO R\$, and QUALIFICAÇÃO. The data is as follows:

NÍVEIS	PESSOAS	GANHO R\$	TOTAL R\$	TOTAL ACUMULADO R\$	QUALIFICAÇÃO
1	2	1	2,00	2,00	INICIANTE
2	4	1	4,00	6,00	INICIANTE
3	8	12	96,00	102,00	1 ESTRELA
4	16	1	16,00	118,00	1 ESTRELA
5	32	2	64,00	182,00	1 ESTRELA
6	64	10	640,00	822,00	2 ESTRELAS
7	128	2	256,00	1.078,00	2 ESTRELAS
8	256	3	768,00	1.846,00	3 ESTRELAS
9	512	1	512,00	2.358,00	3 ESTRELAS
10	1024	4	4.096,00	6.454,00	4 ESTRELAS
11	2048	1	2.048,00	8.502,00	4 ESTRELAS
12	4.096	2	8.192,00	16.694,00	5 ESTRELAS
13	8192	10	81.192,00	97.886,00	5 ESTRELAS

Below the table, the video player shows the title 'Aliança online - Apresentação do Plano de negócios.' and the channel name 'People People Comunicação'.

O Presidente Ricardo Dantas promete **“Se você trabalhar sério esta empresa vai mudar radicalmente a sua vida, você poderá ajudar sua família, contribuir com um dízimo enorme para sua igreja, que você poderia inclusive tornar o mundo melhor da forma que escolher”**.

E o Presidente ainda é incisivo em dizer que a melhor maneira de entrar na Aliança Online é comprando a franquia de Diretor (a mais cara), pois “você já inicia no topo da empresa, mas se você não tem condições de iniciar como Diretor a empresa permite que você faça um upgrade, mudando de plano a qualquer momento”.

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

Aliança online - Apresentação do Plano de negócios.

Aliança Online | A Sua Vida

https://www.youtube.com/watch?v=JJVxzFD#3s

YouTube

## GANHO DA REDE PESSOAL

VAI DEPENDER DE QUANTO VOCE QUER GANHAR NA FORMAÇÃO DA SUA REDE



STATUS	DIRETOR	GERENTE	REVENDEDOR	DIVULGADOR
INVESTIMENTO	R\$ 1.000,00	R\$ 500,00	R\$ 250,00	R\$ 100,00
1º NÍVEL	30%	20%	10%	5%
2º NÍVEL	10%	10%	-	-
3º NÍVEL	10%	-	-	-
4º NÍVEL	10%	-	-	-

MAIS PRÊMIO DE INCENTIVO DE R\$ 1.200,00 POR META ATINGIDA NO MÊS

People People Comunicação

Aliança online - Apresentação do Plano de negócios.

Aliança Online | A Sua Vida

https://www.youtube.com/watch?v=JJVxzFD#3s

YouTube

## BÔNUS REDE PESSOAL

SIMULAÇÃO DE GANHOS COM REDE DE DIRETORES QUE ATINGEM A META MENSAL

**SIMULAÇÃO:** Considere que você é um DIRETOR e indicou 4 novos DIRETORES no mês, e cada um destes indicou mais 4 DIRETORES, que por sua vez indicou mais 4. Olhe o que você ganha neste caso:

NÍVEL	DIRETORES	GANHOS	TOTAL
1º	4	30%	1.200,00
2º	16	10%	1.600,00
3º	64	10%	6.400,00
4º	256	10%	25.600,00
PRÊMIO	-	-	1.200,00
TOTAL	-	-	R\$ 36.000,00

Observe que apenas 4 NOVAS indicações lhe renderam R\$ 36.000,00. Imagine por exemplo você indicando 3 pessoas por semana, ou indicando 12 pessoas no mês.

Faça as contas e verá que não existe mágica nem milagre é apenas o direito que você tem de dar uma vida melhor para você e sua família.

People People Comunicação

### **C) DO FOCO NO RECRUTAMENTO DE PESSOAS E NÃO NA VENDA DOS PRODUTOS E SERVIÇOS**

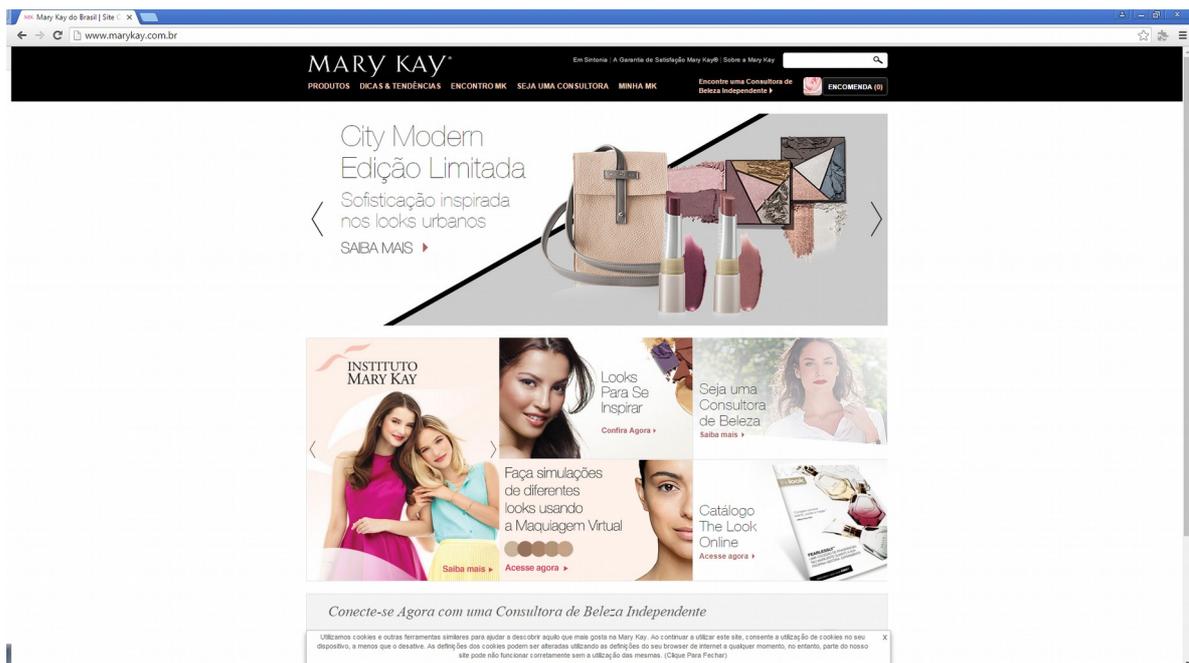
Logo, conforme se vê de toda a conduta da requerida, o foco de atuação se faz no recrutamento de pessoas e não na venda de serviço ou produto algum. Colhe-se, que o intuito é haver uma progressão vertiginosa no tocante à quantidade de pessoas e não na venda de produtos ou serviços.

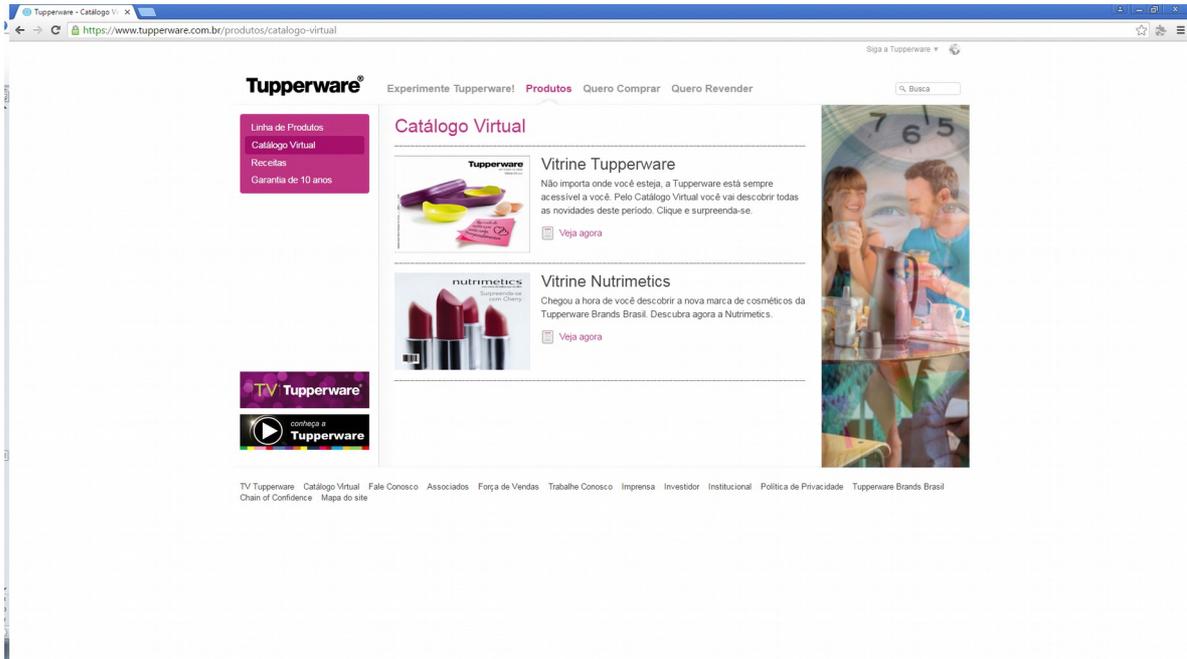
Ora, qualquer empresa possui como finalidade, sendo um dos pressupostos no direito empresarial, a venda de produtos ou serviços e não o recrutamento de pessoas.

### **D) PÁGINA INICIAL NA WEB DAS VERDADEIRAS EMPRESAS DE MARKETING MULTINÍVEL E A ALIANÇA ONLINE**

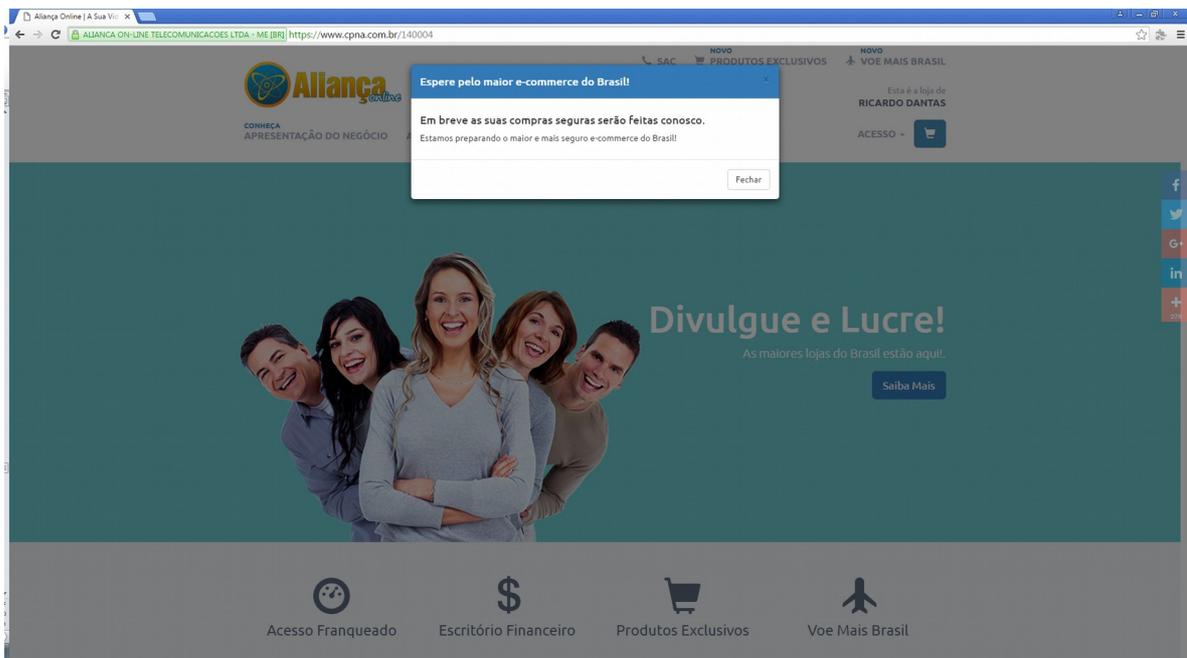
A diferença entre as verdadeiras empresas de marketing multinível e a Aliança Online pode ser constada também pela página inicial de cada empresa:

Vejamos abaixo nas páginas iniciais das empresas de marketing multinível já consolidadas no mercado (Herbalife, Mary Kay e Tupperware) como o foco é o produto e não a oportunidade de negócio:





Por outro lado, veja a página inicial da Aliança Online, na qual vemos claramente que o foco é a oportunidade de negócio e não o produto algum:



Atenção para a primeira imagem em que aparece a frase “Divulgue e Lucre”. E observe que quando se clica na imagem de um carrinho de compras no canto direito superior da página, aparece uma janela: “Espere pelo maior e-commerce do Brasil. Em breve as suas compras seguras serão feitas conosco.” Deixando claro que não existe venda alguma de produtos. Apenas aquisição de cotas da pirâmide.



Um dos denunciante que diz ser franqueado (aderiu planos da empresa Aliança Online) informou que a empresa em questão já vem passando por várias turbulências como invasão de hackers, dificuldades em manter o sistema funcionando, boletins de ocorrência registrados, alterações constantes nos planos, como foi a última alteração de redução das cotas para o valor de R\$ 1,00 (um real) por dia, ocorrido dia 01/04/2016, tornando o negócio instável e insustentável, e alega que se nada for feito ocorrerão efeitos catastróficos aos consumidores.

Conforme relato de um Diretor (comprou a franquia de R\$ 1.000,00 da Aliança Online) que não quis se identificar, o ganho diário em reais de um Diretor era de R\$ 84,00 por dia, depois passou para R\$ 63,00 por dia, depois para R\$ 42,00 por dia e hoje está em R\$ 21,00 reais por dia, ou seja, **os rendimentos já caíram 75%, mostrando que o negócio está cada vez mais próximo de ser insustentável.**

O risco é altíssimo de que milhares de franqueados possam ter prejuízos enormes. O presente caso assemelha-se ao caso da TelexFree e Avestruz Master.

Portanto há indícios veementes, que foram inclusive confirmados através de consulta no endereço eletrônico da empresa Aliança Online, ([www.cpna.com.br](http://www.cpna.com.br)), denúncias e relatos de franqueados, e acesso a vídeos explicativos do Presidente da Aliança Online, no sentido de que suas atividades caracterizam-se com “pirâmide financeira”, prática vedada pelo ordenamento jurídico, que inclusive a tipifica como conduta criminosa.

## IV – DO DIREITO

### 1 – DA ORDEM ECONÔMICA E RELAÇÃO DE CONSUMO

Os contratos firmados entre a empresa e seus consumidores, revelam atividade econômica a qual se encontra regida por princípios que visam assegurar a existência digna de todos, conforme os ditames da justiça social, e uma destas regras norteadoras corresponde, exatamente, a defesa do consumidor, como podemos depreender da leitura do artigo 170, inciso V, da Constituição Federal, *in verbis*:

“Art.170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

(...)

IV – livre concorrência;

V – defesa do consumidor;”

O Art. 5º, inciso XXXII da Constituição Federal dispõe que:

“Art. 5º (...)

XXXII – O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;”

Resta evidente que os responsáveis pela empresa, com evidente má-fé, dão indícios veementes de que não honrarão com seus compromissos, eis que conforme se descreveu acima inexistente lastro financeiro e equilíbrio econômico-financeiro na relação, além do que, pelas atitudes e quantidade de reclamações já existentes, resta demonstrada a iminência de que os consumidores amarguem sérios prejuízos.

A relação contratual de consumo na questão resta evidenciada, eis que o usuário é consumidor, adquirindo produtos da empresa na condição de destinatário final (art.2º do CDC), enquanto que a empresa requerida se enquadra na condição de fornecedora (art. 3º CDC), prestando serviço de VOIP, sendo passível de responsabilização pela inadequação, prejuízos e ausência de garantias.

A prática comercial adotada pelos requeridos é abusiva e ilegal. Em termos doutrinários e jurisprudenciais, prevalece o entendimento de que a abusividade de uma prática comercial está ligada a uma desvantagem exagerada, experimentada pelo contratante mais frágil, ou ainda, a uma violação do princípio da boa-fé objetiva, o que, sem sombra, ocorreu na espécie.

A abusividade da prática também pode ser aferida quando em cotejo com os deveres anexos que defluem do princípio da boa-fé e que permeiam a relação consumerista.

Com efeito, este basilar preceito das relações civis tem um tratamento especial na sistemática do Código do Consumidor, quando em seu art.4º, inciso III, acolhe na sua inteireza ao dispor:

“Art.4º -

(...)

III – harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores.”

O princípio da dignidade da pessoa humana tem sido considerado como esteio nos diversos campos da vida social para restringir os atos praticados sem considerar e respeitar a nossa condição de seres humanos. Na área da defesa do consumidor, tal postulado deverá ser observado com especial rigor, visto que, os interesses dos fornecedores, muito mais fortes economicamente, terminam por sobrepujar os consumidores, hipossuficientes em vários aspectos.

RIZATTO NUNES, a respeito do tema nos ensina “a dignidade constitui algo inerente à própria natureza humana, visto que somente pelo fato de

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

estarmos vivos, devemos respeitar os demais e sermos respeitados no que concerne aos aspectos mínimos necessários que nos permitam a sobrevivência.”

Ora, na espécie, o desrespeito ao princípio da dignidade da pessoa humana é patente, uma vez que a empresa funciona irregularmente como se fosse uma instituição financeira sem ter autorização para tanto.

Dispõem, ainda, os artigos 6º, inciso V, e 39, inciso V, do CDC, o seguinte:

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

(...)

IV – a proteção contra (...) métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como práticas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;”

A postura adota pela requerida fere três outros princípios que vicejam no campo da defesa do consumidor, quais sejam: o da harmonia ou equilíbrio, da boa fé objetiva e da confiança.

Pelo princípio da harmonia ou equilíbrio, busca-se tutelar os interesses dos contratantes de tal forma que não ocorra uma vantagem exagerada para um em detrimento dos interesses do outro. As partes devem, a nível contratual, tratar dos interesses de modo a preservar o equilíbrio do contrato.

Sobre tal princípio, RIZZATO NUNES disciplina que:

"Outro princípio do caput do art. 40 aparece também no inciso III (leste mesmo artigo. A harmonia das relações de consumo nasce dos princípios constitucionais da isonomia, da solidariedade e dos princípios gerais da atividade econômica".

Ainda há claramente o desrespeito é o da boa-fé objetiva. Mencionado Doutrinador preleciona que:

"Já a boa-fé objetiva, que é a que está presente no CDC, pode ser definida, grosso modo, como sendo uma regra de conduta, isto é, o dever das partes de agir conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade, afim de se estabelecer o equilíbrio das relações de consumo. Não o equilíbrio econômico, como pretendem alguns, mas o equilíbrio das posições contratuais, uma vez que, dentro do complexo de direitos e deveres das partes, em matéria de consumo, como regra, há um desequilíbrio de forças. (...)".

O princípio da confiança fora tratado por CLÁUDIA LIMA MARQUES nos seguintes termos:

"A teoria da confiança, como já mencionamos anteriormente, pretende proteger prioritariamente as expectativas legítimas que nasceram no outro contratante, o qual confiou na postura, nas obrigações assumidas e no vínculo criado através da declaração do parceiro. (.40 CDC • instituiu no Brasil o princípio da proteção da confiança do consumidor. Este princípio abrange dois aspectos: 1) a proteção da confiança no vínculo contratual, que dará origem às normas cogentes do CDC, que procuram assegurar o equilíbrio do contrato de consumo, isto é, o equilíbrio das obrigações e deveres de cada parte, através da proibição do uso de cláusulas abusivas e de uma interpretação sempre pró-consumidor; 2) a proteção da confiança na prestação contratual, que dará origem às normas cogentes do CDC, que procuram garantir ao consumidor a adequação do produto ou serviço adquirido, assim como evitar riscos e prejuízos oriundos destes produtos e serviços."

O desrespeito a tais princípios acarreta a obtenção da denominada vantagem excessiva, disciplinada no artigo 39, inciso V. e art. 51 do CDC.

## **2 – DA DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA**

Assim sendo, e esteado na possibilidade de a empresa Ré não dispor de patrimônio capaz de ressarcir os danos provocados aos consumidores e na hipótese de tal episódio servir de guarida á não compensação dos usuários

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

lesados materialmente, cumpre seja determinada à desconsideração da personalidade jurídica da empresa Ré, uma vez que os seus responsáveis estão se utilizando o anteparo da personalidade jurídica para cometer fraudes.

Por oportuno, transcreve-se o disposto no art. 28 do Código de Defesa do Consumidor:

“Art. 28. O juiz poderá desconsiderar a personalidade jurídica da sociedade quando, em detrimento do consumidor, houver abuso de direito, excesso de poder, infração da lei, fato ou ato ilícito ou violação dos estatutos ou contrato social. A desconsideração também será efetivada quando houver falência, estado de insolvência, encerramento ou inatividade da pessoa jurídica provocados por má administração.(...)”

§5º Também poderá ser desconsiderada a pessoa jurídica sempre que sua personalidade for, de alguma forma, obstáculo ao ressarcimento de prejuízos causados aos consumidores.” (grifos nossos)

O Código Civil a seu turno, em seu art. 50 disciplina que:

“Em caso de abuso da personalidade jurídica, caracterizado pelo desvio de finalidade, ou pela confusão patrimonial, pode o juiz decidir, a requerimento da parte ou do Ministério Público quando lhe couber intervir no processo, que os efeitos de certas e determinadas relações de obrigações sejam estendidos aos bens particulares dos administradores ou sócios das pessoas jurídicas.”

Ante a falta de cobertura das garantias obrigatórias por lei para realizar transações financeiras há a evidência da má fé, de práticas abusivas e de fraudes utilizadas pelos sócios administradores da empresa justifica-se desconsiderar a existência distinta e separada da personalidade jurídica.

Nesse sentido, transcrevemos ensinamentos de Waldo Fazzio Júnior em Manual de Direito Comercial 3ª edição, editora jurídica Atlas, pág.157:

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

"Com a intenção de impedir que a personificação jurídica seja instrumento para assegurar a impunidade de atos sociais fraudulentos, a jurisprudência passou a adotar a teoria desconsideração da personalidade jurídica, também chamada de superação e da penetração. Esta consiste em colocar de lado episodicamente a autonomia patrimonial da sociedade, possibilitando a responsabilização direta e ilimitada do sócio por obrigação que, em princípio é da sociedade. Afasta-se a ficção para que aflore a realidade... O Juiz, constatando a evidência de fraude, desconsidera a personalidade jurídica da sociedade e determina a constrição dos bens particulares dos sócios que se valerem daquela...".

Assim sendo e em virtude do descumprimento das normas legais, cumpre seja determinada à responsabilização dos sócios dirigentes da empresa Ré. Os "serviços" adquiridos pelos consumidores investidores e o "empreendimento financeiro", bem demonstram que havia uma oferta a ser cumprida, qual seja, a remuneração e resgate ao final, que noticiava ter lastro. Ora, o artigo 30 do CDC é claro ao taxar que a oferta vincula ao fornecedor que a fizer veicular.

Ora, quando os requeridos passaram a operar no mercado sabiam da falta de lastro, sem apresentar os meios e os modos pelos quais poderiam recuperar o investimento de inúmeras pessoas. E por essa razão que até a presente data o "empreendimento financeiro" não goza de autorização dos órgãos públicos para funcionamento. (grifamos)

Os requeridos atuavam no mercado de forma irregular, sem a necessária autorização dos órgãos federais competentes, o que contraria obviamente o artigo 39, Inciso VIII do CDC.

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

(...)

VIII- colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes, ou se normas específicas no existirem pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade



23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia. Normalização e Qualidade Industrial-CONMETRO"

### 3 - DA DISSOLUÇÃO DAS SOCIEDADES PESSOAS JURÍDICAS

Com efeito, conforme preceituado anteriormente, a Constituição Federal, no parágrafo único do artigo 170, declara que “é assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, *salvo nos casos previstos em lei*”.

De ordinário, pois, prescinde-se de autorização legal seja para a constituição, seja para a exploração da atividade econômica. É excepcional a necessidade de autorização legal. As atividades reguladas têm por fundamento o interesse público.

Na espécie, a atividade de emissão de contratos de investimento coletivo, com captação de dinheiro junto ao público investidor, em emissão pública, **depende de registro** junto à Comissão de Valores Mobiliários, conforme preceitua o artigo 19 da Lei 6.385/76.

Nessa senda, colhe-se que a requerida (até o presente momento) não obteve o registro prévio da emissão dos valores mobiliários junto à CVM. Iludem-se e ilude o público, que não fica informado do que realmente se passa com as empresas nas quais deposita seu investimento.

Ao exercer atividade que depende de registro em órgão público, sem obtê-lo, a empresa requerida passou a exercê-la de maneira ilegal, ilícita, em desconformidade com os preceitos jurídicos. É atividade clandestina, a despeito da publicidade. É ilícita a captação de investimento junto ao público, com o nome de contrato de divulgação; o enquadramento jurídico correto é o de contrato de investimento coletivo, mediante prévio registro na CVM.

23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

Evidente que é assegurada a liberdade de iniciativa econômica; assim como se assegura a liberdade de associação, “para fins lícitos”, nos termos do art. 5.º, inc. XVII, da Constituição Federal.

A ilicitude do objeto, a ilicitude da prática implementada, é repugnada pelo direito, seja ilicitude constante dos atos constitutivos da sociedade, o que é raro, mas que inviabiliza o registro da empresa, nos termos do art. 115 da Lei 6.015/73, seja ilicitude na exploração real, e, então, em desconformidade com o objeto social declarado; ou, ainda, atividade correspondente ao objeto, mas faltante de autorização para funcionamento pelos órgãos competentes.

Por exemplo, para explorar o ramo de instituição financeira, o interessado deve obter autorização do Banco Central do Brasil; empresa que pretenda explorar o ramo de seguros, deve obter autorização da Superintendência de Seguros Privados.

E quem pretender captar dinheiro junto ao público, com promessa de remuneração vinculada a engorda de animais, deve obter, por força de lei, autorização da Comissão de Valores Mobiliários; entre outros exemplos.

A emissão de valores mobiliários, por envolver a captação de dinheiro do público, depende de autorização da Comissão de Valores Mobiliários. E a emissão de valores mobiliários sem a devida autorização **configura crime contra o sistema financeiro nacional**, (crime do colarinho branco), conforme exaustivamente já alinhavado.

O termo associação, constante do artigo 5º, inciso XX, da Constituição Federal, é gênero, cuja espécie é a associação, em sentido estrito, e a sociedade comercial. Nesse sentido é a lição da melhor doutrina. Com efeito, José Celso de Mello Filho ensina que:

23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

*“O direito de associação constitui liberdade de ação coletiva. Embora atribuído a cada pessoa, que é o seu titular, só pode ser exercido em conjunto com outras pessoas. É pelo exercício concreto dessa liberdade pública que se instituem as associações, gênero a que pertencem as sociedades civis ou mercantis. O direito de associação, por isso mesmo, se erige em instrumento de ação multiforme, podendo revestir-se de caráter empresarial, cultural, filantrópico, sindical, político...Somente o Poder Judiciário, por meio de processo regular, poderá decretar a dissolução compulsória das associações. Mesmo a atuação judicial encontra uma limitação constitucional: apenas as associações que persigam fins ilícitos poderão ser compulsoriamente dissolvidas”, in **Constituição Federal Anotada, 2<sup>a</sup> ed., p. 476.***

Essa lição é anterior à Constituição em vigor, mas a orientação continua válida sob a égide da Constituição Federal de 1988. José Afonso da Silva não discrepa e ensina que *“A ausência de fim lucrativo não parece ser elemento da associação, pois parece-nos que o texto abrange também as sociedades lucrativas. Então, a liberdade de associação inclui tanto as associações em sentido estrito (em sentido técnico estrito, associações são coligações de fim não lucrativo) e as sociedades (coligações de fim lucrativo)”, in **Curso de Direito Constitucional Positivo, 22<sup>a</sup> ed., p. 266.***

Também José Cretella Júnior, com muita clareza, não discrepa:

*“Em direito constitucional, o vocábulo associação tem sentido lato, não se restringindo, unicamente, ao tipo específico da lei civil, compreendendo, porém, a união orgânica, voluntária e permanente de pessoas física para a consecução de certos fins, que podem ser políticos, religiosos, morais, científicos, civis, comerciais, artísticos...” in **Comentários à Constituição Federal de 1988, vol. 1, 2<sup>a</sup> edição, p. 293.***

Vê-se, pois, que a doutrina, na interpretação do artigo 5.º, XX, da Constituição Federal, dá ao vocábulo associação um sentido lato, para alcançar, também, as sociedades comerciais. Por conta da equiparação da sociedade comercial às associações, aplicável o disposto no inciso XIX da Constituição Federal:

*“as associações só poderão ser compulsoriamente dissolvidas ou ter as suas atividades suspensas por decisão judicial, exigindo-se, no primeiro caso, o trânsito em julgado”.*

Admite o texto constitucional, sem a menor dúvida, a dissolução judicial da sociedade comercial, desde que sua atividade revista-se de ilicitude, como é o caso das duas primeiras requeridas, pois há prática de crime de emissão de valor mobiliários sem o devido registro na CVM.

Considerar-se-á compulsoriamente dissolvida a sociedade somente com o trânsito em julgado da sentença; mas a suspensão da atividade pode ser concedida imediatamente pela autoridade jurisdicional, na singela interpretação a contrário da Constituição Federal. A doutrina comercialista, dando prumo à matéria, afirma que *“Desse conjunto de preceitos da lei maior colhe-se mais um caso de dissolução das associações, e das sociedades, em geral, que se verifica quando suas atividades forem nocivas ao bem público”*, **Mauro Rodrigues Penteado, Dissolução e liquidação de sociedades, p. 99.**

Mais especificamente, cabível *“o pedido de decisão judicial de dissolução de sociedades mercantis, no caso de exercício de atividade contrária à ordem pública e aos bons costumes, mediante ação (inclusive a ação civil pública, nos termos do art. 1.º, inc. IV, da Lei n.º 7.347, de 1985) que inclua no seu objeto o cancelamento do arquivamento dos atos societários, no Registro do Comércio (ou, como diz a Lei n.º 8.934/94, Registro Público de Empresas Mercantis e Atividades Afins, Mauro Rodrigues Penteado, Dissolução e liquidação de sociedades, p. 101.*

Em hipótese semelhante já decidiu o Egrégio Tribunal de Justiça de São Paulo que é cabível a dissolução de administradora de consórcio para aquisição de linhas telefônicas sem estar autorizada pelo Banco Central do Brasil:

23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

*“Ação civil pública. Pedido de dissolução de sociedade. Exploração de atividade ilícita. Hipótese de captação de poupança popular, pelo sistema de administração de consórcio de telefones. Dissolução decretada. Sentença mantida”, TJSP, 1<sup>a</sup> Câmara de Direito Privado, 14/10/1997, apelação cível nº 268.025-2, rel. Des. Guimarães e Souza.*

A dissolução da requerida justifica-se porque rebela-se contra normas claras postas pela ordenação legal brasileira; recusa-se a obter a autorização da CVM, que lhe conferiria transparência e segurança para o exercício da atividade. Por ora, a atividade é ilícita, ilegal, nociva, sem autorização legal, mas no entanto ainda persistem em sobrevida.

Assim sendo, em que pese as ilicitudes cíveis e administrativas acima mencionadas, há sérios indícios da prática de infrações penais dispostas na Lei 1.521/51 (art. 2º, inciso IX), art. 66 e 67 do Código de Defesa do Consumidor, bem como art. 171 e 288 do Código Penal. Contudo, trata-se de outra vertente a ser discutida em momento e seara própria.

**V - DOS PEDIDOS:**

- Por todo o exposto, o Ministério Público **requer**:

a) Seja promovida a citação dos requeridos, sendo as empresas requeridas na pessoa de seu representante legal para, querendo, contestarem a presente ação, sob pena de revelia e confissão;

b) Sejam mantidas, até o julgamento final da presente Ação Civil Pública, as medidas cautelares deferidas por este juízo;

c) Seja decretada a desconsideração da personalidade jurídica das empresas requeridas, **ALIANÇA ONLINE TELECOMUNICAÇÕES LTDA** e **ALIANÇA ONLINE COMÉRCIO E PROMOÇÃO DE VENDAS LTDA**, a fim de

23<sup>a</sup> PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

possibilitar a responsabilização subsidiária de seu sócio administrador, **RICARDO DANTAS DE MACEDO**, também requerido;

d) Seja a presente Ação Civil Pública julgada totalmente procedente, reconhecendo-se a conduta ilícita dos requeridos, condenando-os nos seguintes termos:

d.1) Cancelamento definitivo do registro do domínio (sítio eletrônico) <https://www.cpna.com.br/>, sob pena de multa diária de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), a ser convertida ao Fundo Estadual do Consumidor;

d.2) Restituição integral dos danos causados às vítimas, devolvendo-lhes os valores pagos às requeridas, mantendo-se a indisponibilidade dos bens móveis, imóveis e do patrimônio líquido destas e de seu sócio administrador, até que se promova a liquidação da sentença e comprovação do *quantum* devido a cada pessoa lesada;

d.3) Decretação da dissolução das sociedades requeridas, **ALIANÇA ONLINE TELECOMUNICAÇÕES LTDA** e **ALIANÇA ONLINE COMÉRCIO E PROMOÇÃO DE VENDAS LTDA**, com o consequente encerramento definitivo de suas atividades;

d.4) Imposição de restrição ao requerido **RICARDO DANTAS DE MACEDO** de constituir nova pessoa jurídica ou de figurar nesta como seu administrador ou representante legal, pelo prazo de 05 (cinco) anos;

e) Seja admitida a produção de todas as provas em direito admitidas, inclusive o depoimento pessoal do representante legal da empresa requerida, acostamento posterior de documentos e perícia, acaso necessário e desde já seja



23ª PROMOTORIA DE JUSTIÇA DA CAPITAL

reconhecida e declarada a inversão do ônus da prova, nos termos do art. 6º, inciso VIII, do CDC;

f) Sejam os requeridos condenados nos ônus sucumbenciais, exceto honorários advocatícios.

Para efeitos meramente fiscais, atribui-se à causa o valor de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

Termos em que  
Pedem deferimento.

Palmas, 30 de maio de 2016.

**KÁTIA CHAVES GALLIETA**  
Promotora de Justiça  
23ª Promotoria de Justiça da Capital