



# Santander pagará US\$ 10 milhões por telemarketing enganoso

15/07/2016

Para evitar uma ação judicial, o Banco Santander concordou, nessa quinta-feira (14/7), em pagar uma multa de US\$ 10 milhões, como parte do acordo com o Consumer Financial Protection Bureau (CFPB – Departamento de Proteção Financeira ao Consumidor) dos EUA. O CFPB acusou o banco de cobrar ilegalmente de seus clientes taxas sobre saques a descoberto (*overdraft*), um esquema que foi viabilizado por um serviço de telemarketing enganoso.

O serviço de telemarketing para captar a adesão de clientes ao programa de cobertura de saques a descoberto foi prestado por uma empresa terceirizada, que fez o que quis, de 2010 a 2014, sob as vistas grossas do banco. Em alguns casos, a empresa de telemarketing sequer pediu consentimento a clientes para incluí-los em seu programa Protetor de Contas, informou o CFPB, segundo o *The Boston Globe*, *The National Law Journal*, o site *Consumerist* e outras publicações.

Ao cobrar US\$ 35 por saque a descoberto, o Santander violou as regras federais que, entre outras coisas, proíbem os bancos e cooperativas de crédito de cobrar qualquer taxa sobre saque a descoberto sem “consentimento afirmativo” do cliente. Sem esse tipo de consentimento, os bancos e cooperativas de crédito não podem autorizar saques a descoberto em caixas eletrônicos (ATMs) ou transações com cartão de débito, para depois cobrar a taxa.

Em outros casos, os representantes do serviço de telemarketing garantiram aos clientes que o serviço de saque a descoberto era gratuito e muitos deles demoraram a descobrir que estavam pagando centenas de dólares em taxas.

Outros representantes teriam garantido aos clientes que não pagariam qualquer taxa, se eles cobrissem o saque a descoberto dentro de cinco dias. Em outros casos, disseram aos clientes que só pagariam taxas sobre transações de emergência apenas e que compras que não fossem de emergência não seriam taxadas.

Segundo o CFPB, alguns representantes da empresa de telemarketing garantiram a clientes que só seriam cobradas taxas sobre saques a descoberto se eles não optassem (*opt-in*) pelo serviço Protetor de Contas.

Em alguns casos, os representantes pediam ao cliente autorização para lhes enviar por correio o material promocional do programa. E, obtida a autorização, lhes pediam os últimos quatro números do *Social Security* (que corresponde ao CPF, no Brasil), o que era suficiente para inscrever um cliente no programa, mesmo sem seu “consentimento afirmativo”.

A acusação do CFPB declara que, para estimular a captação de clientes para o programa, o Santander premiava a empresa de telemarketing com um pagamento maior por hora, se ela conseguisse captar um certo número de clientes em determinado período.

Ao fazer o anúncio, o CFPB pediu aos bancos que supervisionem o trabalho das empresas terceirizadas que contratam para prestar serviços de telemarketing na venda de proteção de contas em que os clientes fazem saques a descoberto. Com isso, deu a entender que o Banco Santander serviu de boi de piranha, ao receber uma punição exemplar que serviria de mensagem para todos.

Em um [relatório recente](#), o CFPB destacou que, em 2015, os bancos obtiveram receitas de US\$ 11,16 bilhões em taxas sobre saques a descoberto ou sobre cheques sem fundos. Isso representa 8% da renda líquida total dos bancos incluídos no relatório ou 5,5% dos lucros antes da tributação dos mesmos bancos (tecnicamente, receita líquida total antes da tributação e de itens extraordinários). Representa, ainda, 65,3% (ou quase dois terços) de toda a receita com taxas de contas de depósito dos clientes.

No relatório, o CFPB declara que, no momento, está examinando com mais cuidado as práticas dos bancos no que se refere a saques a descoberto e promete analisar mais profundamente os dados colhidos, para melhor monitorar e entender os programas de saque a descoberto no mercado, a fim de proteger o consumidor.

O Santander, por sua vez, lamentou que a firma de telemarketing não seguiu suas orientações, embora admita que não supervisionou suas operações como deveria. Anunciou que cancelou o contrato com a firma de telemarketing e que está implementando controles adicionais para assegurar um supervisão mais eficaz das firmas terceirizadas no futuro.

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2016-jul-15/santander-pagara-us-10-milhoes-telemarketing-enganoso/>