

Venda casada de seguro prestamista causou danos de R\$ 650 bilhões

Seria juridicamente sustentável afirmar que a totalidade dos seguros prestamistas comercializados pelos bancos no Brasil decorre de venda casada? À primeira vista, a formulação pode soar provocativa. Todavia, quando examinada à luz da arquitetura contratual e econômica que acompanha o crédito bancário, revela-se juridicamente consistente e necessária.

A indagação encontra respaldo no Tema 972 do Superior Tribunal de Justiça e revela uma realidade incômoda: a utilização sistemática do crédito bancário como canal de direcionamento da contratação de seguros, estruturada para restringir a liberdade de escolha do consumidor quanto à seguradora emissora da apólice, frequentemente vinculada ao próprio conglomerado econômico da instituição financeira.

Os bancos transformaram o balcão de crédito em linha de montagem de contratos leoninos, onde o consumidor vulnerável assina pacotes fechados sem compreender que está sendo compelido a adquirir produtos que deveria ter liberdade de recusar ou buscar em condições melhores.

Esse movimento está ligado ao *bancassurance*, por meio do qual instituições financeiras passaram a atuar integradas à comercialização de produtos securitários de seguradoras pertencentes ao mesmo conglomerado. O problema jurídico surge quando essa integração vertical transforma o seguro em condição econômica implícita da contratação, resultando em fechamento de mercado e supressão da concorrência.

Estima-se que os danos causados aos consumidores brasileiros ultrapassem R\$ 650 bilhões apenas nos últimos dez anos, montante que representa perda concreta de renda e comprometimento do poder de consumo de milhões de famílias.

Trata-se de venda casada expressamente vedada pelo artigo 39, I, do CDC e pela Lei 12.529/2011 (art. 36, §3º, XVIII), demonstrando que a prática ofende não apenas o consumidor individual, mas a própria ordem econômica.

O mercado financeiro desenvolveu uma versão sofisticada: a “venda casada 2.0” ou “venda casada qualificada”, pela qual a instituição financeira determina unilateralmente qual seguradora emitirá a apólice, suprimindo a liberdade de escolha. Esse direcionamento, em favor de seguradora integrante do mesmo conglomerado, impede o consumidor de buscar condições mais vantajosas e converte o balcão de crédito em monopólio de fato.



Freepik

Spacca

Relevante pontuar que essa prática já é objeto de normas específicas: Resolução nº 3.811/2009 do Banco Central (seguro habitacional), Lei nº 13.195/2015 (seguro rural) e o Tema 972 do STJ (2018). Destacamos que o CDC veda a venda casada desde 1990, e há mais de 17 anos existem normas específicas que os bancos não se constringem em violar — consequência direta da ilicitude lucrativa.

Venda casada no ordenamento jurídico e sua aplicação ao seguro prestamista

O artigo 39, I, do CDC veda “condicionar o fornecimento de produto ou serviço ao fornecimento de outro”. Essa clareza reflete opção política de proteger a liberdade de escolha do consumidor, reconhecendo que a vulnerabilidade manifesta-se através da supressão da autonomia decisória.

A vedação encontra reforço na Lei 12.529/2011, que tipifica como infração à ordem econômica “subordinar a venda de um bem à aquisição de outro”. Como afirma Roberto Pfeiffer, a venda casada praticada por empresa com poder de mercado “atenta tanto contra o consumidor como contra a concorrência” (Pfeiffer, 2015, p. 236).

A configuração pressupõe dois elementos: condicionamento entre produtos e ausência de liberdade real de escolha do consumidor, que não se afere pela declaração formal de facultatividade, mas pelas condições concretas de contratação.

No seguro prestamista, a ilicitude reconhecida pelo STJ no Tema 972 reside no fato de que, ainda que o consumidor opte pelo seguro, o banco determina unilateralmente a seguradora, eliminando a concorrência efetiva. Karl Larenz ensina que o exercício da liberdade de contratar repassa também sobre com quem fazê-lo.

Os contratos invariavelmente contêm cláusulas afirmando que a contratação é “facultativa”. Essas declarações não correspondem à realidade. Consumidores relatam que ao questionarem recebem informações desencorajadoras: que a análise será mais demorada, que as condições poderão ser alteradas, ou que o banco “não trabalha” com outras seguradoras. Essas técnicas revelam consciência da ilegalidade e intenção deliberada de contorná-la através de simulação de facultatividade.

Tema 972 do STJ

O Tema 972, julgado em 12/12/2018 (REsp 1.639.320/SP), fixou que “nos contratos bancários em geral, o consumidor não pode ser compelido a contratar seguro com a instituição financeira ou com seguradora por ela indicada”.

A *ratio decidendi* assenta-se na distinção entre a suficiência da garantia e a identidade do garantidor. O interesse legítimo da instituição financeira encontra-se atendido por qualquer seguro idôneo. A identidade da seguradora é juridicamente irrelevante, razão pela qual sua imposição carece de justificativa.

O STJ reconheceu que compete à instituição financeira demonstrar que a contratação decorreu de escolha livre, afastando a presunção de licitude fundada na redação contratual. Exigir do consumidor a prova de práticas internas equivaleria a inviabilizar a tutela jurisdicional.

Não obstante a robustez da tese, o julgamento revelou limites: não definiu parâmetros operacionais para assegurar a efetividade da liberdade reconhecida. As instituições financeiras ajustaram a forma sem alterar a substância, mantendo fluxos que inviabilizam, na prática, a recusa ou contratação com seguradoras externas.

Bancassurance: modelo de negócio e desvios estruturais

No Brasil, o *bancassurance* degenerou-se quando conglomerados financeiros reuniram bancos e seguradoras sob controle comum, transformando integração legítima em mecanismo de captura de mercado. Enquanto no modelo europeu o banco distribui produtos de várias seguradoras, no Brasil o banco impõe seguros de companhias do próprio grupo, eliminando



qualquer intermediação genuína.

Dados da Superintendência de Seguros Privados (Susep) mostram que entre 2024-2025 o segmento arrecadou R\$ 19,9 bilhões em prêmios, pagando apenas R\$ 3,57 bilhões em sinistros — menos de um quinto retorna aos consumidores. Essa margem concentra-se nas cinco maiores seguradoras (50-55% do mercado): Brasilseg, Cardif, Itaú Seguros, Zurich Santander e Bradesco, todas integradas a conglomerados financeiros.

A verticalização cria conflito de interesses: funcionários têm metas vinculadas à colocação de seguros do conglomerado. Os bancos recebem comissões que chegam a 87% do valor do prêmio. A título exemplificativo, na tabela do Santander, o produto Prestamista Cartões destina 76,59% do prêmio ao estipulante financeiro.

Percentuais dessa magnitude evidenciam que o produto passou a desempenhar papel central na rentabilidade da operação de crédito, revelando estratégia de alavancagem do poder de mercado mediante fechamento de mercado.

PPI *Scandal* no Reino Unido

O *Payment Protection Insurance* no Reino Unido foi vendido de forma concomitante ao crédito, frequentemente sem conhecimento adequado do consumidor, caracterizando *mis-selling* estrutural que se aproxima da venda casada qualificada brasileira.

A resposta institucional britânica foi ampla: entre 2011 e 2019, os bancos desembolsaram mais de £38 bilhões em indenizações, conforme dados da FCA. Trata-se de um dos maiores processos de reparação consumerista já registrados.

As lições são múltiplas: necessidade de respostas institucionais coordenadas; evidência de que práticas abusivas geram passivos substanciais com impacto macroeconômico; e demonstração de que reparação em escala é possível sem destruir o funcionamento do setor.

Quantificação dos danos no Brasil

O volume anual de prêmios situa-se na ordem de R\$ 30 bilhões. Na última década, o montante global supera R\$ 300 bilhões. Considerando a repetição do indébito em dobro (CDC, artigo 42, parágrafo único), elevaria-se para R\$ 600 bilhões, sem computar danos morais coletivos, permitindo situar o passivo potencial em R\$ 650 bilhões.

Essa característica evidencia a insuficiência da tutela individual. A exigência de ações caso a caso converte a ilegalidade em estratégia racional, pois o ganho supera o risco de responsabilização.

Considerações finais

A venda casada do seguro prestamista revela-se fenômeno estrutural sustentado por arranjos econômicos que neutralizam a liberdade de escolha. O Tema 972 representou avanço ao deslocar o foco para a efetividade concreta da liberdade, mas não alterou substancialmente a dinâmica de mercado.

A comparação com o PPI britânico evidencia que práticas abusivas toleradas convertem-se em passivos extraordinários cuja reparação é inevitável. No Brasil, a dimensão econômica do prejuízo acumulado indica que a manutenção do *status quo* é apenas o adiamento de ajuste inevitável.

A superação exige abordagem estrutural: recomposição de danos difusos através de ações coletivas, restauração da concorrência e alinhamento aos princípios constitucionais. Trata-se de redefinir os limites legítimos da atuação econômica, assegurando que o crédito deixe de ser instrumento de imposição e passe a operar como mecanismo de inclusão compatível com a legalidade e a dignidade do consumidor.

Referências

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp 1.639.320/SP. Tema 972/STJ. Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino, 12/12/2018.



FINANCIAL CONDUCT AUTHORITY. *Monthly PPI refunds and compensation*. Londres, 2019.

LARENZ, Karl. *Derecho de obligaciones*. Madrid: Revista de Derecho Privado, 1959, t. 1, p. 66.

PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. *Defesa da concorrência e bem-estar do consumidor*. São Paulo: RT, 2015.

SUSEP. *Painel SUSEP: estatísticas de mercado*. Disponível em: <https://www.gov.br/susep>.

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2026-jan-31/venda-casada-de-seguro-prestamista-o-tema-972-e-os-r-650-bi-em-danos-causados-pelos-bancos/>