



Associação Brasileira de Comércio Eletrônico

Associação Brasileira de Comércio Eletrônico

# **CHARGEBACK NO E-COMMERCE**

## Sobre a ABCOMM

*“Temos o orgulho de ser uma associação livre, honesta e independente e que jamais se envolveu com partidos políticos, angariou recursos do Governo, ou qualquer ilicitude.”*

Mauricio Salvador  
Presidente

- Entidade sem fins lucrativos, apartidária, mantida exclusivamente por mantenedores e associados;
- Representa a voz ativa do setor de e-commerce (varejistas e fornecedores do mercado);
- Reconhecida pelo Supremo Tribunal Federal como representativa do setor de e-commerce;
- Espaço para que empresários discutam as necessidades, desafios e caminhos do mercado digital brasileiro;
- 9.000 empresas associadas em todo o Brasil, sendo 80% de varejistas e 20% de fornecedores de serviços.



## Diretorias Regionais



## COMITÊS TEMÁTICOS

- Conselho Administrativo
- Comitê de Crimes eletrônicos
- Comitê de Tecnologia
- Comitê de Pirataria de Produtos
- Comitê de Empreendedorismo
- Comitê Jurídica
- Comitê de Marketing Digital
- Comitê de Marketplaces
- Comitê de Meios de Pagamento
- Comitê de Pesquisa e Inteligência
- Comitê de Políticas Públicas
- Comitê de Relações Internacionais
- Comitê de Logística e Operações



# DESTAQUES



MINISTÉRIO DA  
ECONOMIA



- Fórum ABComm: 15 cidades em 2019 e com mais de 20.000 pessoas
- Membro do Fórum de Competitividade do Varejo – FCV pelo Ministério da Economia – Portaria nº 12.120/2019
- Única Associação Latino Americana a integrar o *Global Ecommerce Association – E-commerce Foundation*
- Representamos o Brasil na China, Grécia e EUA
- Participação do BRIC no *Federation of International Retail Associations (FIRA)* em Nova York
- Delegação brasileira para a NRF 2019 em Nova York
- Participação no *eCommerce Week* da ONU – na Suíça
- Cartilhas para o e-commerce



# DESTAQUES



SENADO  
FEDERAL



- Brecamos o aumento abusivo dos preços de frete dos Correios;
- Representação no STF contra o diferencial de alíquota do ICMS (DIFAL);
- Liberação da circulação de caminhões (RJ) no pós greve do caminhoneiros;
- Projeto de Lei Complementar do **OMNICHANNEL e DIFAL**.
- Audiência Pública no Senado Federal – PEC nº 110/2019



Autor: Dep. Enrico Masasi (PV-SP)



Relator CFT: Dep. Paulo Ganime (NOVO-RJ)



Dep. Jerônimo Gorgen



**PEC nº 110/2019**, que pretende alterar o Sistema Tributário Nacional, em Audiência Pública promovida pelo **Senado Federal**





# Eventos



# REDES SOCIAIS E CONTATO



[www.abcomm.org](http://www.abcomm.org)



ABComm - Associação Brasileira  
de Comércio Eletrônico



[facebook.com/abcomm](https://facebook.com/abcomm)



@abcommoficial



ABComm Brasil  
(+50 vídeos com dicas e orientações)



Luiz Fernando Gomes



[luiz.gomes@abcomm.com.br](mailto:luiz.gomes@abcomm.com.br)

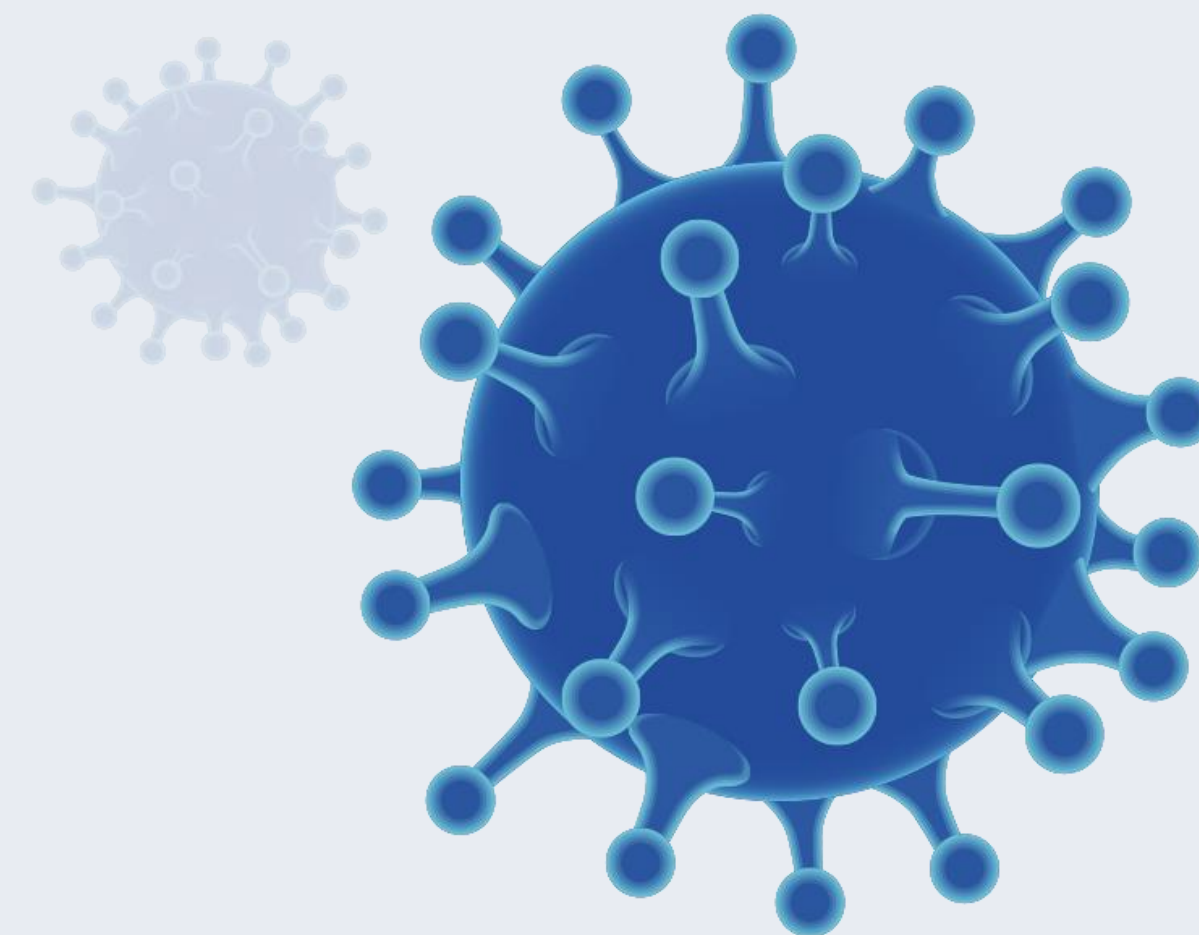


(11) 97531-0017





# DADOS DO E-COMMERCE NO BRASIL ANTES E APÓS A PANDEMIA

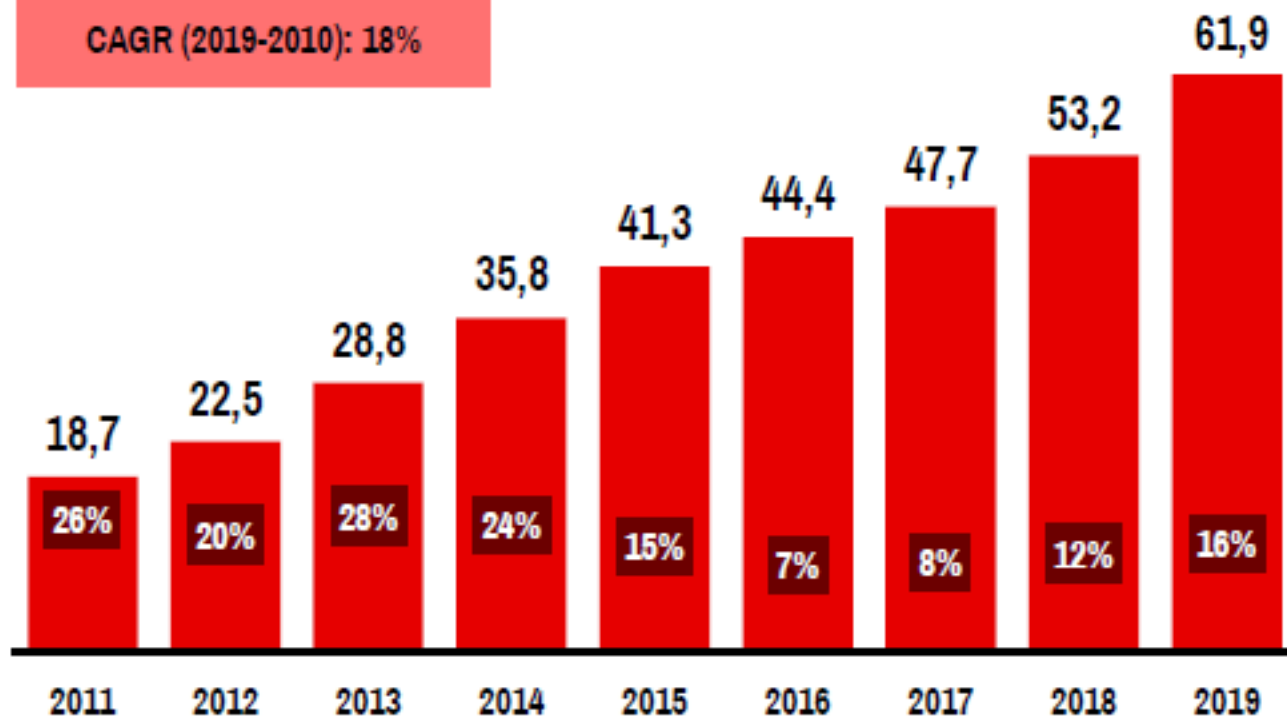




# VENDas DO E-COMMERCE

■ VENDAS EM BILHÕES DE R\$ ■ VARIAÇÃO VS ANO ANTERIOR

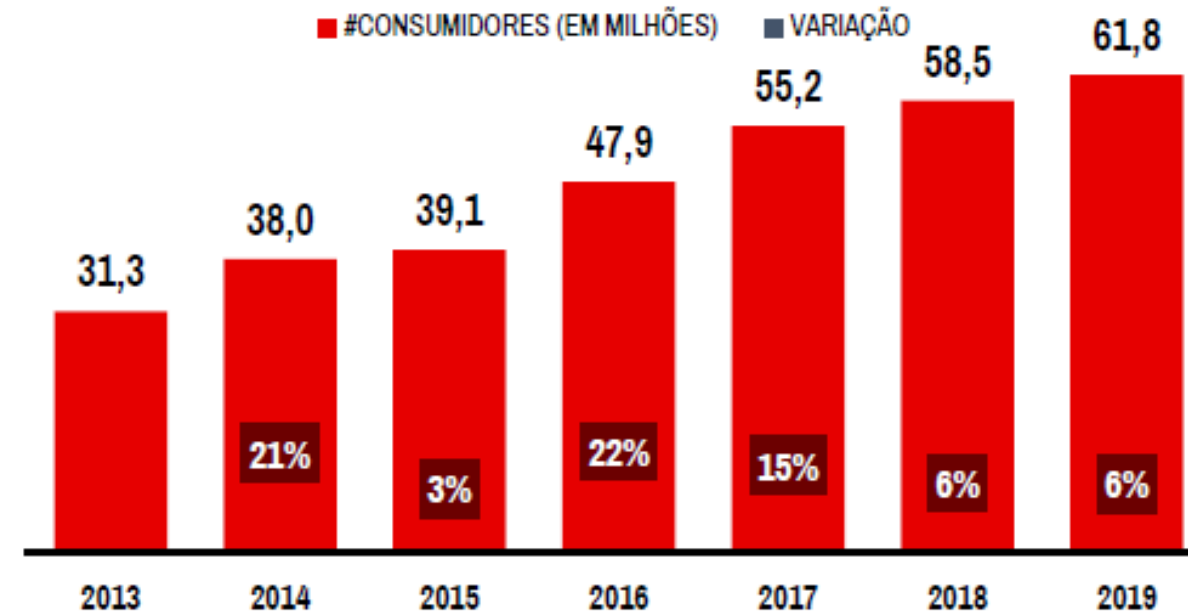
CAGR (2019-2010): 18%



Fonte: Ebit | Nielsen Webshoppers 41

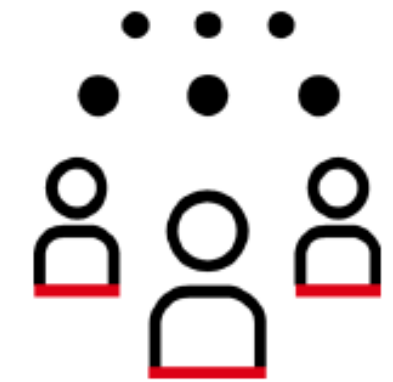


## QUANTIDADE DE CONSUMIDORES DO E-COMMERCE



Fonte: Ebit | Nielsen Webshoppers 41

Em 2019 fechado, tivemos **10,7 MILHÕES DE NOVOS CONSUMIDORES** online, o que representa 17% dos consumidores do ano

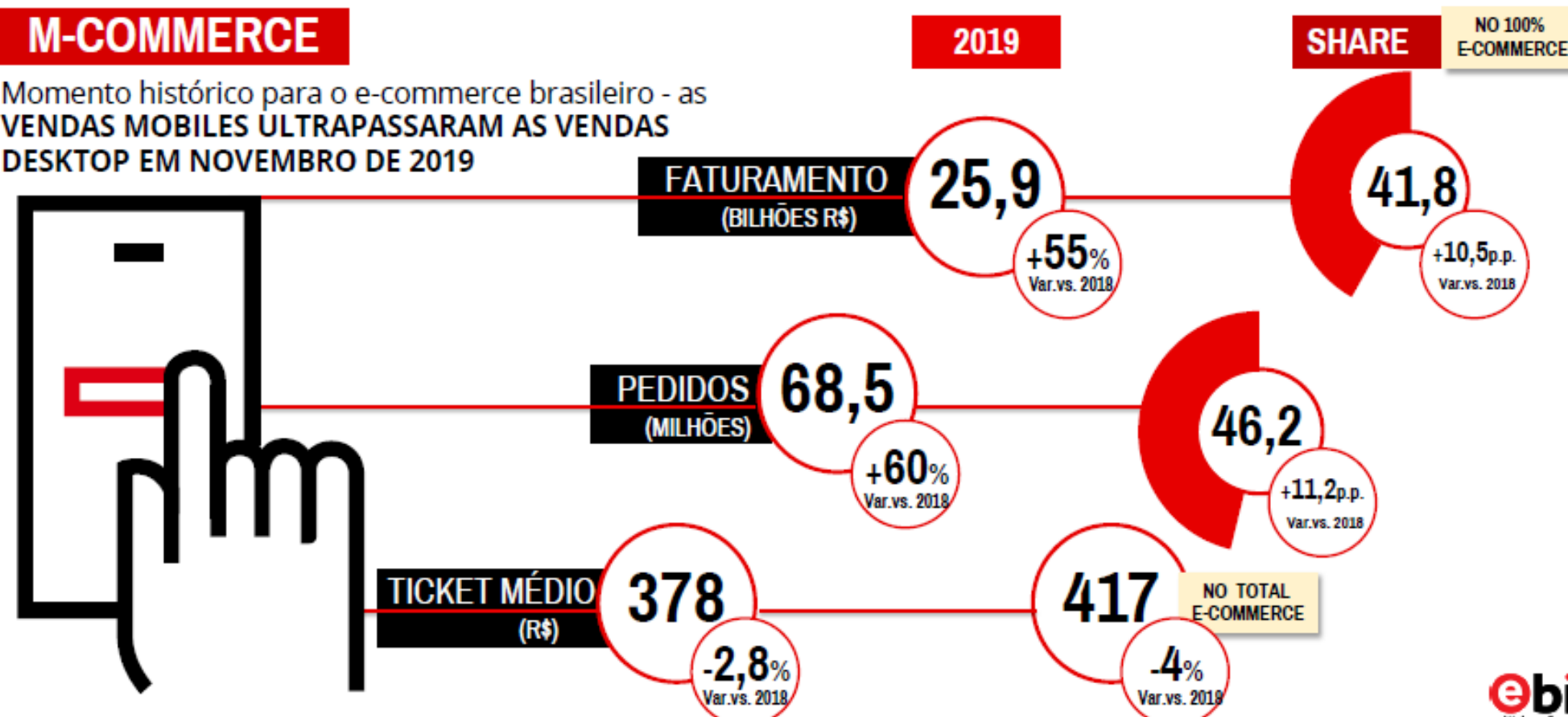


Novos consumidores apresentam um **CRESCIMENTO DE 9%** com relação ao anterior



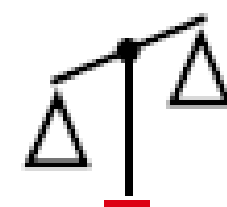
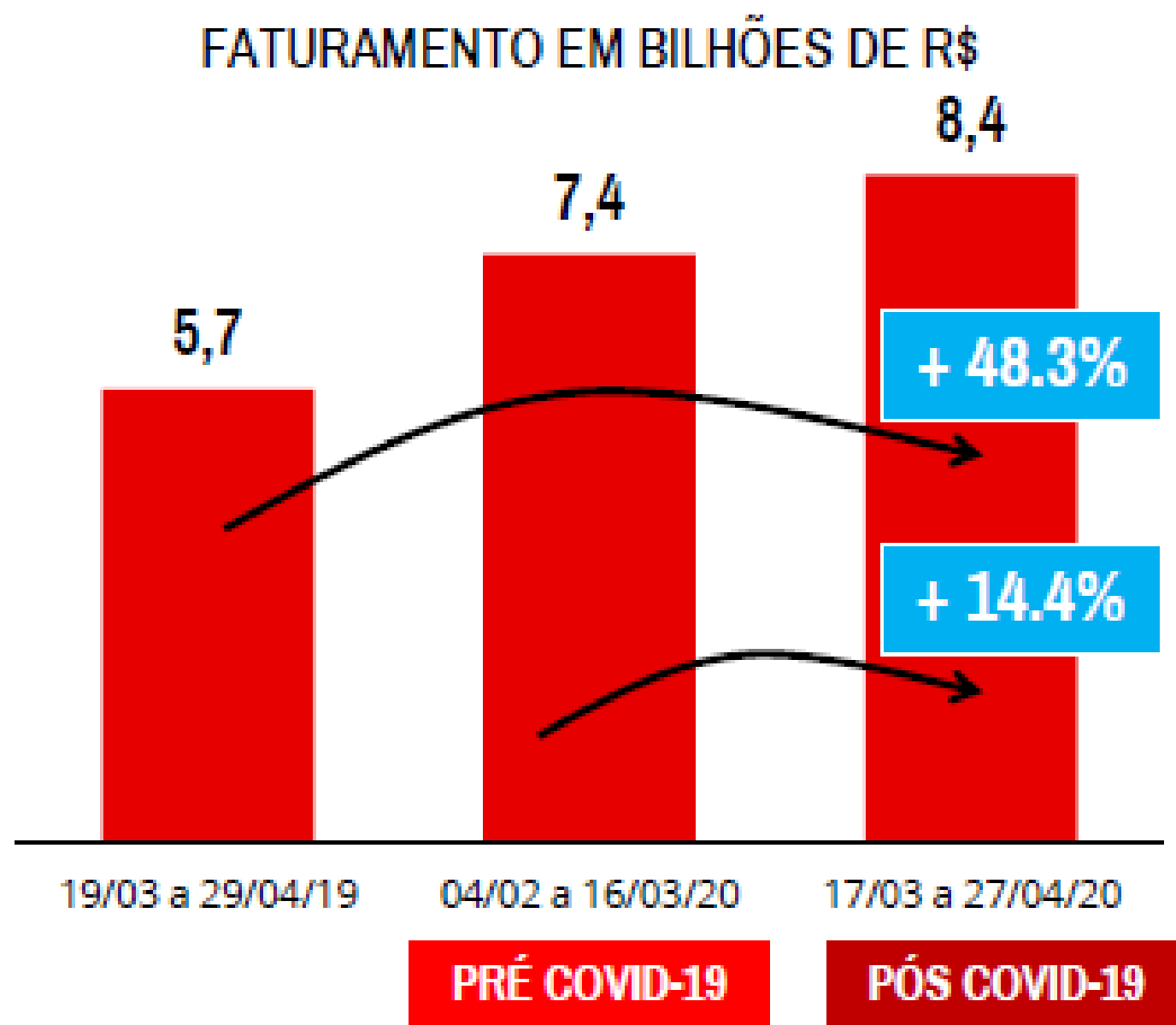
## M-COMMERCE

Momento histórico para o e-commerce brasileiro - as **VENDAS MOBILES ULTRAPASSARAM AS VENDAS DESKTOP EM NOVEMBRO DE 2019**

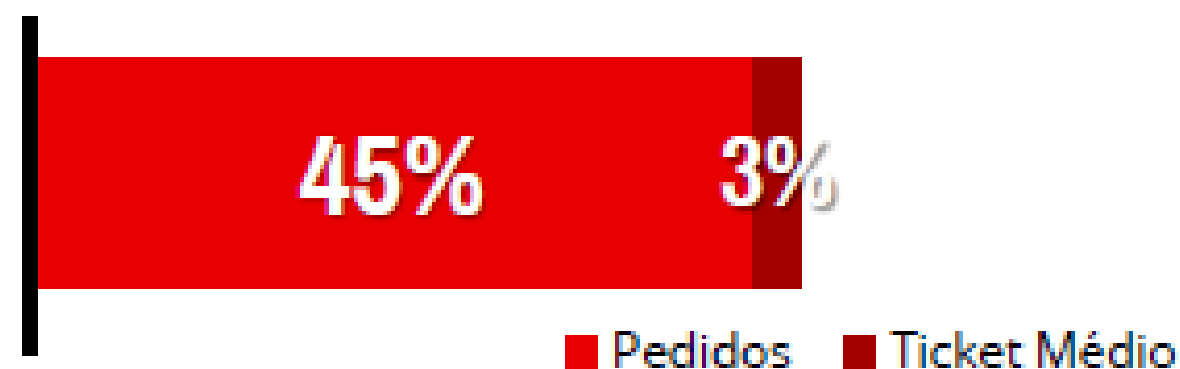


Fonte: Ebit | Nielsen Webshoppers 41





CONTRIBUIÇÃO % PARA O CRESCIMENTO DO FATURAMENTO 20 VS. 19



As **TOP 4** categorias que impulsionaram o faturamento, se comparado com 2019, foram **Eletrônicos, Casa&Decoração, Informática e FMCG**

Destaque para categorias de Páscoa, com **crescimento de +1.090%** em faturamento em função do aumento de quantidade de pedidos (Páscoa 20 x 19)

Fonte: Ebit | Nielsen Webshoppers 41





# Impacto do Coronavírus nas Vendas Online

Neste estudo é possível observar ainda um impacto positivo nas vendas do e-commerce brasileiro

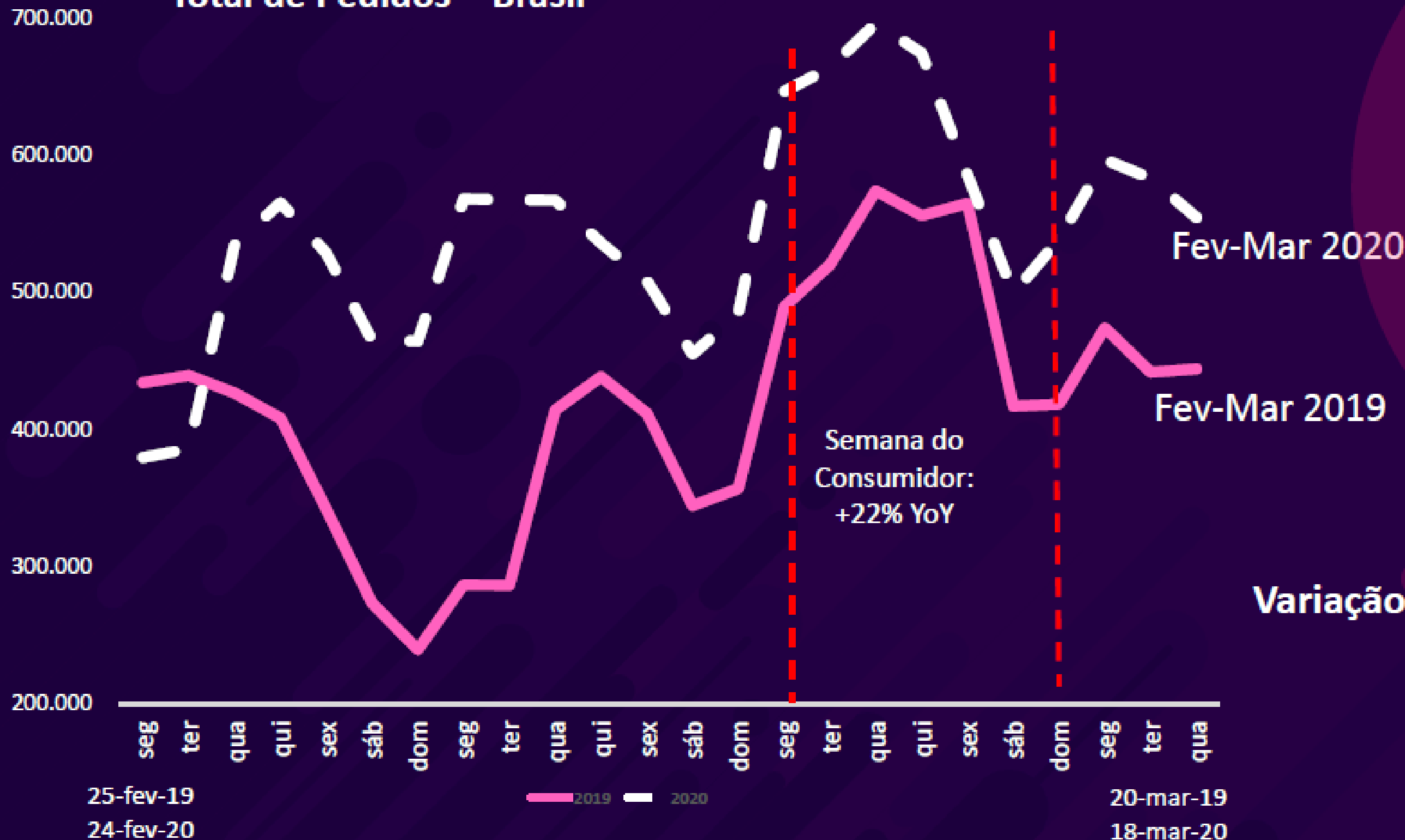
## CONSTATAÇÕES

Semana do Consumidor (09 a 15 março):  
Crescimento de 22% em pedidos com base no mesmo período do ano anterior;

YoY Fevereiro (mês fechado): +26%  
YoY Março (1 a 15): +40%

Forecast para mês de março/20, antes do coronavírus, + 32,3% (YoY).

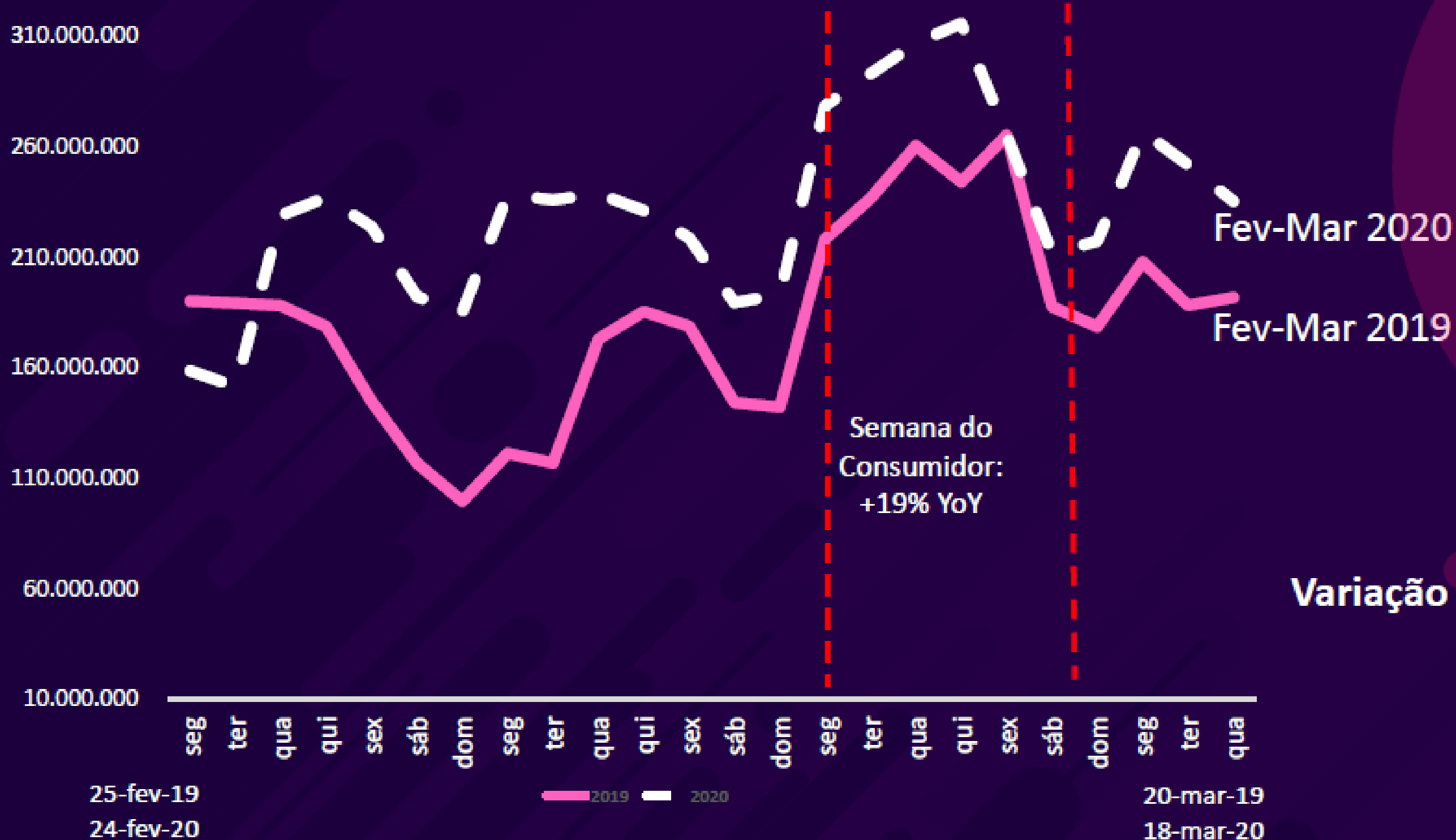
### Total de Pedidos - Brasil



# Impacto do Coronavírus no Faturamento Online

Em relação ao faturamento do E-Commerce brasileiro, o cenário também continua positivo...

## Total do Faturamento (R\$) - Brasil



## CONSTATAÇÕES

Semana do Consumidor (09 a 15 março):  
+19% no faturamento ante o mesmo período do ano anterior;

YoY Fevereiro (mês fechado): +22%  
YoY Março (1 a 15): +37%

Forecast para mês de março/20, antes do coronavírus, + 32,0% (YoY).

**Variação Pedidos - 2020 x 2019:**  
**+28,0%**

25-fev-19  
24-fev-20

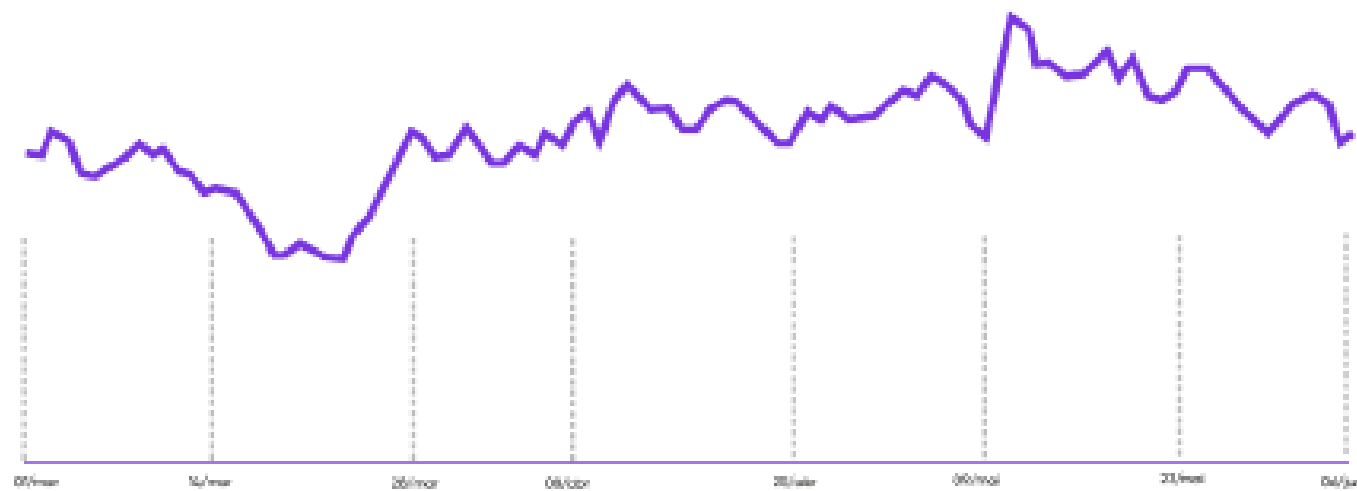
2019 2020

20-mar-19  
18-mar-20



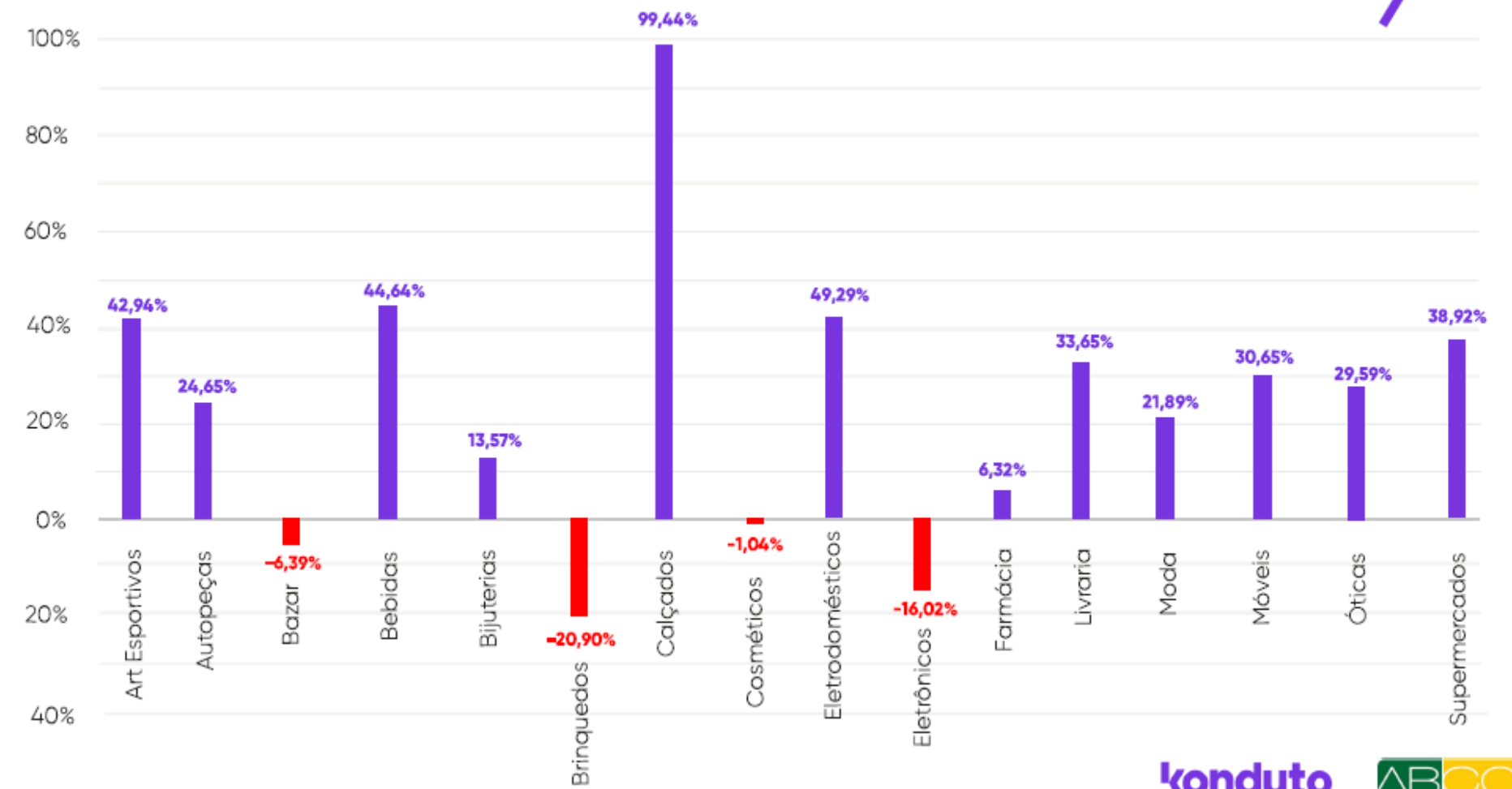
Quinzena	Média de pedidos/dia (variação)	Ticket Médio	Variação de ticket médio
1-14 de março	-	R\$ 417,82	-
15-28 de março	-19,24%	R\$ 440,54	5,44%
29-8 de abril	28,83%	R\$ 441,04	0,11%
9-25 de abril	14,26%	R\$492,43	10,44%
26-9 de maio	-2,68%	R\$453,05	-8,00%
10-23 de maio	9,10%	R\$535,60	15,41%
24-6 de junho	-7,91%	R\$499,74	-7,18%

Quantidade de pedidos/dia



konduto

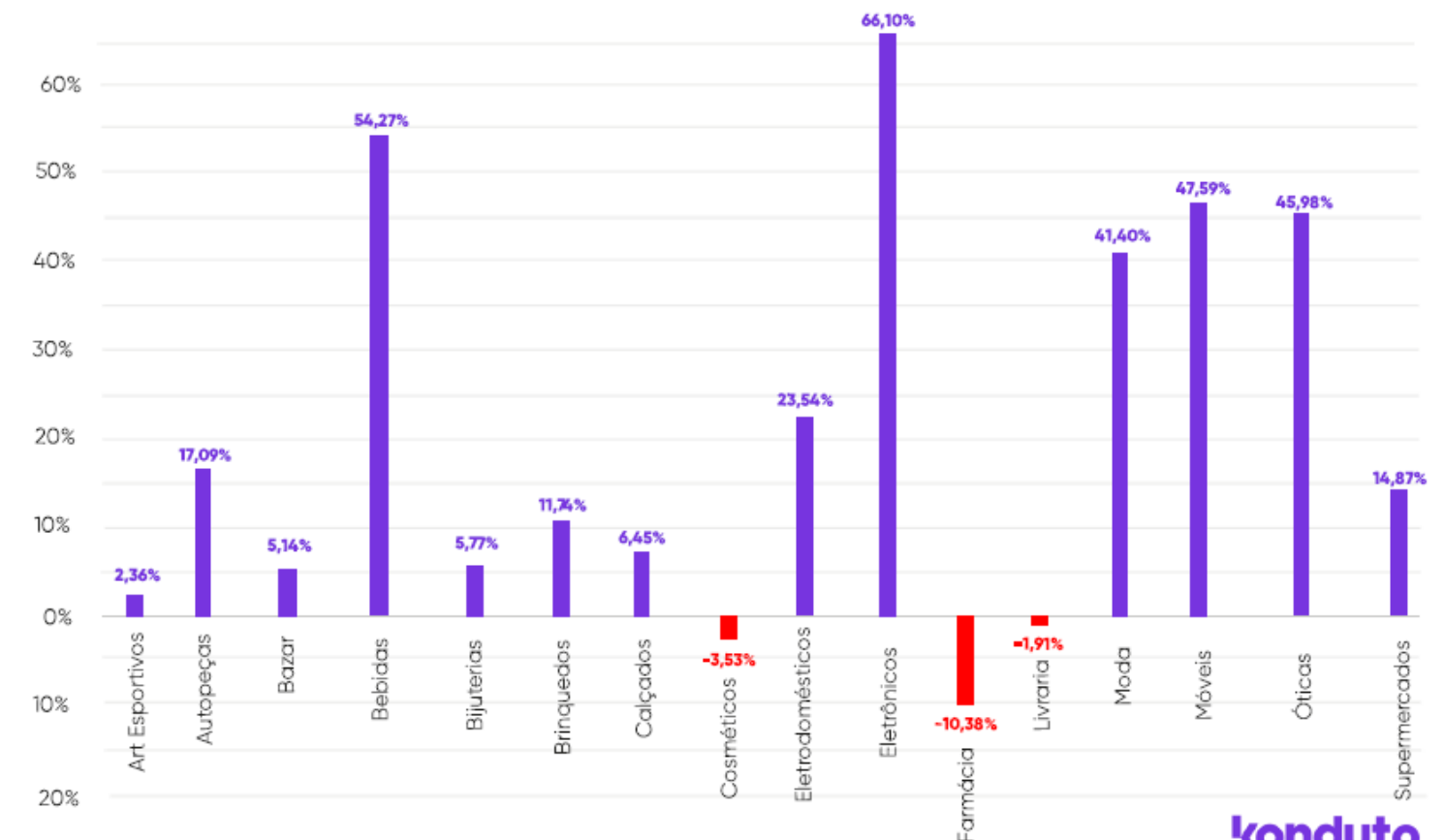
ABCOMM  
associação brasileira de comércio eletrônico



Fonte: Dados Konduto | De 01/03/2020 a 06/06/2020

konduto

ABCOMM  
associação brasileira de comércio eletrônico



Fonte: Dados Konduto | De 01/03/2020 a 06/06/2020

konduto

ABCOMM  
associação brasileira de comércio eletrônico



# CHARGEBACK NO E-COMMERCE



20 anos...

Workshop  
**NEOBANKS**  
Fintechs & Instituições Financeiras Digitais

18 e 19 de Agosto (09h00 às 18h00)  
New Empire of Business (São Paulo - SP)



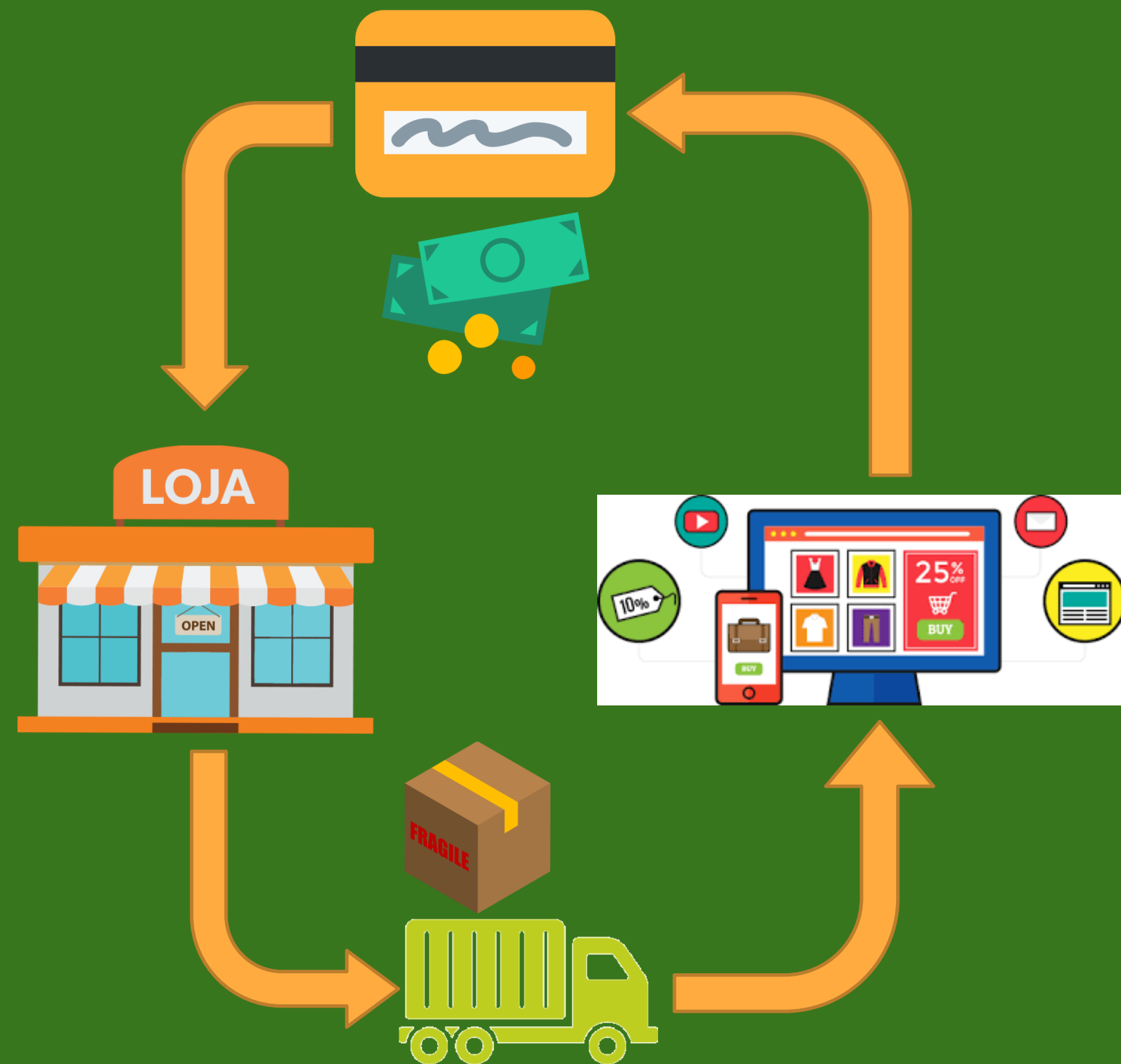


## O que é chargeback?

**Chargeback** é o cancelamento de uma venda feita via cartão de crédito ou débito. Ele pode acontecer em até 180 dias após a conversão ou até a última prestação, caso a compra tenha sido parcelada.

Em geral, o pedido de anulação sucede quando o titular do cartão desconhece a operação ou quando a transação desobedece às normas previstas nos termos das administradoras de cartão. Se comprovada a irregularidade, o valor é integralmente estornado ao cliente.

Tal suspensão tem como principal objetivo proporcionar mais segurança em processos financeiros, especialmente para o consumidor, que pode sofrer, por exemplo, estelionato virtual (roubo de dados pessoais e bancários).



## Quais são as diferenças entre chargeback, estorno e reembolso?

**Chargeback** é o pedido de cancelamento de uma venda.

**Estorno** é a devolução de crédito ao cliente. Ele pode ou não decorrer do processo de chargeback, afinal, o lojista tem a chance de provar que a jornada de compra ocorreu corretamente, desde o checkout à entrega do produto.

**Reembolso** ocorre quando o próprio lojista devolve o dinheiro ao consumidor. Normalmente, o desenrolar tem um tom mais amigável e sucede questões menos burocráticas, como o retorno de produtos com defeito, por exemplo.

## Quais são as causas do chargeback?

- Fraude amigável (quando o cliente faz uma compra, mas depois se esquece dela e pede sua anulação);
- Fraude efetiva (quando há ataque cibernético, como o estelionato virtual);
- Auto-fraude (quando o consumidor, agindo de má-fé, recebe o produto e solicita o cancelamento da cobrança);
- Desacordo comercial (quando a encomenda não é entregue ou é concluída com atrasos e avarias);
- Divergência de valor (quando se cobra uma quantia diferente — e mais cara — do que a que foi aprovada pelo cliente no checkout);
- Erro de processamento do banco (quando ocorre duplicidade de pagamento, por exemplo).

Fonte: Nuvem Shop



## **Dicas para o estabelecimento vender de forma segura pela Internet.**

**Realize ações preventivas:** a checagem interna pode auxiliar na prevenção a Fraudes\*\*

**Conferência de CPF:** verifique se o CPF cadastrado na compra confere com o nome do cliente.

**E-mail:** fraudadores normalmente utilizam provedores de e-mail gratuitos pela facilidade de criarem e-mails falsos para utilizarem na compra.

**UF/CEP de entrega:** pesquisa e análise para entregas em áreas de risco. Pedidos diferentes para entrega no mesmo endereço. Na entrega, solicite documentos e compare com os dados fornecidos no momento da compra.

**Registro de compras:** analise se o cliente tem muitas compras sucessivas em curto período de tempo.

**Pedidos urgentes:** normalmente os fraudadores têm pressa em receber o produto adquirido.

**Forma de pagamento:** mesmo cliente com várias compras utilizando cartões de créditos diferentes. Não mostra preocupação com o valor.

**Busca Google:** Em compras duvidosas procure por informações e registros online. Confira os dados para validação.

**Histórico do cliente:** Mantenha um banco de dados, informações e registros de compra e forma de pagamento dos clientes. Armazene não apenas compras realizadas e pagamentos efetivados, mas também transações não efetivadas e, principalmente, porque motivo. É importante armazenar os dados dos clientes que efetuaram fraudes – nome, CPF, endereço, cep, e-mail.

**Crie e utilize “Blacklist”:** Essas informações auxiliam na construção do perfil fraudador e servem de alerta para outros pedidos, realizados com os mesmos dados.

**Treine seus colaboradores:** auxilia a identificar atitudes suspeitas e avaliar os riscos e decidir se a transação é segura antes de efetivá-la.

Fonte: Cielo





# CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR



## DEFEITO DO PRODUTO

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de **trinta dias**, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.



# CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR



## CHARGEBACK

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

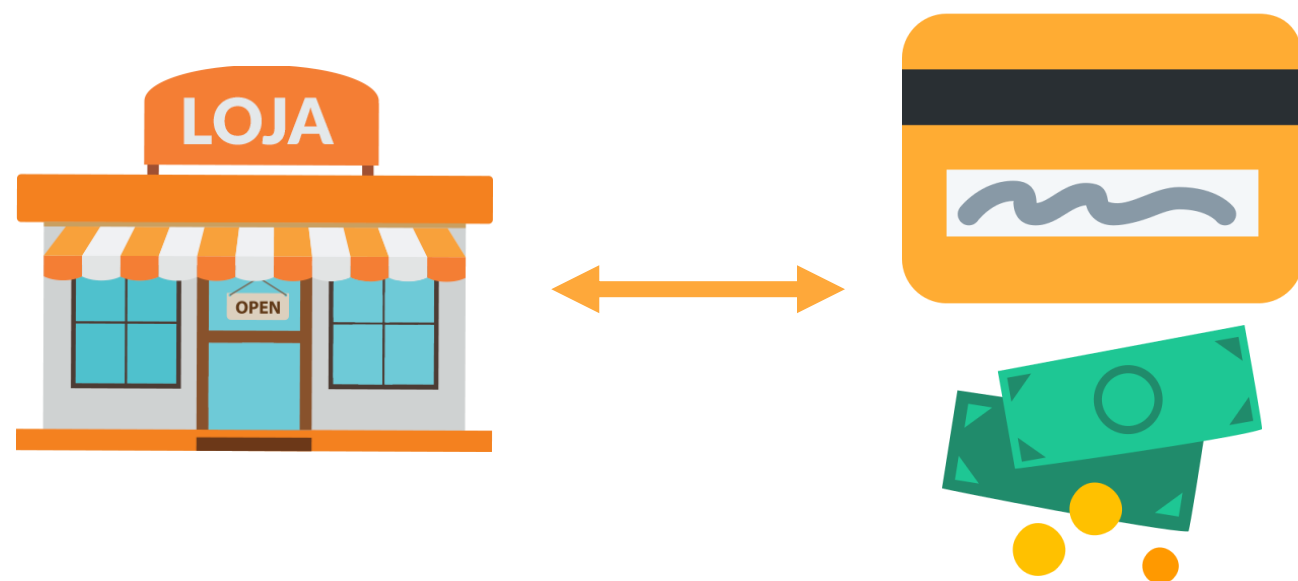
Parágrafo único. O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.

## REEMBOLSO

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

# CÓDIGO CIVIL E LEI DE LIBERDADE ECONOMICA (Lei nº 13.874/2019)



Art. 113. Os negócios jurídicos devem ser interpretados conforme a boa-fé e os usos do lugar de sua celebração.

§ 1º A interpretação do negócio jurídico deve lhe atribuir o sentido que: (Incluído pela Lei nº 13.874, de 2019)

I - for confirmado pelo comportamento das partes posterior à celebração do negócio; (Incluído pela Lei nº 13.874, de 2019)

II - corresponder aos usos, costumes e práticas do mercado relativas ao tipo de negócio; (Incluído pela Lei nº 13.874, de 2019)

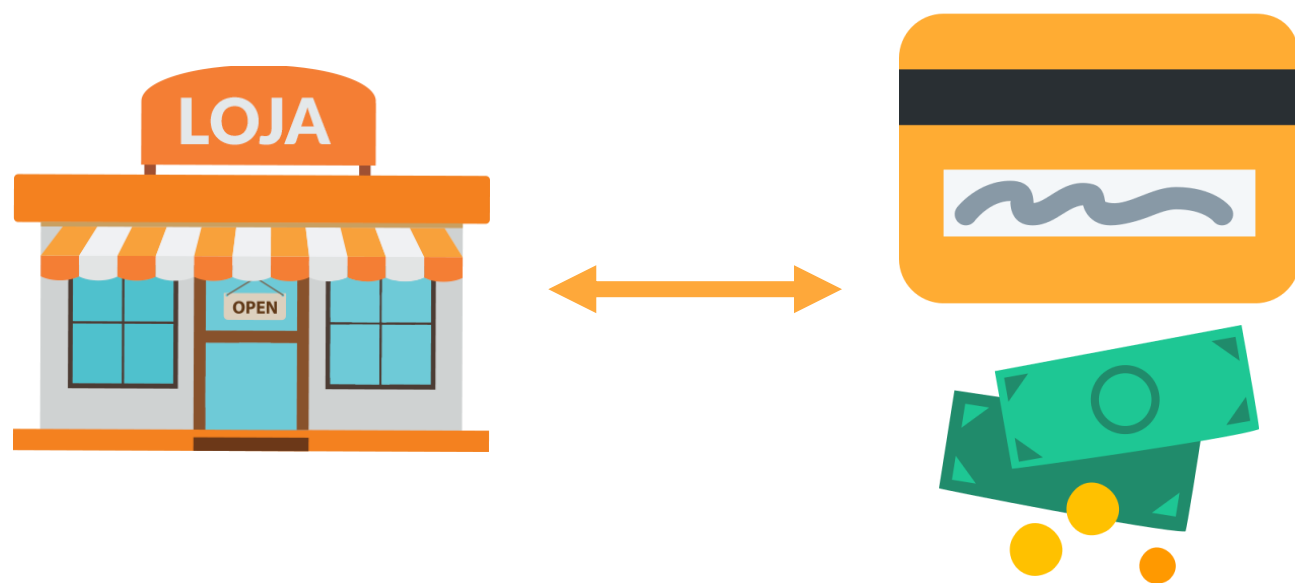
III - corresponder à boa-fé; (Incluído pela Lei nº 13.874, de 2019)

IV - for mais benéfico à parte que não redigiu o dispositivo, se identificável; e (Incluído pela Lei nº 13.874, de 2019)

V - corresponder a qual seria a razoável negociação das partes sobre a questão discutida, inferida das demais disposições do negócio e da racionalidade econômica das partes, consideradas as informações disponíveis no momento de sua celebração. (Incluído pela Lei nº 13.874, de 2019)



# CÓDIGO CIVIL E LEI DE LIBERDADE ECONOMICA (Lei nº 13.874/2019)



§ 2º As partes poderão livremente pactuar regras de interpretação, de preenchimento de lacunas e de integração dos negócios jurídicos diversas daquelas previstas em lei. (Incluído pela Lei nº 13.874, de 2019)

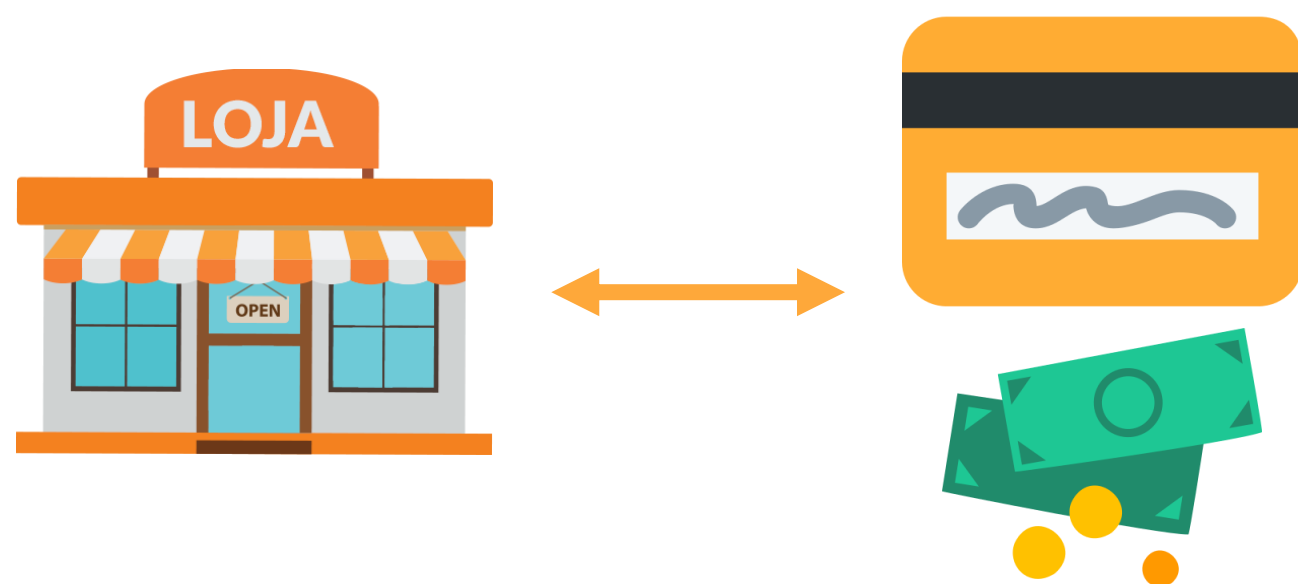
Art. 114. Os negócios jurídicos benéficos e a renúncia interpretam-se estritamente.

Art. 122. São lícitas, em geral, todas as condições não contrárias à lei, à ordem pública ou aos bons costumes; entre as condições defesas se incluem as que privarem de todo efeito o negócio jurídico, ou o sujeitarem ao puro arbítrio de uma das partes.

Art. 123. Invalidam os negócios jurídicos que lhes são subordinados:

- I - as condições física ou juridicamente impossíveis, quando suspensivas;
- II - as condições ilícitas, ou de fazer coisa ilícita;
- III - as condições incompreensíveis ou contraditórias.

# CÓDIGO CIVIL E LEI DE LIBERDADE ECONOMICA (Lei nº 13.874/2019)



Art. 421. A liberdade contratual será exercida nos limites da função social do contrato.

Parágrafo único. Nas relações contratuais privadas, prevalecerão o princípio da intervenção mínima e a excepcionalidade da revisão contratual.

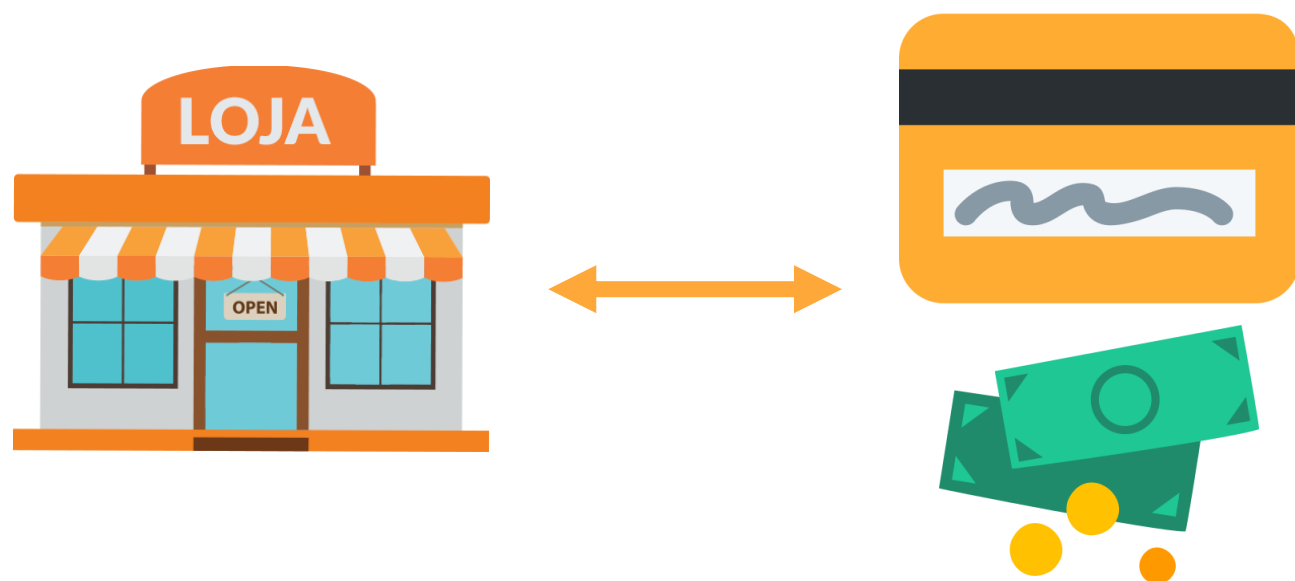
Art. 421-A. Os contratos civis e empresariais presumem-se paritários e simétricos até a presença de elementos concretos que justifiquem o afastamento dessa presunção, ressalvados os regimes jurídicos previstos em leis especiais, garantido também que:

I - as partes negociantes poderão estabelecer parâmetros objetivos para a interpretação das cláusulas negociais e de seus pressupostos de revisão ou de resolução;

II - a alocação de riscos definida pelas partes deve ser respeitada e observada; e

III - a revisão contratual somente ocorrerá de maneira excepcional e limitada.

# CÓDIGO CIVIL E LEI DE LIBERDADE ECONOMICA (Lei nº 13.874/2019)



Art. 422. Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé.

Art. 423. Quando houver no contrato de adesão cláusulas ambíguas ou contraditórias, **dever-se-á adotar a interpretação mais favorável ao aderente.**

Art. 424. Nos contratos de adesão, **são nulas as cláusulas que estipulem a renúncia antecipada do aderente a direito resultante da natureza do negócio.**

Art. 425. É lícito às partes estipular contratos atípicos, observadas as normas gerais fixadas neste Código.

Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.

Parágrafo único. **Haverá obrigação de reparar o dano, independentemente de culpa, nos casos especificados em lei, ou quando a atividade normalmente desenvolvida pelo autor do dano implicar, por sua natureza, risco para os direitos de outrem.**



# DE QUEM É A RESPONSABILIDADE DO CHAGERBACK?



## DO E-COMMERCE?



## DO MEIO DE PAGAMENTO?



### AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 1.343.957 – SP (REDECARD)

*PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS Venda efetuada pela loja virtual com pagamento via cartão de crédito Compra que não foi reconhecida pelos portadores dos cartões de crédito Notas fiscais que indicam destinatário diverso do portador do cartão de crédito - Operação de "chargeback" - Cláusula contratual que permite o cancelamento da operação, sem o repasse dos valores Sentença reformada Recurso provido.(e-STJ fl. 191)*

.....

*23.1. Desta forma, a TRANSAÇÃO, mesmo após ser autorizada e processada, poderá ser cancelada pela REDECARD, a qualquer tempo, se for constatada a ocorrência de irregularidades e/ou de circunstâncias que caracterizem indícios ou suspeita de fraudes".*

*No caso sub judice, os documentos juntados pelo apelado/autor indicam o destinatário da mercadoria (fls. 32/40), em ambas as vendas, localizava-se no município de Santana, no estado do AP.*

*Todavia, os portadores dos cartões de crédito utilizados na compra não reconheceram os débitos efetuados, conforme documentos de fls. 82/83, o que acarretou no cancelamento da operação e não pagamento dos valores.*



# DE QUEM É A RESPONSABILIDADE DO CHAGERBACK?



## DO E-COMMERCE?



## DO MEIO DE PAGAMENTO?



### AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 1.358.710 - SP (CIELO)

*A relação jurídica entre as partes decorre de celebração de “Contrato de Credenciamento ao Sistema Cielo”, que dispõe, na cláusula 21ª, sobre a responsabilidade do estabelecimento comercial pelas transações contestadas pelo titular do cartão (chargeback).*

*Frise-se não ser objeto de discussão a validade da cláusula, que prevê, em tais situações, a ausência de repasse ou estorno do valor contestado.*

*Na hipótese, o valor já havia sido repassado à apelada, mas o estorno não foi possível por ausência de saldo, o que decorreu da interrupção de utilização do sistema da apelante.*

*Ainda que ausentes réplica e manifestação sobre a determinação judicial para comprovar o repasse do valor cobrado, relevante para o desfecho é que, em momento algum, tal fato foi impugnado pela apelada, que se limitou a alegar, em sua contestação, não saber se houve o estorno do valor.*

*Assim, uma vez que não houve negativa de qualquer dos fatos descritos na petição inicial, impõe-se reconhecer, em consonância com o que dispõe o artigo 373, II, do Código de Processo Civil, a existência do crédito.*



# DE QUEM É A RESPONSABILIDADE DO CHAGERBACK?



## DO E-COMMERCE?



## DO MEIO DE PAGAMENTO?



APELAÇÃO Nº 1006987-37.2019.8.26.0562 (Redecard S/A)

AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. DANOS MATERIAIS. CONTRATO DE GESTÃO DE PAGAMENTOS. CLÁUSULA CHARGEBACK.

Responsabilidade objetiva, decorrente do risco da atividade. A requerida dispõe de mecanismos de segurança para garantir a eficácia das operações realizadas mediante o uso de cartão de crédito.

A interpretação literal da cláusula “chargeback” consubstanciaria condição puramente potestativa, vedada pela parte final do art. 122 do Código Civil.

Não demonstrada a legitimidade da invocação da cláusula “chargeback”, no sentido de que o estorno dos valores contestados pelo cliente, derivados de compras no sítio eletrônico da autora, ocorreram por justa causa.

Indenização por danos materiais devida, em razão da ausência de repasse dos valores das transações à empresa autora, alienante das mercadorias.

Sentença de procedência mantida. Recurso de apelação não provido.





# DE QUEM É A RESPONSABILIDADE DO CHAGERBACK?



## DO E-COMMERCE?



## DO MEIO DE PAGAMENTO?



APELAÇÃO N. 1016572-36.2018.8.26.0114 (Cielo S/A)

APELAÇÃO Ação declaratória de nulidade de cláusula contratual cumulada com indenização por danos materiais Pretensão da autora de recebimento dos valores referentes aos créditos de suas vendas pela internet Retenção das quantias em razão de “chargeback” (cancelamento de compra em virtude do não reconhecimento pelo titular do cartão de débito ou crédito) (...)

MÉRITO DANO MATERIAL Ocorrência Abusividade da cláusula contratual que possibilita a retenção de quantias oriundas de transações comerciais após ter sido efetivamente aprovada pela operadora Suspeita de fraude Disposição contratual que viola a probidade e a boa-fé objetiva Risco que não pode ser repassado ao lojista ou ao consumidor Teoria do risco profissional Impossibilidade de a ré atribuir esse ônus ao seu cliente e se eximir da responsabilidade em relação ao serviço prestado de forma defeituosa, considerando-se que cabe a ela o dever de evitar fraudes e de manter seu sistema seguro e atualizado. Ao autorizar o comerciante a efetuar a venda pelo cartão, a operadora assume o risco inerente a sua atividade empresarial de prestação de serviços, que tem na “segurança” a base de sua marca, não podendo descurar de seu dever perante o estabelecimento comercial, que aceita o pagamento de suas mercadorias mediante cartão de débito ou crédito, após a devida autorização.



# DE QUEM É A RESPONSABILIDADE DO CHAGERBACK?



## DO E-COMMERCE?



## DO MEIO DE PAGAMENTO?



APELAÇÃO N. 1003854-64.2019.8.26.001 (Cielo S/A)

Apelação. Cartão de crédito. Ação de reparação de danos. Ausência de repasse de valores por fraude na utilização de cartão de crédito de terceiro. Admissibilidade. Contrato de credenciamento ao sistema Cielo que prevê a vedação de utilização de cartão de crédito de terceiro como meio de pagamento. Norma contratual que permite o não repasse de operação considerada fraudulenta. 'Chargeback'. Validade da cláusula. Precedentes deste Tribunal e do STJ. Sentença de procedência reformada. Recurso provido.

“Nota-se que a autora admitiu o pagamento de compras pela internet formalizadas por Matheus Schulz com cartão de crédito de titularidade de José L. Q. Barros e concluídas por Pedro Fernando Oliveira com cartão de crédito de titularidade de André C. Fittipaldi (fls. 37/41).

Ao aceitar a formalização de compra com pagamento por cartão de crédito de terceiro, arriscou-se a não obter o repasse do valor da venda.

E nem se diga que se cercou das cautelas necessárias, trazendo os apontamentos de fls. 141/143 e 350, pois, como ficou comprovado nos autos, tratava-se de documentos falsos.

# DE QUEM É A RESPONSABILIDADE DO CHAGERBACK?



## DO E-COMMERCE?



## DO MEIO DE PAGAMENTO?



APELAÇÃO N. 1028141-69.2019.8.26.0576 (Redecard S/A)

Apelação - Responsabilidade Civil Ação de cobrança Procedência Prestação de serviço Vendas realizadas à distância com a utilização de cartão de crédito Retenção dos valores de vendas feita pela autora, com o uso do referido cartão, face a alegação de fraude Cerceamento de defesa Inocorrência Preliminar afastada - Inaplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor, no caso vertente Fraude na transação objeto da lide que não foi demonstrada pela ré, tendo sido autorizada quando de sua realização Posterior impugnação pelo portador do cartão que não pode ser imputada à autora, não tendo sido, ademais, provada pela ré Sentença confirmada Recurso improvido



# DE QUEM É A RESPONSABILIDADE DO CHAGERBACK?



## DO E-COMMERCE?



## DO MEIO DE PAGAMENTO?



APELAÇÃO N. 1001818-59.2019.8.26.0048 (Cielo S/A)

AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. COMPRA E VENDA MEDIANTE UTILIZAÇÃO DE CARTÕES DE CRÉDITO. AUTORA AJUIZOU DEMANDA COM O OBJETIVO DE SER RESSARCIDA DE ESTORNOS PRATICADOS PELA RÉ REFERENTES À DUAS TRANSAÇÕES AUTORIZADAS, MAS QUE MEDIANTE OPERAÇÕES DE CHARGEBACK FORAM CONSIDERADAS FRAUDULENTAS. TITULARES DOS CARTÕES CONTESTARAM AS COMPRAS JUNTO AOS BANCOS.

REITERAÇÃO DE POSICIONAMENTO ANTERIOR NO SENTIDO DE QUE, SALVO SITUAÇÕES DE MANIFESTA NEGLIGÊNCIA OU ATÉ MESMO MÁ-FÉ DO ESTABELECIMENTO COMERCIAL, UMA VEZ AUTORIZADO O PAGAMENTO, ASSUME A RÉ A RESPONSABILIDADE PELA ADIMPLEMENTO.

INVOCAÇÃO DO RISCO DA ATIVIDADE EMPRESARIAL (CC, § ÚNICO, ART. 927; TEORIA DO FINALISMO MITIGADO A ATRAIR AS DISPOSIÇÕES DO CDC). PRESERVAÇÃO DA SENTENÇA. RECURSO DESPROVIDO.



# DE QUEM É A RESPONSABILIDADE DO CHAGERBACK?



## DO E-COMMERCE?



## DO MEIO DE PAGAMENTO?



APELAÇÃO N. 1049581-94.2019.8.26.0100 (Pagueseguro)

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS - AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS E MORAIS - VENDA EFETIVADA POR MEIO DE PAGAMENTO GERIDO PELA PLATAFORMA DA REQUERIDA - TRANSAÇÃO QUE FORA APROVADA E, 14 DIAS DEPOIS, CANCELADA POR "CHARGEBACK" - AUSÊNCIA DE COMPROVAÇÃO DE QUE HOUE CORRETO PROCEDIMENTO DE APURAÇÃO DA ALEGADA FRAUDE PELA EMPRESA GESTORA DO PAGAMENTO - IMPUTAÇÃO DO ÔNUS EXCLUSIVO AO VENDEDOR, EM CASO DE ALEGAÇÃO DE FRAUDE, QUE SE AFIGURA ABUSIVA - DANOS MATERIAIS - PEDIDO DE PAGAMENTO DO VALOR DA VENDA APROVADA - CABIMENTO - DANOS MORAIS - NÃO OCORRÊNCIA – SENTENÇA MANTIDA.





# DE QUEM É A RESPONSABILIDADE DO CHAGERBACK?



## DO E-COMMERCE?



## DO MEIO DE PAGAMENTO?

## CONCLUSÃO – A RESPONSABILIDADE É DE AMBOS



- Caso a venda seja feita pelo e-commerce para consumidor diverso do constante no cartão de crédito, ou seja constatada fraude que poderia ser prevenida, a responsabilidade é do lojista/e-commerce



- Caso o meio de pagamento aceite efetuar o pagamento ao lojista/e-commerce, mesmo sabendo alto índice de chargeback, está assumindo o risco perante ao consumidor final;



- Caso seja aceito o chargeback pelo meio de pagamento sem que sejam tomadas todas as cautelas de demonstração e/ou defesa do lojista/e-commerce com a coleta de provas da fraude, a responsabilidade é do meio de pagamento.





## Visa Chargeback Monitoring Program (VCMP)

A Visa endureceu as regras e a partir de outubro de 2019 já vai enviar uma espécie de alerta (chamado de “early warning”) para o cliente que sofrer entre 75 e 100 chargebacks (números absolutos) e que tiver uma taxa de chargeback de 0,65% (até o fim de setembro, a taxa era de 0,75%).

Como dizíamos, esta taxa faria sua empresa ser notificada pela Visa de que os índices não são os ideais, mas você teria a chance de melhorá-los sem entrar no programa. O jogo muda quando os números totais de chargebacks/mês variam entre 100 e 1.000 e a taxa de chargebacks chega a 0,9%/mês – isso também a partir de outubro de 2019, já que antes disso o limite era de 1%.

Em cenários assim, seu negócio entraria no nível padrão do Visa Chargeback Monitoring Program (VCMP). Nos primeiros quatro meses do programa, chamados de “workout”, você teria a chance de arrumar a casa sem receber multas. Mas estando lá de cinco a nove meses, a bandeira já cobraria multa de US\$ 50 por chargeback que chegasse. A partir de dez meses, as punições seriam (além da mesma multa por cada CBK) a realização de uma auditoria, outra multa, no valor de US\$ 25 mil (chamada taxa de revisão) e, caso nada disso funcionasse, o descredenciamento.

Calma que existe um lugar pior: o nível excessivo do programa. É lá aonde vão parar quem tem mais de 1000 chargebacks e uma taxa de chargebacks de 1,8% (até outubro de 2019 o limite era 2%). Uma vez neste nível, a empresa já recebe multas de US\$ 50 por CBK logo no primeiro mês. A taxa de US\$ 25 mil viria no sétimo mês e, depois de um ano neste nível do programa, o descredenciamento já se torna possível.

Fonte: Konduto



## Visa Chargeback Monitoring Program (VCMP)

VCMP (Visa)	Quantidade de CBKs	Taxa de CBKs antes de 10/2019	Taxa de CBKs após 10/2019
Early warning	75	0,75%	0,65%
Nível padrão	100	1%	0,9%
Nível excessivo	1000	2%	1,8%

## Visa Fraud Monitoring Program (VFMP)

A Visa também está mais rigorosa a partir de outubro de 2019 no seu programa de monitoramento de fraude. Entra na fase de alerta/notificação a empresa que tiver US\$ 50 mil de fraudes/mês e uma taxa de fraude de 0,65% (que antes era de 0,75%). O cálculo da taxa segue a fórmula do programa de chargeback – quantidade dentro do total de transações no mesmo mês.

Já o nível padrão do programa é para os e-commerces que têm fraudes no valor de US\$ 75 mil e taxa de 0,9% (até outubro era 1%). Nesta fase não há multas, mas a partir do quinto mês no programa a Visa pode atribuir à sua empresa a responsabilidade por determinada fraude – sem que você possa se defender, como em casos de autofraude. Depois de um ano, a loja pode ser descredenciada.



## Visa Fraud Monitoring Program (VFMP)

Por fim, o nível excessivo do programa de monitoramento de fraude da Visa é para onde vão empresas que têm um volume de fraude de US\$ 250 mil ou taxa de 1,8% (até outubro de 2019 o limite era 2%). **As multas nos primeiros três meses começam em US\$ 10 mil e podem alcançar até US\$ 75 mil no período de dez a doze meses.** O mesmo critério de responsabilidade do nível padrão pode ser aplicado, assim como o descredenciamento.

VFMP (Visa)	Valor das fraudes	Taxa de fraude antes de 10/2019	Taxa de fraude após 10/2019
Early warning	US\$ 50 mil	0,75%	0,65%
Nível padrão	US\$ 75 mil	1%	0,9%
Nível excessivo	US\$ 250 mil	2%	1,8%

Fonte: Konduto





## Mastercard Excessive Chargeback Program (ECP)

Diferentemente da Visa, a Mastercard não vai alterar regras de programas de chargebacks e fraude em outubro (apenas no mercado dos Estados Unidos). E diferentemente da Visa, a Master calcula as taxas levando em conta a quantidade de chargebacks do mês atual dentro do total de transações do mês anterior. Por exemplo: você sofreu 100 CBKs em junho e fez 10 mil transações com Master em maio? Sua taxa seria 1%.

O programa de chargebacks da bandeira é dividido em duas categorias: Chargeback Monitoring Program (CMM), que seria um equivalente ao nível padrão do programa da Visa, com a diferença que não há a aplicação de multas, e o Excessive Chargeback Merchant (ECM), este mais rigoroso.

Entram no CMM as empresas que têm 100 ou mais chargebacks e uma taxa de 1%. Já o ECM é aplicado a quem entrou no programa e ainda assim viu o número de CBKs aumentar – o limite também é 100, mas com a taxa de 1,5%. Nesta fase, o usuário é obrigado a criar um plano de ação e começa a receber multas (pelas regras da Master, o valor pode mudar conforme cada caso e suas variáveis). O ECM pode durar 12 meses e terminar em descredenciamento se não funcionar.

ECP (Mastercard)	Quantidade de CBK	Taxa de CBK
Padrão (CMM)	100	1%
Excessivo (ECM)	100	1,5%



## Mastercard Global Merchant Audit Program (GMAP)

A exemplo da Visa, a Master também tem um programa de monitoramento de fraudes que possui três níveis. Entram no primeiro as empresas que têm fraudes no valor de no mínimo US\$ 3 mil e taxas de fraude entre 3% e 4,99%. Já quem tem US\$ 4 mil em fraudes e taxa entre 5% e 7,99% vai parar no segundo, enquanto o terceiro nível é lugar da loja que tem US\$ 5 mil em fraudes e uma taxa superior a 8%.

A Master só multa empresas que estiverem por pelo menos dois meses consecutivos no nível mais grave. E de novo: se a coisa não andar, são exigidos planos de ação e a bandeira pode descredenciar o envolvido.

GMAP (MasterCard)	Valor das fraudes	Taxa de fraude
Nível 1	US\$ 3 mil	3% a 4,99%
Nível 2	US\$ 4 mil	5% a 7,99%
Nível 3	US\$ 5 mil	8%

Fonte: Konduto





## Mastercard Excessive Chargeback Program (ECP) – Mudanças a partir de 17/7/2020

### O que muda no novo fluxo de disputa de chargebacks?

Conforme publicado pelo [Blog da Adyen](#) em junho, o início do fluxo ainda é o mesmo: um cliente não reconhece uma compra e solicita o reembolso do valor ao banco. Este notifica o e-commerce, que então pode [entrar com uma reapresentação](#) caso julgue que o chargeback pode ser revertido, reunindo informações e documentos sobre o pedido.

Agora é que vem a novidade. Até 17 de julho, o banco analisava todo este material e, caso decidisse que a defesa do varejista era improcedente, enviava ao adquirente uma segunda e definitiva notificação (o segundo chargeback ou chargeback de arbitragem), [encerrando o processo](#).

A partir de agora, porém, o banco faz a mesma análise e dá um parecer inicial ao adquirente (pré-arbitragem). Caso a defesa seja considerada improcedente, o adquirente e o e-commerce podem ou aceitar a decisão ou discordar. Neste último caso, um time de arbitragem da Mastercard fica responsável por dar o veredito final.

Importante ressaltar que as mudanças da Master só valem para os seguintes códigos de chargeback: 4837 (fraude, exceto 4870 – chip liability shift -, e 4871 – chip/pin liability shift chargebacks); 4853 (desacordo comercial); e 4834 (erros de processamento).



## Mastercard Excessive Chargeback Program (ECP) – Mudanças a partir de 17/7/2020

### O novo fluxo de disputa de chargebacks é bom para o e-commerce?

Há pontos positivos e negativos. Entre as vantagens, a mais óbvia é que os adquirentes e varejistas agora podem decidir se querem estender uma disputa de chargeback quando acharem que isso vale a pena. Além disso, o processo tende a ser mais rápido até o parecer inicial (e não mais definitivo) dos bancos emissores.

Por outro lado, se o time de arbitragem da última instância julgar a representação improcedente, a parte derrotada no processo tem que pagar uma multa de US\$ 500 dólares por infringir regras de compliance – além, é claro, de ficar com o prejuízo do chargeback. Por isso, a expectativa ainda é de que o parecer inicial dos bancos seja aceito na maioria dos casos.



Michael Bogajo, coordenador de risco e prevenção à fraude no Magazine Luiza, mostrou como o Magalu criou uma estrutura capaz de disputar e reverter notificações aliando principalmente **agilidade e compartilhamento de informações** no evento da Fraud Day 2 (<https://content.konduto.com/lp-fraudday-palestras-20>)

A estrutura do Magalu começa a entrar em ação já quando o pagamento é concluído. Na fase chamada de barragem ou contenção, uma equipe dedicada a receber denúncias ou compras suspeitas analisa o pedido minuciosamente, num fluxo alinhado inclusive com os setores de logística e transporte – afinal, o produto não pode ser entregue a um fraudador.

**Se o pedido ilegítimo passar pela etapa de barragem, começa a fase de pré-chargeback.** Aproveitando que o Magalu já tem uma base de chargebacks e que sempre os classifica, a equipe de risco e prevenção otimiza os trabalhos e envia apenas o que é fundamental ao adquirente no processo de defesa, além de também poder determinar históricos e indicadores que mostram quanto tempo o CBK pode levar para ser debitado.

Bogajo, aliás, pontua que a fase 3 da estrutura do Magalu acontece mesmo quando não foi possível evitar o chargeback. **“Eu continuo analisando 100% da base de chargeback e utilizo modelos de classificação. Lemos a fraude de forma 360. Consigo internamente juntar elementos, tentar por exemplo contato com cliente em caso de autofraude ou desacordo comercial”, explica.**

A quarta e última etapa é retroalimentar equipe interna e sistema antifraude com as informações do CBK para prevenir danos futuros. No case de sucesso da Konduto com a Decathlon, aliás, mostramos como o envio dos chargebacks pela gigante de artigos esportivos tornou possível uma operação que hoje tem taxas de 0,02% de CBKs e 99,04% de aprovação.

### Ciclo de aprendizagem

Bogajo concluiu a palestra mostrando como toda esta estrutura de chargebacks permitiu ao Magalu construir um ciclo benéfico “mapeando a fraude, ajustando fluxos automáticos e manuais e consequentemente aumentando a conversão e reduzindo prejuízos”.

Ele ressalta também que não foi preciso montar uma equipe enorme para alcançar o resultado positivo – bastou criar um fluxo e depois uma base e contar com informações e elementos tanto internos como externos. “Ao atuar junto aos parceiros, a um gateway, ou a um adquirente ou conciliadora, aliando isso a um modelo de transação interno, você ganha em escala e automatiza muita coisa”, afirma o especialista.

É claro que chargeback é uma palavra que dá calafrios aos e-commerces e que tanto uma estrutura para preveni-los quanto para contestá-los exige esforços. Ao mesmo tempo, um antifraude com modelo de garantia total de chargebacks na maioria das vezes é um mau negócio para o lojista.

“O Brasil é o segundo país com mais crimes cibernéticos. O chargeback existe e vai continuar existindo”, defende Bogajo. O jeito, então, é conviver com ele – e inclusive aprender com ele.

# PERGUNTAS E DÚVIDAS





## CONTATO

Rua Afonso Celso, 552 - cj. 83 - 8º andar - V. Mariana  
CEP 04119-002 - São Paulo - SP

**Telefone: +55 (11) 5081-6635**

Website: [www.iizuka.adv.br](http://www.iizuka.adv.br)

### Contato:

André Iizuka: [andre@iizuka.adv.br](mailto:andre@iizuka.adv.br) – (11) 99150-2275



Obrigado!