



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

## **(\*)PROJETO DE LEI N.º 10.585, DE 2018** **(Do Sr. Aureo)**

Dispõe sobre a cobrança de taxa de conveniência por empresas na venda de ingressos pela internet.

**DESPACHO:**

ÀS COMISSÕES DE:

DEFESA DO CONSUMIDOR;

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS E

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

**APRECIÇÃO:**

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

### **SUMÁRIO**

I - Projeto inicial

II - Projeto apensado: 1652/19

**(\*) Atualizado em 9/4/19 para inclusão de apensado.**

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei disciplina a cobrança de taxa de conveniência por empresas prestadoras de serviço de venda de ingressos pela *internet* para *shows*, eventos esportivos, teatros e outros eventos.

Art. 2º Para os efeitos desta lei, a taxa de conveniência é o valor adicional pago pelo consumidor quando se utiliza de empresas prestadoras de serviços que comercializam ingressos pela *internet*.

Parágrafo único. A taxa de conveniência não inclui o serviço de entrega do ingresso ao consumidor, caso seja necessário, ficando a critério do comprador a contratação em separado da entrega do ingresso em domicílio ou em outro local indicado.

Art. 3º O valor da taxa de conveniência não poderá ser superior a 10% (dez por cento) do valor inteiro do ingresso da categoria mais barata disponível para o evento.

§ 1º O prestador de serviços de conveniência deve informar ao consumidor antecipada e discriminadamente o valor da taxa cobrada.

§ 2º O valor da taxa de conveniência não poderá ter preços diferenciados para as diversas categorias de ingressos de um mesmo evento.

Art. 4º Os prestadores de serviços de venda de ingressos que infringirem esta lei sujeitam-se às sanções previstas no artigo 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor, aplicáveis na forma de seus artigos 57 a 60.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

A cobrança de taxa de conveniência para venda de ingressos pela *internet* para *shows*, eventos esportivos, peças teatrais e outros eventos, constitui atividade lícita e deve ser incentivada, por beneficiar o consumidor. No entanto, a falta de regulamentação do tema tem permitido abusos por parte das empresas prestadoras dos serviços de vendas *online*.

O que mais ocorre são cobranças de taxas de conveniência com valores exagerados, desconectados do fim ao qual se destinam, ser apenas uma tarifa de comodidade.

SEU DINHEIRO

## Sites de ingressos podem cobrar taxa de conveniência?

A taxa de conveniência chega a 20% do valor do ingresso e, de conveniente, não tem nada, segundo o Procon e o Idec. Conheça seus direitos

Por **Júlia Lewgoy**  
 © 26 jul 2017, 12h10 - Publicado em 26 jul 2017, 12h00

A notícia<sup>1</sup> acima, da Exame de julho de 2017, mostra que as taxas de conveniência podem chegar a 20% do preço do ingresso, o que, segundo as entidades de defesa do consumidor, “de conveniente não tem nada”. Reforça ainda a ideia de que o valor deve ser fixo e igual para todos os consumidores de um mesmo evento e não um percentual do custo do ingresso, o que faz todo o sentido, uma vez que o serviço prestado pelo site independe da categoria do ingresso vendido.

A tabela abaixo, retirada do Estadão<sup>2</sup>, apresenta os altos percentuais cobrados pelos principais sites de venda de ingressos:

Loja	Taxa de conveniência
Ingresso Fácil	15% sobre o valor do ingresso
Ingresso Rápido	18% sobre o valor do ingresso
Ingresso.com	15% sobre o valor do ingresso
Ingressocerto.com	20% sobre o valor do ingresso
Tickets for Fun	20% sobre o valor do ingresso

Fonte: Proteste

Os prestadores do serviço se defendem afirmando que as taxas são cobradas em função da comodidade e do conforto de se realizar a compra sem a necessidade do deslocamento, sendo os recursos arrecadados para cobrir os custos internos da empresa. O diretor nacional do programa de qualidade da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (Abeoc Brasil), *Sérgio Bicca*, diz que “a venda *online* de ingressos é um serviço e, portanto, “é justo que as empresas que oferecem este serviço sejam remuneradas”.

De fato, é correto que as empresas sejam remuneradas pelo serviço prestado, no entanto os valores cobrados devem ser razoáveis e condizentes com o serviço prestado. O Procon de Minas Gerais já se pronunciou informando que a cobrança dessas taxas são transferências de custos internos da empresa para o consumidor, o que impõe a ele uma onerosidade excessiva. Assim, a tarifa remunera uma conveniência que não existe, já que o cliente está sendo cobrado por utilizar um recurso que é inerente ao serviço prestado pelas empresas.

<sup>1</sup> <https://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/sites-de-ingressos-podem-cobrar-taxa-de-conveniencia/>

<sup>2</sup> <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,sites-de-venda-de-ingressos-cobram-ate-20-de-taxa-de-conveniencia-imp-884805>

Cabe lembrar, ademais, que em muitos eventos a pré-venda só é feita pela *internet*<sup>3</sup>, ou seja, o consumidor é obrigado a pagar a taxa pois corre o risco de não mais encontrar ingresso quando esse estiver disponível nas bilheterias.

O Código de Defesa do Consumidor estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social. Essa necessidade de proteção decorre justamente da vulnerabilidade do consumidor diante de fornecedores que, em diversas maneiras e situações, podem impor situações abusivas. Assim, para que a taxa de conveniência não seja considerada abusiva e infrinja a ordem econômica, ela deve ser única e fixa, não estando relacionada com o preço do ingresso, bem como deve estar limitada a um teto condizente com a realidade do serviço prestado. Nesse sentido, o presente projeto busca evitar abusos cometidos pelos prestadores do serviço e proteger o consumidor.

Por todo o exposto, submeto aos nobres pares o projeto de lei para apreciação.

Sala das Sessões, em 11 de julho de 2018

Deputado **AUREO**

Solidariedade/RJ

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG

Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL

Seção de Legislação Citada - SELEC

**LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990**

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

**TÍTULO I**

**DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR**

**CAPÍTULO VII**

**DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

<sup>3</sup> <https://www.proteste.org.br/seus-direitos/direito-do-consumidor/noticia/proteste-constata-irregularidades-nas-taxas-de-conveniencia-em-vendas-online-de-ingresso>

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. ([\*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993\*](#))

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. ([\*Parágrafo único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993\*](#))

Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

Art. 59. As penas de cassação de alvará de licença, de interdição e de suspensão temporária da atividade, bem como a de intervenção administrativa, serão aplicadas mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando o fornecedor reincidir na prática das infrações de maior gravidade previstas neste código e na legislação de consumo.

§ 1º A pena de cassação da concessão será aplicada à concessionária de serviço público, quando violar obrigação legal ou contratual.

§ 2º A pena de intervenção administrativa será aplicada sempre que as circunstâncias de fato desaconselharem a cassação de licença, a interdição ou suspensão da atividade.

§ 3º Pendendo ação judicial na qual se discuta a imposição de penalidade administrativa, não haverá reincidência até o trânsito em julgado da sentença.

Art. 60. A imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art. 36 e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator.

§ 1º A contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, frequência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o malefício da publicidade enganosa ou abusiva.

§ 2º (VETADO).

§ 3º (VETADO).

## TÍTULO II DAS INFRAÇÕES PENAIS

Art. 61. Constituem crimes contra as relações de consumo previstas neste código, sem prejuízo do disposto no Código Penal e leis especiais, as condutas tipificadas nos artigos seguintes .

Art. 62. (VETADO).

# PROJETO DE LEI N.º 1.652, DE 2019

(Do Sr. Kim Kataguiri)

Dispõe sobre a cobrança de taxa de conveniência associada à venda online de ingressos para eventos de qualquer natureza.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-10585/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a cobrança de taxa de conveniência associada à venda *online* de ingressos para eventos de qualquer natureza.

Art. 2º A taxa de conveniência de que trata esta Lei refere-se à contrapartida pela prestação de serviço de venda *online* de ingressos para apresentações musicais, teatro, cinema e outros espetáculos e eventos, inclusive esportivos.

Parágrafo único. A taxa a que se refere o *caput* não se confunde com o valor do próprio ingresso.

Art. 3º É lícita a cobrança da taxa de conveniência objeto desta Lei, não ferindo o artigo 39, do Código de Defesa do Consumidor (lei número 8.078, de 11 de setembro de 1990), desde que:

I – seja oferecida, pelos promotores do evento, opção de aquisição presencial do ingresso, sem qualquer cobrança adicional;

II – seja disponibilizado, para a opção de aquisição presencial, necessariamente o local de realização do evento, com antecedência mínima de 36 (trinta e seis) horas; e

III – não venha acompanhada da cobrança de taxa de entrega, retirada ou impressão do bilhete, devendo o pagamento da taxa de conveniência, juntamente com o valor do ingresso, ser suficiente para a entrada no local do evento e fruição deste.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

### JUSTIFICAÇÃO

Há diversos exemplos em que a intervenção estatal é claramente nociva ao consumidor. Na verdade, ao invés de mitigar eventual falha de mercado, acaba por reforçá-la.

Recentemente o STJ, por meio de sua 3ª turma, resolveu considerar ilegal a cobrança de taxa de conveniência por determinada empresa que atua na venda *online* de ingressos para shows e outros eventos. Trata-se das chamadas ‘tiqueteiras’.

À primeira vista, ao ver pela imprensa a decisão do STJ, muitos podem pensar: “Ótimo! Não pagarei mais essa famigerada taxa!”.

No entanto, sabemos que não é bem isso.

Mas, antes, vejamos, resumidamente, o que alegou o STJ: “a taxa não poderia ser cobrada dos consumidores pela mera disponibilização de ingressos em meio virtual, constatando que a prática configura venda casada e transferência indevida do risco da atividade comercial do fornecedor ao consumidor, pois o custo operacional da venda pela internet é ônus do fornecedor”.

Convido meus nobres pares a refletirem um pouco mais sobre o assunto.

Com a proibição da cobrança, é provável a ocorrência da seguinte situação hipotética:

- Antes da proibição: ingresso R\$ 200,00 + taxa R\$ 20,00 = R\$220,00 para quem comprar pela internet; e
- Depois da proibição: ingresso R\$ 220,00 para todos, independentemente do veículo em que comprarem.

O real problema, que até onde pôde ser visto não foi aquele apreciado pela Corte, é que há eventos em que não há outra opção que não seja a compra

pela internet, com cobrança da taxa de conveniência, que, nesse caso, nem deveria ser assim chamada. Aí sim poderia ser caracterizada a venda casada. O que se deve coibir é justamente essa 'enganação' para com o consumidor, ao negar a opção de compra na bilheteria ou outro local próximo ao evento.

Trata-se, portanto, de intervenção feita pelo STJ que fatalmente prejudicará o consumidor, causando justamente o efeito oposto ao desejado pela Corte Superior.

Cabe ao Parlamento corrigir esse problema, motivo pelo qual rogo aos nobres pares que apoiem a solução que ora apresento, no sentido de ficar permitida a cobrança da taxa de conveniência, desde que reste caracterizada a conveniência para o consumidor, que poderá optar ou não pela contratação do serviço.

Sala das Sessões, em 20 de março de 2019.

**KIM KATAGUIRI**  
Deputado Federal (DEM-SP)

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

## **LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990**

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

### **TÍTULO I** **DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR**

#### **CAPÍTULO V** **DAS PRÁTICAS COMERCIAIS**

#### **Seção IV** **Das Práticas Abusivas**

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994](#))

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

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

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; [Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994](#)

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. [Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994](#)

XI - *Dispositivo acrescido pela [Medida Provisória nº 1.890-67, de 22/10/1999](#), transformado em inciso XIII, em sua conversão na [Lei nº 9.870, de 23/11/1999](#)*

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. [Inciso acrescido pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995](#)

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. [Inciso acrescido pela Lei nº 9.870, de 23/11/1999](#)

XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo. [Inciso acrescido pela Lei nº 13.425, de 30/3/2017, publicada no DOU de 31/3/2017, em vigor 180 dias após a publicação](#)

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.

§ 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.

§ 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

§ 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

.....  
.....

**FIM DO DOCUMENTO**