

## PROJETO DE LEI Nº 908 DE 2021

Altera a Lei n.º 12.974, de 15 de maio de 2014, que “Dispõe sobre as atividades das Agências de Turismo”, para disciplinar a responsabilidade nas intermediações de atividades de turismo.

### EMENDA ADITIVA

Acrescente-se ao art. 2º do Projeto de Lei nº 908 de 16 de março de 2021 a seguinte redação:

“Art. 2.º A Lei n.º 12.974, de 15 de maio de 2014, passa a vigorar acrescida dos seguintes novos arts. 10-A a 10-G e 11:

.....

.....

Art. 11. As agências de turismo deverão disponibilizar ativamente, no momento da comercialização de passagens, passeios, viagens e excursões, nas modalidades aérea, aquaviária, terrestre, ferroviária e conjugadas, os dados de contato telefônico, CPF/MF (Cadastro de Pessoas Físicas), endereço eletrônico e, na sua ausência, endereço físico dos consumidores aos respectivos prestadores de serviços.

§ 1º Os consumidores deverão ser informados pelos agentes de turismo acerca da necessidade de coleta de referidos dados, cuja finalidade determinada é a eficaz e tempestiva comunicação com o consumidor diante de eventuais alterações na execução do contrato de prestação de serviço decorrentes de motivos técnico-operacionais ou diante de caso fortuito ou força maior.

§ 2º Caso o consumidor não aceite informar tais dados pessoais às agências de turismo, os prestadores de serviços ficarão isentos de responsabilidade acerca da referida comunicação, não obstante permanecer a obrigação de comunicação pelas próprias agências de turismo originalmente contratadas.



§ 3º As agências de turismo e as prestadoras de serviço se obrigam a dar o tratamento adequado aos dados pessoais, respeitando integralmente as normas vigentes relativas à proteção de dados, privacidade e segurança.

§ 4º Em caso de reservas com mais de um consumidor, o contato pessoal de um deles será suficiente, desde que este seja responsável pelos demais. A informação do CPF/MF permanece obrigatória para todos os consumidores da reserva.

.....  
.....”

### **JUSTIFICATIVA**

A presente emenda visa a colocar o consumidor no centro do processo de decisão, garantindo a prestação de serviços da forma mais apropriada possível, mesmo em situações adversas e influenciadas por fatores fora do controle dos prestadores de serviço.

Más condições climáticas, congestionamento nos aeroportos e no espaço aéreo, alteração de malha, entre outros motivos alheios à vontade da prestadora de serviço de transporte aéreo de passageiros, aumentam as chances de consumidores serem afetados por algum tipo de contingência ou interrupção dos serviços, sendo imprescindível que tenham um restabelecimento do serviço de forma eficiente e bem comunicada. Irregularidades e interrupções em operações possuem grande impacto no atendimento ao consumidor e na experiência geral do passageiro.

Contudo, em que pese as empresas prestadoras de serviço terem a intenção e o interesse de informar seu consumidor acerca de alteração em seu contrato de prestação de serviços da maneira mais eficaz possível, ficam impossibilitadas quando não possuem referidos dados de contato, especificamente nas situações de não coleta ou indisponibilidade do dado pela Agência de Turismo.

A comunicação direta procura viabilizar o empoderamento do consumidor, permitindo que ele mesmo decida entre diferentes alternativas para a continuidade de prestação dos serviços, quando houver.

A transmissão de dados de contato visa também garantir o atendimento às disposições regulatórias e legais, bem como o alinhamento do Brasil à práticas recomendadas internacionalmente.



Tanto é verdade que o Código de Defesa do Consumidor prevê no artigo 6º, III, o direito básico do consumidor a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.

A Resolução 400/2016 da Agência Nacional de Aviação Civil também prevê diversas obrigações às empresas aéreas, tais como manter o passageiro informado acerca de qualquer alteração em seu contrato de transporte, sendo o dado de contato do consumidor essencial para que tal comunicação seja cumprida com excelência.

A IATA, Associação Internacional de Transporte Aéreo, fundada em 1945, que representa aproximadamente 290 empresas aéreas em 120 diferentes países, entende ser absolutamente necessário que os agentes de turismo forneçam o telefone celular e o endereço de e-mail do consumidor, tanto é que possui uma normativa - Resolução 830D (01/06/2019) - que prevê que os agentes devem fornecer o número do telefone celular e/ou o endereço de e-mail do passageiro no código de reserva.

Os benefícios da coleta e disponibilização de tais dados são inúmeros, garantirá que os consumidores recebam informações relevantes em tempo hábil, tanto da agência de turismo, quanto do prestador de serviço, mediante o oferecimento de uma melhor experiência ao consumidor, atualizações sobre a situação de seu voo, atualizações relacionadas à bagagem.

A excessiva judicialização no setor aéreo tem prejudicado o desenvolvimento do mercado no Brasil, sendo até mesmo um impeditivo para companhias de lowcost que queiram se instalar no país.

Além do benefício ao consumidor, que contará com maior fluidez e efetividade na comunicação sobre o contrato firmado, a identificação do consumidor trará melhor transparência na tratativa dos dados dos consumidores no âmbito da segurança, por ocasião da solicitação dos dados por órgãos de segurança pública em caso de ato de interferência ilícita ou pelos órgãos de vigilância sanitária em caso de epidemia.

Sala das Comissões, de junho de 2020.

**FELIPE CARRERAS**

**PSB/PE**



Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Felipe Carreras

Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD217184441900>





Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Felipe Carreras  
Para verificar a assinatura, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD217184441900>

