



PROJETO DE LEI Nº , DE 2023

(Do Sr. JOSÉ MEDEIROS)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para obrigar as empresas de transporte de passageiros que oferecem programas de milhagens a fornecer mecanismos de verificação da identidade do consumidor e a garantir a compra de passagem com o uso de milhas em caso de disponibilidade de assento em oferta válida.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa vigorar acrescida dos seguintes arts. 29-A e 35-A:

“Art. 29-A. As empresas de transporte de passageiros que ofereçam programa de milhagem fornecerão mecanismos de verificação da identidade do consumidor suficientes para garantir a autenticidade do pedido para o uso dos benefícios do programa.”

“Art. 35-A. As empresas de transporte de passageiros que ofereçam a possibilidade de compra de passagens por meio de programa de milhagem garantirão a compra com o uso de milhas em caso de disponibilidade de assento em oferta válida.

Parágrafo único. Também fará jus à garantia de compra citada no *caput* o consumidor que não conseguir finalizar a reserva em decorrência de erro contínuo nos sistemas de compra disponibilizados pela empresas de transporte de passageiros, quando a oferta e erro forem duradouros.”

Art. 2º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.



JUSTIFICAÇÃO

Atualmente, grande parte das empresas de transporte oferecem programas de milhagens, pelos quais o consumidor pode usar as milhas acumuladas para adquirir passagens ou mesmo outros produtos e serviços de empresas parceiras. No entanto, na ausência de normas a respeito do assunto, as próprias empresas definem as regras para o uso do seu programa de milhagens, o que, muitas vezes, deixa o consumidor desprotegido.

Nesse sentido, a nossa proposta visa resolver dois grandes problemas que o consumidor enfrenta com as milhas de programas de fidelidade de companhias de transporte. O primeiro deles é que muitas empresas não oferecem mecanismos de segurança suficientes para a verificação da identidade dos consumidores, permitindo a ocorrência de fraudes. Ora, ao oferecer programa de fidelidade, as empresas devem fornecer a segurança correspondente, a fim de que os benefícios do cliente não sejam indevidamente utilizados por terceiros não autorizados.

O segundo diz respeito à oferta de passagens por valor certo de milhas, mas que os consumidores, por pretensos “problemas de sistema”, nunca conseguem adquirir, mesmo havendo disponibilidade de assentos e estando a oferta válida. Ou seja, muitas empresas de transporte têm utilizado como subterfúgio a alegação de problemas de sistema para, no fim, dificultar o consumidor de usar o benefício a que tem direito.

Caso emblemático dessa fraude pode-se visualizar através da empresa TAP - Transportes Aéreos Portugueses, que divulga e oferece à venda de forma contínua passagens por milhas com valores muito atrativos, no entanto, após o cliente transferir as milhas ele não consegue realizar a compra, pois os valores aumentam sendo necessárias mais milhas, fazendo o cliente transferir sem ter a possibilidade de efetivar a compra por valores razoáveis, mas apenas, no final deste procedimento, realizar compra por uma soma imensa de milhas ou milhas e dinheiro.



Tal procedimento não pode ser chamado de outra coisa senão fraude, haja vista que, uma vez transferidas milhas do cartão de crédito ou de outro sistema de acúmulo ao programa de milhagem da companhia aérea o cliente fica obrigado a consumir nessa companhia, sendo que ela recebeu os valores correspondentes às milhas transferidas e ainda vincula o cliente a comprar passagem sua, uma vez que não são mais transferíveis. De sorte que prometer a passagem aérea por um valor em milhas ou milhas e dinheiro e não cumprir tal oferta, mais do que frustrar a expectativa de compra e sua oferta, traduz-se em fraude quando o cliente deposita suas milhas na companhia aérea cuja oferta não é cumprida

Assim, nossa proposta prevê a alteração do Código de Defesa do Consumidor a fim de que tais empresas sejam obrigadas tanto a garantir a autenticidade do consumidor no uso do programa de milhagem, quanto a garantir o acesso do consumidor aos benefícios por ela oferecidos. Não podemos continuar permitindo que essas empresas continuem fazendo a captação dos clientes para os seus programas de milhagem para, em seguida, no momento em que o consumidor deseja fazer uso dos benefícios oferecidos por elas, alegar pretensas falhas na prestação dos seus próprios serviços com o intuito de impedir o consumidor de usar as milhas acumuladas ou de ter acesso às ofertas promocionais.

Por todo o exposto, e com o objetivo de aperfeiçoar a legislação de proteção do consumidor, solicitamos aos nobres pares o apoio para aprovação desta proposta.

Sala das Sessões, em de de 2023.

Deputado JOSÉ MEDEIROS

