

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 242, DE 2024

Dispõe sobre a obrigatoriedade de fornecimento de comprovante de pagamento por empresas que disponibilizam plataformas de pagamento online, e dá outras providências.

Autor: Deputado JÚNIOR MANO

Relator: Deputado VINICIUS CARVALHO

I – RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 242, de 2024, dispõe sobre a obrigatoriedade de fornecimento de comprovante de pagamento por empresas que disponibilizam plataformas de pagamento online, e dá outras providências.

A proposição legislativa estabelece que as empresas que disponibilizam plataformas de pagamento online ficam obrigadas a fornecer comprovante de pagamento aos consumidores que realizarem transações por meio de suas plataformas eletrônicas e para o estabelecimento que recebeu o pagamento, sempre que solicitado por qualquer uma das partes envolvidas na transação.

O projeto também define as informações essenciais sobre a transação que devem constar do comprovante de pagamento.

A matéria foi despachada às Comissões de Defesa do Consumidor e de Constituição e Justiça e de Cidadania (art. 54 do RICD), em caráter conclusivo.

Durante o prazo regimental, não foram apostas emendas neste Colegiado.

É o relatório.

II – VOTO DO RELATOR



Segundo justifica o autor da iniciativa, “o projeto de lei traz um estímulo ao crescimento e fortalecimento da segurança nas transações realizadas no âmbito do Comércio Eletrônico, porque a implementação da obrigatoriedade de fornecimento de comprovantes de pagamento irá aumentar a confiança dos consumidores nas transações online”.

Ainda de acordo com a proposição, visa a garantir o direito de milhões de consumidores de receberem comprovantes de pagamento quando utilizam plataformas de pagamento online. O parlamentar alega que “atualmente, algumas empresas alegam não serem obrigadas a fornecer tais comprovantes para os consumidores finais, causando prejuízos e dificuldades em casos de disputas ou golpes dos quais são vítimas com frequência no âmbito do comércio eletrônico”. Esse comportamento não pode ter amparo legal, nem regulatório. Devemos primar pela transparência e segurança das relações de consumo e aumentar as medidas para proteger os consumidores.

Após análise da redação original, percebemos que a medida é meritória e importante para resguardar as relações de consumo, seja para proteger o consumidor, seja para um controle mais efetivo das empresas de suas operações que utilizam plataformas digitais de pagamento. Assim, não temos dúvidas de que o texto precisa prosperar.

Ademais, a proposta contribui para prevenção e combates de fraudes, com bem acentua o nobre autor. Temos vivido um período difícil em que temos visto uma verdadeira epidemia de fraudes. De acordo com pesquisa da Datafolha, mais de R\$ 71 bilhões foram perdidos por consumidores em fraudes financeiras em 2023.

Diante do exposto, além de aprovar a redação original adicionaremos ao projeto de lei, por meio do substitutivo que apresentaremos a seguir, critérios para que as *BigTechs* também contribuam para fecharmos as portas para as fraudes no ambiente digital.

Uma autoridade policial quando precisa realizar uma ação contra criminosos digitais, necessita de dados. Esses dados não estão apenas no Sistema Financeiro, mas também nas plataformas digitais e nos provedores.

Diariamente, milhões de brasileiros recebem *spams*, arquivos maliciosos, especialmente, por meio de anúncios falsos que geram prejuízos cada vez mais expressivos para os nossos consumidores.

Por um lado, entendemos que o estado brasileiro, por meio da Polícia Federal, do Banco Central do Brasil, da Agência Nacional de Telecomunicações e da Autoridade Nacional de Proteção de Dados, além de outras inúmeras autoridades da União, dos Estados e dos Municípios, como os Procons e Polícias Cíveis; tem se esforçado para combater essa rede criminosa organizada e multipolarizada que por meio de fraudes e golpes arrecadam bilhões de reais todos os anos.



Boa parte desses recursos é destinada para financiar atividades criminosas e terroristas que geram prejuízos ao bem-estar da sociedade. O narcotráfico, o tráfico de armas e outras atividades ilícitas estão sendo alimentadas por recursos oriundos de prejuízos e golpes contra os brasileiros de todas as regiões do nosso país continental.

O Banco Central divulgou que em 2022, pelo R\$ 2,5 bilhões de reais foram perdidos por clientes de bancos, muitas das vezes vítimas de anúncios falsos que as *bigtechs* como Google, Microsoft, Meta, Amazon e outras gigantes de tecnologia não evitam disponibilizar em suas plataformas digitais.

Matéria publicada pelo Jornal Folha de São Paulo de 13 de agosto de 2024 revela que as fraudes digitais e roubos de celular provocam prejuízos de R\$ 71 bilhões ao ano.

As *bigtechs* precisam ter um cadastro efetivo, atualizado e verdadeiro dos seus clientes que realizam anúncios e devem combater os golpes no ambiente digital.

De acordo com Indicador de Tentativas de Fraude da Serasa Experian, os brasileiros foram submetidos a quase 4 milhões de tentativas de fraude de identidade em 2022; resultando em uma vítima a cada 9 segundos. Metade das tentativas de fraude ocorridas no Brasil em 2022 se concentrou em apenas três estados: São Paulo (31%); Rio de Janeiro (11%) e Minas Gerais (9%).

Um relatório recente da Kaspersky, empresa especialista em defesa cibernética, o Brasil é o país mais afetado por golpes financeiros (trojans bancários) na região, seguido por México, Peru e Colômbia.

Matéria da Revista Exame revela que o Brasil também se destaca como o que mais sofre ataques de *malware*, com 1.554 tentativas por minuto ou 65% de todos os bloqueios na região. Novamente, o Brasil é o país mais atacado por “*phishing*” na América Latina, seguido pelo Equador — ambos estão na lista mundial dos 10 países mais atacados por *phishing* e ocupam, respectivamente, a 6º e 8º posições.

A matéria aponta, com base em pesquisa realizada pela empresa de segurança Fortinet, que R\$ 103 bilhões foram roubados no Brasil, no ambiente digital, colocando o nosso país na segunda colocação entre os que mais sofrem crimes cibernéticos na América Latina.

Por todo o exposto, fica evidente que a sociedade deve enfrentar o problema em várias frentes e as chamadas *bigtechs* precisam se inserir nesse ambiente para coibirmos esse faroeste digital, um mercado paralelo e lucrativo, em prejuízo da competitividade e da confiabilidade da nossa economia e da saúde mental e financeira das famílias da nossa nação, cada vez mais atacadas no ambiente cibernético.



O que se pretende, por fim, é estipular para as plataformas medidas que já são exigidas para outros setores no sentido de “conhecer o seu cliente” vez que, ante a ausência dessas exigências, estão sendo utilizadas para atrair fraudadores e criminosos.

Ante o exposto, somos pela aprovação do Projeto de Lei nº 242, de 2024 na forma do substitutivo.

Sala da Comissão, de de 2025.

Datado e assinado digitalmente

Deputado VINICIUS CARVALHO

Relator



COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 242, DE 2024

NOVA EMENTA: Dispõe sobre medidas para o aumento da segurança nas transações envolvendo empresas que disponibilizam plataformas de pagamento online, dispõe sobre o combate a fraudes no ambiente cibernético e dá outras providências.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta lei dispõe sobre medidas o aumento da segurança nas transações envolvendo empresas que disponibilizam plataformas de pagamento online, dispõe sobre o combate a fraudes no ambiente cibernético e dá outras providências.

Art. 2º As plataformas digitais que oferecem serviços ao público brasileiro adotarão políticas, procedimentos e controles internos visando à prevenção da utilização do ambiente cibernético para a prática dos crimes, fraudes e golpes contra os consumidores.

Parágrafo único. As políticas, procedimentos e controles de que trata o caput deve ser compatível com os perfis de risco:

I - dos clientes;

II - da plataforma digital; e

IV - dos funcionários, parceiros e prestadores de serviços terceirizados.

Art. 3º As plataformas digitais deverão instituir cadastros confiáveis e auditáveis com vistas à prevenção das ilicitudes descritas no art. 2º.

§1º. As plataformas digitais terão responsabilidade objetiva pelos prejuízos financeiros sofridos pelos consumidores que forem vítimas de golpes na internet, em decorrência de falha, omissão ou desídia das plataformas digitais no cadastramento e seleção de anunciantes.

§2º. As plataformas digitais deverão definir procedimentos voltados à avaliação e à análise prévia dos anúncios de produtos e serviços, por meio de seus canais, com vistas à efetiva prevenção do risco de fraudes, golpes e crimes que gerem prejuízos financeiros ao consumidor.



Art. 4º. As plataformas digitais referidas no art. 2º devem realizar avaliação interna com o objetivo de identificar e mensurar o risco de utilização de seus produtos e serviços na prática da divulgação de falsos anúncios que possuam a finalidade fraudar relações de consumo ou aplicar golpes que gerem prejuízos financeiros aos consumidores.

§ 1º Para identificação do risco de que trata o caput, a avaliação interna deve considerar, no mínimo, os perfis de risco:

I - dos clientes;

II - da plataforma, incluindo o modelo de negócio e a área geográfica de atuação;

III - das operações, transações, produtos e serviços, abrangendo todos os canais de distribuição e a utilização de tecnologias; e

IV - das atividades exercidas pelos funcionários, parceiros e prestadores de serviços terceirizados.

§ 2º O risco identificado deve ser avaliado quanto à sua probabilidade de ocorrência e à magnitude dos impactos financeiro, jurídico, reputacional e socioambiental para a plataforma e para os consumidores.

§ 3º Devem ser definidas categorias de risco que possibilitem a adoção de controles de gerenciamento e de mitigação reforçados para as situações de maior risco e a adoção de controles simplificados nas situações de menor risco.

§ 4º Devem ser utilizadas como subsídio à avaliação interna de risco, quando disponíveis, avaliações realizadas por entidades públicas do País.

Art. 5º As plataformas digitais mencionadas no art. 2º devem implementar procedimentos destinados a conhecer seus clientes, incluindo procedimentos que assegurem a devida diligência na sua identificação, qualificação e classificação.

§ 1º Os procedimentos referidos no caput devem ser compatíveis com:

I - o perfil de risco do cliente, contemplando medidas reforçadas para clientes classificados em categorias de maior risco, de acordo com a avaliação interna de risco referida no art. 8º;

II - a política de prevenção a anúncios fraudulentos;

III - a avaliação interna de risco de que trata o art. 4º.

§ 2º Os procedimentos mencionados no caput devem ser formalizados em manual específico.

§ 3º O manual referido no § 2º deve ser aprovado pela diretoria da instituição e mantido atualizado.



Art. 5º. Os procedimentos previstos nesta Lei devem ser observados sem prejuízo do disposto na regulamentação que disciplina produtos e serviços específicos.

Art. 6º. As plataformas objeto desta lei devem adotar procedimentos de identificação que permitam verificar e validar a identidade dos seus clientes, sejam pessoas físicas ou pessoas jurídicas.

§ 1º Os procedimentos referidos no caput devem incluir a obtenção, a verificação e a validação da autenticidade de informações de identificação do cliente, inclusive, se necessário, mediante confrontação dessas informações com as disponíveis em bancos de dados de caráter público e privado.

§ 2º No processo de identificação do cliente devem ser coletados, no mínimo:

I - o nome completo, o endereço residencial e o número de registro no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF), no caso de pessoa natural; e

II - a firma ou denominação social, o endereço da sede e o número de registro no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), no caso de pessoa jurídica.

§ 3º No caso de cliente pessoa natural residente no exterior desobrigada de inscrição no CPF, na forma definida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil, admite-se a utilização de documento de viagem na forma da Lei, devendo ser coletados, no mínimo, o país emissor, o número e o tipo do documento.

§ 4º No caso de cliente pessoa jurídica com domicílio ou sede no exterior desobrigada de inscrição no CNPJ, na forma definida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil, as instituições devem coletar, no mínimo, o nome da empresa, o endereço da sede e o número de identificação ou de registro da empresa no respectivo país de origem.

Art. 7º. As informações referidas no art. 6º devem ser mantidas atualizadas.

Art. 8º. As instituições mencionadas no art. 2º devem adotar procedimentos que permitam qualificar seus clientes por meio da coleta, verificação e validação de informações, compatíveis com o perfil de risco do cliente e com a natureza da relação de negócio objeto do anúncio nas plataformas digitais.

Art. 9º As empresas que disponibilizam plataformas de pagamento online ficam obrigadas a fornecer comprovante de pagamento aos consumidores que realizarem transações por meio de suas plataformas mantidas em meio eletrônico e utilizadas nas compras de produtos ou contratação de serviços feitas a distância.

Art. 10 O comprovante de pagamento deverá ser disponibilizado tanto para o consumidor que efetuou o pagamento, quanto para o estabelecimento que recebeu o pagamento, sempre que solicitado por qualquer uma das partes envolvidas na transação.



Art. 11 O comprovante de pagamento deverá conter as informações essenciais da transação, tais como:

I - o valor pago;

II - a identificação das partes envolvidas;

III - a data e hora da transação, e

IV - demais informações relevantes para a comprovação da autenticidade da operação de pagamento realizada.

Art. 12 As empresas mencionadas no artigo 2º desta Lei ficam obrigadas a disponibilizar para o consumidor acesso a meios eficientes para a solicitação e obtenção do comprovante de pagamento, sem a necessidade de qualquer contato por via telefônica ou de autorização judicial.

Art. 13 Em caso de descumprimento do disposto nesta Lei, as empresas estarão sujeitas às penalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor, sem prejuízo de outras sanções cíveis cabíveis.

Art. 14 Esta Lei entra em vigor no prazo de 60 (sessenta) dias de sua publicação.

Sala da Comissão, de maio de 2025.

Datado e assinado digitalmente

Deputado VINICIUS CARVALHO

Relator

