



CÂMARA DOS DEPUTADOS

*PROJETO DE LEI N.º 4.880, DE 2023 (Dos Srs. Celso Russomanno e outros)

Estabelece regras para o oferecimento de programas de milhagem pelas empresas aéreas.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-2767/2023.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

(*) Avulso atualizado em 17/6/825 para inclusão de coautor.

PROJETO DE LEI Nº , DE 2023
(Do Sr. CELSO RUSSOMANNO e SR. ODAIR CUNHA)

Estabelece regras para o oferecimento de programas de milhagem pelas empresas aéreas.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei estabelece regras para o oferecimento de programas de milhagem pelas empresas aéreas.

Art. 2º Para os fins desta lei, considera-se programa de milhagem qualquer programa oferecido por empresa aérea que envolva a acumulação de milhas ou de pontos que possam ser utilizados para a aquisição de passagens aéreas da própria empresa ou de produtos ou serviços fornecidos por empresas parceiras.

Art. 3º É vedado às empresas aéreas que ofereçam programas de milhagem:

I - proibir ou limitar a venda das milhas ou dos pontos pelo consumidor;

II - condicionar a transferência das milhas ou dos pontos pelo consumidor a outrem ao pagamento de taxas;

III - atribuir prazo de validade para o uso das milhas ou dos pontos pelo consumidor;

IV - cancelar ou suspender as contas dos usuários dos programas, salvo comprovada a ocorrência de fraude; e

V - cancelar os bilhetes emitidos com milhas ou pontos, salvo comprovada a ocorrência de fraude.



* C D 2 3 4 6 3 1 0 2 8 7 0 0 *

Art. 4º As empresas aéreas que ofereçam programas de milhagem deverão:

I - comunicar o consumidor com antecedência mínima de seis meses sobre a alteração das condições do programa ou sobre seu cancelamento;

II - disponibilizar em seu sítio na internet e em seus aplicativos ferramenta para que o consumidor possa efetuar a outrem a transferência parcial ou integral das suas milhas ou de seus pontos com segurança; e

III - encaminhar mensalmente ao e-mail cadastrado pelo consumidor extrato consolidado e em linguagem acessível com informações claras sobre a movimentação de milhas ou pontos ocorrida no mês anterior e sobre a quantidade atual de milhas ou pontos que o consumidor detém.

Art. 5º O descumprimento do disposto nesta lei sujeitará o infrator às penalidades previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 6º Esta lei entra em vigor após decorridos noventa dias de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

Em recente audiência pública realizada na Comissão de Defesa do Consumidor, falei sobre a necessidade de regulamentação dos programas de milhagem. De fato, esse é um segmento que precisa de regras mínimas para proteção do consumidor, que tem sido a parte prejudicada nessa relação de consumo.

Desde a criação dos programas de milhagem, o principal argumento das empresas aéreas para a imposição de regras que restringem o uso das milhas pelo consumidor é o de que as milhas não mais são do que bonificações dadas gratuitamente ao consumidor sem nenhuma contraprestação pecuniária por isso – o que não é exatamente verdade.



* C D 2 3 4 6 3 1 0 2 8 7 0 0 *

A realidade é que as milhas são verdadeiros ativos, que são comercializados diretamente pelas empresas aéreas e por empresas intermediárias, como foi o caso da 123Milhas e como é o caso de agências de viagens e de diversas outras empresas. Ora, se as próprias empresas aéreas vendem milhas e as recebem para o fornecimento de serviços, é inegável que as milhas são ativos.

Portanto, não importa o quanto se insista na tese de que se trata de mera liberalidade dada pela empresa, pois a realidade está aí para que todos vejam: as milhas não são gratuitas, mas onerosas. Isso porque o acúmulo de milhas por meio de cartão de crédito e de compras em determinadas instituições é fruto de parcerias das empresas aéreas com essas outras empresas e, embora não seja transparente para o consumidor, isso tem um valor, que é o valor da retenção do cliente pela instituição financeira ou pelas empresas que oferecem milhas, bem como um custo para o consumidor, que está embutido no preço dos produtos e serviços que ele adquire.

Estima-se que a perda anual dos consumidores por milhas não usufruídas no prazo de sua validade seja em torno de quarenta bilhões de reais. Ou seja, o consumidor perde anualmente quarenta bilhões de reais em ativos que poderiam ser usados para a compra de produtos ou serviços ou mesmo comercializados. E esses valores retornam para as empresas que oferecem o programa de milhagem, que se exoneram da obrigação de oferecer serviços em troca das milhas ou dos pontos.

Assim, com o objetivo de proteger o consumidor, proponho a criação de regras mínimas para os programas de milhagem. Tratando-se de um ativo que tem valor de mercado, proponho que seja obrigatório permitir ao consumidor a venda das suas milhas parcial ou totalmente, sem a necessidade de intermediários, sem a cobrança de taxas, e por meio de plataforma oferecida pela própria empresa emissora das milhas ou dos pontos.

Além disso, proponho o fim do prazo de validade para o uso das milhas ou dos pontos pelo consumidor, uma vez que essa regra prejudica excessivamente o consumidor, que perde o direito ao uso dos seus ativos por pura discricionariedade da empresa que oferece o programa. Ora, não se trata



* C D 2 3 4 6 3 1 0 2 8 7 0 0 *

de um benefício decorrente de uma campanha promocional temporária, que se esgota no tempo, mas de um ativo que é continuamente comercializado e que tem valor financeiro. Tanto é que algumas empresas aéreas permitem a reativação de milhas expiradas cobrando, no entanto, uma taxa do consumidor por isso – diga-se: uma taxa para que o consumidor readquira o direito de usar um ativo que já era seu. Dessa forma, fica evidente que a prescrição das milhas corresponde à retirada imotivada de um benefício já recebido pelo consumidor e que, portanto, a imposição de prazo de validade das milhas deve ser uma conduta vedada às empresas que ofereçam programas de milhagem.

Propomos também uma previsibilidade mínima das regras dos programas de milhagem, de maneira que eventuais alterações das regras ou condições do programa, assim como o seu cancelamento, devem ser comunicadas ao consumidor com antecedência mínima de seis meses. Atualmente, essa possibilidade de alteração é ampla e varia de acordo com cada programa, permitindo a alteração unilateral dos programas pelas empresas aéreas inclusive com relação às formas de resgate das milhas ou pontos.

Por fim, propomos a obrigatoriedade do encaminhamento de informações ao cliente a respeito das milhas ou dos pontos acumulados mensalmente pelo consumidor, a fim de garantir ao consumidor o amplo acesso aos benefícios de que pode usufruir.

Certos de que esse é um segmento que carece de regras mínimas para evitar condutas que prejudicam excessivamente os consumidores, solicitamos aos nobres pares o apoio à nossa proposta, a qual visa a proteção dos consumidores brasileiros.

Sala das Sessões, em _____ de _____ de 2023.

Deputado CELSO RUSSOMANNO

2023-15585



* C D 2 2 3 4 6 3 1 0 2 2 8 7 0 0 *



Projeto de Lei (Do Sr. Celso Russomanno)

Estabelece regras para o
oferecimento de programas de milhagem
pelas empresas aéreas.

Assinaram eletronicamente o documento CD234631028700, nesta ordem:

- 1 Dep. Celso Russomanno (REPUBLIC/SP)
- 2 Dep. Odair Cunha (PT/MG) - Fdr PT-PCdoB-PV



COAUTOR

Deputado José Guimarães - PT/CE

**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO – CEDI

Coordenação de Organização da Informação Legislativa – CELEG

LEI N° 8.078, DE 11 DE
SETEMBRO DE 1990

<https://normas.leg.br/?urn=urn:lex:br:federal:lei:199009-11;8078>

FIM DO DOCUMENTO