

PLENÁRIO

EMENDA AO SUBSTITUTIVO DO PROJETO DE LEI Nº 2.767, DE 2023

Apensados: PL nº 4.880/2023, PL nº 4.934/2023 e PL nº 5.601/2023

Regulamenta os programas de milhagem das companhias aéreas.

Apresentação: 21/10/2025 20:21:38.587 - PLEN
EMP 12 => PL 2767/2023
EMP n.12

EMENDA Nº

Dê-se ao inciso III do artigo 5º, a seguinte redação:

“Art. 5º As empresas administradoras de programas de fidelidade, a partir da vigência desta Lei, deverão:

.....
.....

III - em caso de encerramento ou alteração dos programas de fidelidade, garantir aos clientes participantes a continuidade do acesso aos benefícios adquiridos, sem prejuízo da manutenção dos pontos, milhas ou benefícios acumulados, [por prazo determinado previsto no regulamento de cada programa](#).

.....” (NR)

JUSTIFICATIVA

A inclusão de um prazo determinado para a utilização dos benefícios acumulados em programas de fidelidade, após seu encerramento ou alteração, é medida essencial que visa fortalecer a proteção ao consumidor, garantir segurança jurídica e promover previsibilidade e equilíbrio nas relações de consumo, conforme detalhado abaixo:

- **Proteção contra perdas abruptas:** A previsão de um prazo determinado em caso de encerramento ou alteração dos programas de fidelidade protege os consumidores diante de mudanças inesperadas, assegurando tempo suficiente para que utilizem seus pontos, milhas ou benefícios já conquistados.
- **Transparência e confiança:** A clareza sobre o prazo para uso dos pontos nessas situações reforça a confiança do consumidor no programa e na empresa administradora, fortalecendo o ambiente de negócios e a confiabilidade do setor.
- **Equilíbrio na relação consumidor-empresa:** O prazo de validade dos pontos é imprescindível, a fim de manter a viabilidade econômico-financeira do modelo de negócio assumido pelas empresas que criam os programas de fidelização. Ao obrigar que determinada empresa se comprometa por prazo indeterminado (ou excepcionalmente longo) a disponibilizar



o resgate dos benefícios corre-se o risco de tornar inviável a oferta do benefício em si, gerando onerosidade excessiva para a relação contratual estabelecida entre o consumidor e empresa administradora dos programas. Isso porque todos os pontos e milhas acumulados pelos clientes e disponibilizados nos programas de fidelização precisam ser provisionados. A necessidade de provisionamento é originada do fato de que gestor do programa precisa ter disponibilidade financeira para arcar com o resgate dos pontos acumulados pelos clientes, uma vez que os pontos representam uma unidade de valor. Nesse sentido, o fornecedor tem um custo para adquirir essas recompensas resgatadas pelo cliente e, por conta disso, deve provisionar tal custo enquanto os pontos estiverem vigentes. Isso significa dizer que, na hipótese de os pontos não estarem sujeitos a um prazo determinado para uso, o gestor do programa teria que provisionar o valor dos pontos acumulados por período indeterminado, o que aumenta excessivamente o custo da manutenção de programa e colocaria o setor dos programas de fidelidade em risco.

- **Planejamento e previsibilidade:** O encerramento ou alteração de um programa de fidelidade impacta diretamente toda a estrutura operacional responsável pela manutenção dos benefícios oferecidos ao consumidor. Em caso de encerramento ou alteração do programa, esse operacional deixará de existir ou será alterado e, por esse motivo, é necessário que as empresas administradoras definam o prazo de uso dos pontos já acumulados. Dessa forma, os consumidores poderão planejar o uso dos seus pontos ou milhas sem risco de prejuízo e as empresas administradoras mantêm a prerrogativa de alteração ou encerramento dos seus respectivos programas. Essa flexibilidade é fundamental para a sustentabilidade e a inovação do setor, permitindo ajustes diante de cenários econômicos, tecnológicos ou de mercado, especialmente para programas que envolvem grandes volumes de pontos ou milhas.
- **Harmonização com práticas do mercado internacional:** A previsão de prazo determinado para uso dos pontos após encerramento ou alteração de programas de fidelidade já é adotada em mercados como Estados Unidos e Europa. Nessas jurisdições, empresas comunicam previamente as mudanças e estabelecem prazos claros para resgate dos benefícios, garantindo transparência e segurança para consumidores e empresas. A adoção dessa prática no Brasil promove aproximação do setor nacional aos padrões internacionais, favorecendo a competitividade do nosso mercado.

Sala das Sessões, em de de 2025.

Datado e assinado digitalmente

Deputado VINICIUS CARVALHO

Republicanos/SP





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Infoleg - Autenticador

Emenda de Plenário a Projeto com Urgência

Deputado(s)

- 1 Dep. Vinicius Carvalho (REPUBLIC/SP)
- 2 Dep. Rodrigo Valadares (UNIÃO/SE) - LÍDER
- 3 Dep. Gilberto Abramo (REPUBLIC/MG) - LÍDER do REPUBLIC
- 4 Dep. Sóstenes Cavalcante (PL/RJ) - LÍDER do PL

Apresentação: 21/10/2025 20:21:38.587 - PLEN
EMP 12 => PL 2767/2023

EMP n.12



Para verificar as assinaturas, acesse <https://infoleg-autenticidade-assinatura.camara.leg.br/CD253743697700>
Assinado eletronicamente pelo(a) Dep. Vinicius Carvalho e outros