



PROJETO DE LEI Nº , DE 2026
(Do Sr. RICARDO AYRES)

Regulamenta os programas instituídos ou administrados por fornecedores de bens e serviços visando à retenção de clientes, denominados programas de fidelidade, e estabelece regras sobre liquidez, transferência, comercialização e circulação econômica de pontos, milhas ou equivalentes.

O Congresso Nacional decreta:

CAPÍTULO I

DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei disciplina os programas instituídos ou administrados por fornecedores de bens e serviços visando à retenção, fidelização, recorrência comercial ou incentivo de clientes, denominados programas de fidelidade, estabelecendo regras sobre sua estrutura, funcionamento, liquidez, circulação econômica e direitos dos clientes participantes.

§ 1º Os programas de fidelidade compreendem sistemas organizados de acumulação de pontos, milhas ou equivalentes vinculados a transações econômicas.

§ 2º Os pontos poderão ser utilizados para obtenção de benefícios, produtos, serviços, experiências, descontos ou moeda corrente, conforme o regime do programa.

§ 3º A interpretação desta Lei observará os princípios da transparência, boa-fé, proteção do consumidor, livre concorrência e preservação do valor econômico dos pontos.





CAPÍTULO II DAS DEFINIÇÕES

Art. 2º Para os fins desta Lei, consideram-se:

I – programas de fidelidade: sistemas nos quais clientes acumulam pontos, milhas ou equivalentes com valor econômico;

II – fidelização por benefícios: programa sem conversão em moeda corrente;

III – fidelização transacional: programa que admite conversão em moeda corrente por meio de operador independente de liquidez;

IV – cliente participante: pessoa natural ou jurídica cadastrada;

V – empresa parceira de conversão: intermediadora de operações com pontos, milhas ou equivalentes;

VI – operador independente de liquidez: pessoa jurídica independente contratada para oferecer mecanismo efetivo, contínuo e acessível de conversão de pontos, milhas ou equivalentes em moeda corrente;

VII – mecanismo oficial de liquidez: sistema que permite a conversão real em moeda corrente;

VIII – cessão onerosa: venda, alienação ou transferência econômica de pontos, milhas ou equivalentes mediante contraprestação;

IX – mercado secundário: negociação entre clientes participantes e terceiros envolvendo pontos, milhas ou equivalentes;

X – identificação biométrica: qualquer método de autenticação baseado em dado biométrico, inclusive biometria facial, impressão digital, reconhecimento de íris, voz ou tecnologia equivalente.

CAPÍTULO III DO REGIME DE LIQUIDEZ

Art. 3º Para os fins desta Lei, o regime de liquidez dos programas de fidelidade corresponde ao conjunto de regras que define se os





pontos, milhas ou equivalentes acumulados pelos clientes participantes podem ser convertidos em moeda corrente por meio de mecanismo oficial de liquidez.

§ 1º O regime de liquidez será classificado exclusivamente em:

I – regime com liquidez oficial, quando o programa disponibilizar mecanismo efetivo, contínuo e acessível de conversão em moeda corrente por meio de operador independente de liquidez;

II – regime sem liquidez oficial, quando inexistir tal mecanismo ou este não atender aos requisitos desta Lei.

§ 2º Considera-se existente o regime com liquidez oficial somente quando:

I – houver conversão real em moeda corrente;

II – o mecanismo estiver disponível de forma regular e contínua;

III – não houver barreiras operacionais ou comerciais relevantes ao seu uso;

IV – o operador independente atender integralmente aos requisitos desta Lei.

§ 3º Considera-se inexistente o regime de liquidez quando:

I – o mecanismo for meramente formal, simbólico ou residual;

II – houver barreiras que inviabilizem ou dificultem significativamente a conversão;

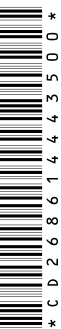
III – o acesso não for disponibilizado à generalidade dos clientes;

IV – o operador não cumprir os requisitos legais.

§ 4º A classificação independe da nomenclatura adotada pelo programa.

§ 5º O regime de liquidez produzirá os seguintes efeitos:

I – regime com liquidez oficial: aplica-se o art. 4º;





II – regime sem liquidez oficial: aplica-se o art. 5º.

CAPÍTULO IV

DO REGIME DE FUNCIONAMENTO

Art. 4º Os programas de fidelidade submetidos a regime com liquidez oficial, assim entendido aquele em que houver mecanismo oficial, efetivo, contínuo e acessível de conversão de pontos, milhas ou equivalentes em moeda corrente, por meio de operador independente de liquidez que atenda aos requisitos desta Lei, poderão estabelecer, em regulamento, regras próprias de funcionamento, utilização, circulação econômica, transferência, indicação de beneficiários, autenticação, prevenção à fraude e comercialização de pontos, milhas ou equivalentes.

§ 1º Na hipótese prevista no caput, poderá o programa de fidelidade, sem prejuízo de outras medidas compatíveis com esta Lei:

I – vedar a cessão onerosa, comercialização, intermediação ou transferência de pontos, milhas ou equivalentes a terceiros não autorizados pelo programa;

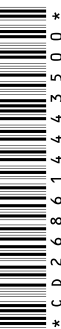
II – limitar a quantidade de beneficiários, passageiros, usuários indicados ou destinatários por cliente participante;

III – estabelecer critérios próprios para cadastramento, elegibilidade, substituição, utilização e alteração de beneficiários;

IV – bloquear, suspender, restringir, revisar ou encerrar contas de clientes participantes quando houver indícios razoáveis de fraude, simulação, falsidade cadastral, uso irregular, violação do regulamento, burla ao sistema de autenticação ou descumprimento das condições do programa;

V – adotar regras de autenticação, segurança, validação, monitoramento, rastreabilidade, auditoria e conferência das operações realizadas no âmbito do programa;

VI – restringir ou vedar a atuação de empresas intermediadoras não reconhecidas, não autorizadas ou não integradas ao arranjo de liquidez do programa;





VII – estabelecer lotes mínimos e máximos, limites operacionais, prazos, critérios de utilização, formas de emissão, regras de transferência e parâmetros técnicos para o uso dos pontos, milhas ou equivalentes.

§ 2º As faculdades previstas neste artigo somente serão válidas quando, cumulativamente:

I – o mecanismo oficial de liquidez estiver efetivamente implantado e em funcionamento regular;

II – houver conversão real de pontos, milhas ou equivalentes em moeda corrente, em favor do cliente participante;

III – o acesso ao mecanismo de liquidez estiver disponível em bases objetivas, transparentes, não discriminatórias e razoavelmente acessíveis aos clientes submetidos a condições equivalentes;

IV – o operador independente de liquidez atender integralmente aos requisitos legais e atuar com efetiva autonomia em relação ao programa de fidelidade, à companhia aérea, à instituição financeira ou à empresa do mesmo grupo econômico.

§ 3º O programa de fidelidade poderá contratar um ou mais operadores independentes de liquidez, sendo facultada a adoção de parceria exclusiva com único operador, desde que observados os requisitos desta Lei e mantida a efetividade do mecanismo oficial de liquidez.

§ 4º A mera existência formal de contrato com operador independente de liquidez, desacompanhada de efetiva conversão em moeda corrente, não autoriza a imposição das restrições previstas neste artigo.

Art. 5º Os programas de fidelidade submetidos a regime sem liquidez oficial, assim entendido aquele em que inexista mecanismo oficial, efetivo, contínuo e acessível de conversão de pontos, milhas ou equivalentes em moeda corrente por meio de operador independente de liquidez que atenda aos requisitos desta Lei, não poderão adotar qualquer restrição, direta ou indireta, à cessão onerosa, comercialização, intermediação ou transferência econômica de pontos, milhas ou equivalentes pelos clientes participantes.

Câmara dos Deputados | Anexo III – Gabinete 676 | CEP: 70160-900 – Brasília/DF
Tel (61) 3215-2676 | dep.ricardoayres@camara.leg.br





§ 1º Na hipótese prevista no caput, é vedado ao programa de fidelidade, inclusive por meio de regulamento, termo de adesão, política interna, procedimento operacional, exigência tecnológica, autenticação reforçada, critério de emissão ou qualquer outro instrumento contratual ou técnico:

I – proibir, restringir, limitar ou dificultar a venda, cessão onerosa, comercialização, intermediação ou transferência de pontos, milhas ou equivalentes a terceiros;

II – limitar a quantidade de beneficiários, passageiros, usuários indicados ou destinatários com a finalidade, o efeito ou a consequência prática de impedir, desestimular ou encarecer a comercialização;

III – bloquear, suspender, restringir, revisar, encerrar ou penalizar contas de clientes participantes em razão da venda, cessão onerosa, comercialização, intermediação ou transferência econômica realizada de forma lícita;

IV – cancelar, invalidar, anular, reter, suspender ou recusar emissões, resgates, transferências, bilhetes, reservas, produtos, serviços, benefícios ou quaisquer utilidades emitidas com pontos, milhas ou equivalentes sob o fundamento exclusivo de que houve operação econômica com terceiros;

V – impor exigências cadastrais, documentais, operacionais, tecnológicas, temporais ou procedimentais que tenham por objeto ou efeito inviabilizar, dificultar, atrasar, onerar ou desestimular de forma desproporcional a comercialização lícita;

VI – declarar nulas, ineficazes ou irregulares as operações realizadas entre clientes participantes e terceiros, ressalvadas as hipóteses de fraude comprovada, falsidade, determinação judicial ou ilicitude expressa;

VII – aplicar sanções indiretas, retenção de saldo, limitação de acesso, restrição de funcionalidades, bloqueio preventivo genérico ou qualquer outra medida retaliatória em razão da comercialização lícita dos pontos, milhas ou equivalentes;





VIII – exigir, condicionar ou submeter o acesso, utilização, emissão, resgate, transferência ou qualquer outra forma de exercício de direitos relacionados a pontos, milhas ou equivalentes à realização de identificação biométrica.

§ 2º Serão nulas de pleno direito as cláusulas contratuais, disposições regulamentares, termos de uso, políticas operacionais ou práticas internas que contrariem o disposto neste artigo.

§ 3º O programa de fidelidade poderá adotar medidas razoáveis e proporcionais de prevenção à fraude, segurança da informação, verificação cadastral e integridade operacional, desde que tais medidas:

I – sejam objetivas, justificáveis e tecnicamente proporcionais ao risco identificado;

II – não tenham por finalidade nem por efeito prático restringir a comercialização lícita dos pontos, milhas ou equivalentes;

III – sejam aplicadas de modo isonômico e não discriminatório;

IV – não sejam utilizadas como instrumento indireto de proibição, limitação ou inviabilização da circulação econômica dos pontos, milhas ou equivalentes.

§ 4º A inexistência de liquidez oficial impede o programa de fidelidade de exercer controle exclusivo, monopólio econômico ou ingerência impeditiva sobre a conversão econômica dos pontos, milhas ou equivalentes acumulados pelos clientes participantes.

§ 5º Para os fins desta Lei, considera-se abusiva, desproporcional e incompatível com o regime sem liquidez oficial a exigência de identificação biométrica, inclusive biometria facial, como condição para o exercício de direitos do cliente participante, devendo o programa disponibilizar meios alternativos de autenticação que sejam razoáveis, acessíveis e não discriminatórios.

Art. 6º A realização, pelo programa de fidelidade, de venda direta ou indireta de pontos, milhas ou equivalentes mediante pagamento em





moeda corrente obriga, para todos os efeitos desta Lei, a disponibilização de mecanismo oficial, efetivo, contínuo e acessível de liquidez ao cliente participante, por meio de operador independente de liquidez que atenda aos requisitos legais.

§ 1º Considera-se venda direta ou indireta, para os fins deste artigo, toda operação em que o programa de fidelidade, a administradora, seus parceiros comerciais, sua rede de distribuição ou qualquer pessoa atuando em seu benefício, direta ou indiretamente, aufera receita, pagamento, contraprestação ou vantagem econômica em razão da colocação onerosa de pontos, milhas ou equivalentes ao cliente participante, incluindo, sem limitação:

I – venda direta de pontos, milhas ou equivalentes;

II – clubes de assinatura, planos recorrentes ou modalidades correlatas;

III – campanhas promocionais de compra, aceleração, complemento, antecipação ou reforço de saldo;

IV – venda por parceiros comerciais, emissores de cartão, instituições financeiras, varejistas, plataformas ou intermediários autorizados;

V – qualquer outro arranjo em que o cliente participante pague, direta ou indiretamente, para adquirir, complementar, acelerar, antecipar ou ampliar saldo de pontos, milhas ou equivalentes.

§ 2º A obrigação prevista no caput decorre da exploração econômica onerosa dos pontos, milhas ou equivalentes perante o cliente participante e independe da nomenclatura contratual adotada, da forma de cobrança, da natureza promocional da oferta ou da classificação formal do programa.

§ 3º Na ausência do mecanismo oficial de liquidez previsto neste artigo, o programa ficará automaticamente submetido ao regime sem liquidez oficial, aplicando-se integralmente o art. 5º desta Lei.

§ 4º É vedado ao programa vender, direta ou indiretamente, pontos, milhas ou equivalentes em moeda corrente e, simultaneamente,





impedir, restringir ou inviabilizar sua conversão econômica pelo cliente participante sem disponibilizar o mecanismo oficial de liquidez exigido por este artigo.

§ 5º O descumprimento deste artigo caracteriza prática abusiva, desequilíbrio contratual e infração ao regime jurídico instituído por esta Lei, sem prejuízo da incidência da legislação consumerista, concorrencial e civil aplicável.

Art. 7º Para os fins desta Lei, os programas de fidelidade classificam-se, quanto à sua estrutura econômica e ao respectivo regime jurídico, em:

- I – programas de fidelização por benefícios; e
- II – programas de fidelização transacional.

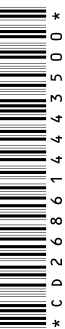
§ 1º Considera-se programa de fidelização por benefícios aquele que não disponha de mecanismo oficial de liquidez, nos termos desta Lei, e que, por conseguinte, não ofereça mecanismo oficial, efetivo, contínuo e acessível de conversão de pontos, milhas ou equivalentes em moeda corrente ao cliente participante, submetendo-se integralmente ao regime previsto no art. 5º.

§ 2º Considera-se programa de fidelização transacional exclusivamente aquele que disponha de mecanismo oficial de liquidez em efetivo funcionamento, nos termos desta Lei, apto a assegurar a conversão real dos pontos, milhas ou equivalentes em moeda corrente ao cliente participante, submetendo-se ao regime previsto no art. 4º, sem prejuízo do disposto no art. 6º.

§ 3º A classificação do programa não dependerá da nomenclatura utilizada pela administradora, pelo regulamento, por material promocional, por contrato de adesão ou por qualquer outra declaração unilateral, prevalecendo, para todos os efeitos legais, a análise de sua estrutura econômica efetiva e do funcionamento real do mecanismo de liquidez.

§ 4º A inexistência, inefetividade, indisponibilidade, descontinuidade ou inadequação do mecanismo oficial de liquidez

Câmara dos Deputados | Anexo III – Gabinete 676 | CEP: 70160-900 – Brasília/DF
Tel (61) 3215-2676 | dep.ricardoayres@camara.leg.br





descaracteriza automaticamente a natureza transacional do programa, submetendo-o, para todos os efeitos, ao regime sem liquidez oficial previsto nesta Lei.

§ 5º O programa não poderá se declarar, anunciar, classificar ou operar como programa de fidelização transacional sem que estejam presentes, de forma cumulativa:

- I – mecanismo oficial de liquidez regularmente implantado;
- II – operador independente de liquidez em conformidade com os requisitos legais;
- III – funcionamento efetivo, contínuo e acessível do mecanismo oficial de liquidez;
- IV – conversão real de pontos, milhas ou equivalentes em moeda corrente ao cliente participante.

§ 6º É vedado ao programa de fidelidade:

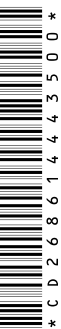
- I – se declarar, anunciar ou operar como programa de fidelização transacional sem o cumprimento integral dos requisitos legais;
- II – adotar práticas, estruturas ou comunicações que induzam o cliente participante a erro quanto à existência, extensão ou efetividade da liquidez.

CAPÍTULO V

DAS EMPRESAS INTERMEDIADORAS E DO OPERADOR INDEPENDENTE DE LIQUIDEZ

Art. 8º As empresas que atuem na intermediação, comercialização ou conversão de pontos, milhas ou equivalentes deverão observar, cumulativamente:

- I – regular constituição e funcionamento, na forma da legislação aplicável;
- II – rastreabilidade mínima das transações efetuadas;





III – observância da legislação de proteção de dados pessoais, consumerista, civil e concorrencial;

IV – adoção de práticas compatíveis com a boa-fé, a segurança das operações e a integridade do mercado.

§ 1º É vedada a criação, por programas de fidelidade, administradoras ou terceiros, de obstáculos artificiais, práticas discriminatórias ou estruturas destinadas a inviabilizar, dificultar ou encarecer de forma desproporcional a atuação regular das empresas intermediadoras no mercado secundário.

Art. 9º Constitui prática abusiva, para os fins desta Lei, qualquer conduta destinada a impedir, restringir, falsear ou esvaziar o funcionamento regular do mercado secundário de pontos, milhas ou equivalentes, inclusive por meio de exigências tecnológicas, contratuais, operacionais ou procedimentais desproporcionais.

§ 1º A liberdade de circulação econômica de pontos, milhas ou equivalentes, nos programas submetidos ao regime sem liquidez oficial, constitui consequência jurídica da ausência de mecanismo oficial de conversão em moeda corrente e não poderá ser neutralizada por expedientes indiretos.

§ 2º A adoção de medidas de prevenção à fraude, segurança da informação ou verificação cadastral não descaracteriza, por si só, a ilicitude da conduta, devendo, contudo, ser aferida à luz da proporcionalidade, da necessidade, da objetividade e da vedação ao uso retaliatório ou anticoncorrencial.

Art. 10. O operador independente de liquidez deverá atender, cumulativamente, aos seguintes requisitos mínimos para contratação por programas de fidelidade:

I – ser pessoa jurídica regularmente constituída e em funcionamento no território nacional;

II – comprovar, por meio de documentação contábil, fiscal e operacional idônea, experiência mínima de 7 (sete) anos na atividade de





comercialização, intermediação ou conversão de pontos, milhas ou equivalentes;

III – não ter ingressado em processo de recuperação judicial ou extrajudicial nos 7 (sete) anos anteriores à sua contratação;

IV – não ter concluído, encerrado ou obtido homologação de plano de recuperação judicial ou extrajudicial nos 7 (sete) anos anteriores à sua contratação;

V – não possuir, direta ou indiretamente, qualquer participação societária, vínculo societário, acordo de acionistas, relação de controle, coligação, dependência econômica relevante ou qualquer outra forma de ligação com companhias aéreas, programas de fidelidade, instituições financeiras emissoras de produtos vinculados ou empresas integrantes do mesmo grupo econômico;

VI – não manter arranjo que comprometa sua independência jurídica, econômica, operacional ou decisória;

VII – não possuir, em seu quadro societário, direto ou indireto, pessoa física ou jurídica que detenha participação, influência relevante ou vínculo econômico com companhias aéreas, programas de fidelidade ou empresas a eles relacionadas;

VIII – não manter, direta ou indiretamente, relação contratual, operacional ou financeira que comprometa sua independência, imparcialidade ou autonomia na formação de preços, condições de conversão ou acesso ao mecanismo de liquidez;

IX – comprovar atividade CNAE de intermediação de serviços por período mínimo de 7 (sete) anos.

§ 1º A independência do operador será aferida com base na realidade econômica e material do arranjo, sendo irrelevante a forma jurídica adotada ou a mera aparência formal de autonomia.

§ 2º Considera-se inexistente, para todos os efeitos desta Lei, o operador independente de liquidez que, ainda que formalmente constituído





como entidade autônoma, apresente qualquer forma de vínculo direto ou indireto com companhias aéreas, programas de fidelidade ou empresas a eles relacionadas, inclusive por meio de participação societária cruzada, acordos contratuais, dependência econômica, compartilhamento de governança, administração comum ou qualquer outro mecanismo que comprometa sua independência material.

§ 3º A utilização de estruturas artificiais, interpostas pessoas, acordos indiretos ou qualquer outro mecanismo destinado a simular independência caracteriza fraude à presente Lei.

CAPÍTULO VI DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 11. Esta Lei entra em vigor 12 (doze) meses após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os programas de fidelidade tornaram-se peça central da economia de consumo brasileira. Segundo a Associação Brasileira das Empresas do Mercado de Fidelização (Abemf), havia 299,7 milhões de cadastros em programas de fidelidade no quarto trimestre de 2025 e, no mesmo período, foram emitidos 258,1 bilhões de pontos/milhas. Apesar dessa relevância econômica, o setor permanece sem regulação específica, o que tem gerado insegurança jurídica e sucessivos conflitos entre fornecedores e consumidores.

O tema vem sendo debatido há mais de uma década nesta Casa. Já em 2013, o PL 6.484/2013 buscava disciplinar os programas de milhagem das companhias aéreas; mais recentemente, o PL 2.767/2023, de autoria do Deputado Amom Mandel e José Guimarães, ao qual foram apensadas diversas proposições — entre elas o PL 4.880/2023, de minha

Câmara dos Deputados | Anexo III – Gabinete 676 | CEP: 70160-900 – Brasília/DF
Tel (61) 3215-2676 | dep.ricardoayres@camara.leg.br



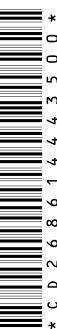


autoria —, ampliou o escopo para todos os programas de fidelidade. No curso dessa tramitação, evidenciou-se uma tensão central: de um lado, a defesa do consumidor e da livre circulação econômica dos pontos; de outro, o interesse das administradoras em restringir a comercialização e a transferência a terceiros.

O cerne da controvérsia reside numa contradição prática que esta proposição pretende corrigir. As administradoras vendem pontos e milhas ao consumidor — por venda direta, clubes de assinatura, campanhas de aceleração de saldo ou por meio de parceiros financeiros —, auferindo receita relevante dessa colocação onerosa. O valor de tabela do milheiro nos principais programas nacionais, por exemplo, situa-se na faixa de R\$ 70 a R\$ 80. Ao mesmo tempo, essas mesmas empresas impõem restrições severas à saída econômica desses ativos: limitam o número de beneficiários por CPF, proíbem ou dificultam a cessão a terceiros e bloqueiam contas sob suspeita de comercialização. Cria-se, assim, um monopólio econômico sobre a conversão de um ativo que o próprio consumidor adquiriu mediante pagamento: pode-se comprar, mas não se pode dispor livremente.

Esse desequilíbrio tem-se agravado com a adoção de exigências tecnológicas como instrumento de cerco ao mercado secundário. A imposição de biometria facial como condição para o resgate de passagens — medida que se intensificou ao longo de 2024 e 2025 — tem sido apresentada como ferramenta de segurança, mas, na prática, funciona também como barreira à circulação de pontos legitimamente adquiridos, onerando dados sensíveis do consumidor sem alternativa razoável de autenticação. A presente proposição enfrenta diretamente essa prática, vedando o condicionamento do exercício de direitos à identificação biométrica nos programas sem liquidez oficial e exigindo a disponibilização de meios alternativos, acessíveis e não discriminatórios.

A solução oferecida por esta minuta é estruturalmente distinta das tentativas anteriores e supera o impasse que travou os debates pretéritos. Em vez de simplesmente proibir ou liberar a venda de milhas — alternativas que, isoladas, ora desagradam ao consumidor, ora ao setor —, o projeto





condiciona a faculdade de restringir a circulação à existência de liquidez real. Por esse critério de reciprocidade, o programa que oferecer mecanismo oficial, efetivo, contínuo e acessível de conversão dos pontos em moeda corrente, por meio de operador independente, poderá legitimamente disciplinar transferências e prevenir fraudes (art. 4º); aquele que não oferecer tal mecanismo não poderá restringir a comercialização pelo consumidor (art. 5º). E quem vende pontos ao consumidor fica obrigado a garantir-lhe a contrapartida da liquidez (art. 6º), de modo que ninguém possa, simultaneamente, lucrar com a venda e aprisionar o ativo vendido.

O benefício ao consumidor é direto e mensurável. Quem não tiver acesso a mecanismo de conversão em dinheiro preserva o direito de dispor economicamente daquilo que comprou, sem retaliações, bloqueios arbitrários ou exigências biométricas abusivas. Quem tiver acesso a liquidez oficial passa a contar com uma saída real e fiscalizada para seus pontos. Em ambos os casos, a estrutura econômica efetiva do programa — e não a nomenclatura adotada unilateralmente pela administradora — define o regime aplicável, o que impede a evasão por meio de rotulações formais. A proposição também responde às preocupações legítimas suscitadas após casos de quebra de intermediadores de operações com pontos, ao admitir medidas proporcionais de prevenção à fraude e ao exigir requisitos de idoneidade e independência do operador de liquidez (art. 10), conciliando a proteção do consumidor com a integridade e a segurança do mercado.

Em síntese, este Projeto de Lei preserva o valor econômico dos pontos, assegura a livre circulação quando ausente a liquidez oficial, coíbe o uso abusivo da biometria e estabelece critério objetivo de equilíbrio entre fornecedores e consumidores. Contamos com o apoio dos ilustres Pares para sua aprovação.

Sala das Sessões, em de de 2026.


Deputado RICARDO AYRES

Câmara dos Deputados | Anexo III – Gabinete 676 | CEP: 70160-900 – Brasília/DF
Tel (61) 3215-2676 | dep.ricardoayres@camara.leg.br

