

# **COMISSÃO DE VIAÇÃO E TRANSPORTES**

## **PROJETO DE LEI N° 505, DE 2.003**

*“Altera a Lei nº7.565, de 19 de dezembro de 1986, que dispõe sobre o Código Brasileiro de Aeronáutica”, para disciplinar aspectos relativos à oferta de bilhetes com tarifas promocionais.”*

**Autor : Deputado Bismarck Maia**

**Relator : Deputado Chico da Princesa**

### **I – RELATÓRIO**

O projeto de lei em epígrafe propõe alterações na Lei nº7.565, de 19 de dezembro de 1986, que dispõe sobre o Código Brasileiro de Aeronáutica, para obrigar que as empresas aéreas divulguem, na sua publicidade, a quantidade de assentos em cada vôo com bilhetes de passagem oferecidos com tarifas promocionais.

Na justificativa, o autor alega que o Código de Proteção e Defesa do Consumidor determina, em seu art. 31, que a oferta e a apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações, como características, qualidades, quantidade, preço, entre outros dados, a fim de que o consumidor possa ter todas as informações necessárias para fazer sua escolha.

Dentro do prazo regimental não foram apresentadas emendas na Comissão de Viação e Transportes.

## II - VOTO DO RELATOR

Primeiramente, há que se distinguir tarifas aéreas promocionais de tarifas diferenciadas. As primeiras referem-se à prática de preços reduzidos de caráter temporário objetivando estimular a demanda, em geral, em períodos de baixa demanda de caráter sazonal. Têm período definido de início e de término de venda e de utilização. São cercadas de intensa campanha de comunicação, justamente para provocar impacto e atrair o maior público possível em intervalo de tempo reduzido. Já as tarifas diferenciadas têm caráter permanente e procuram atingir públicos específicos com diferentes sensibilidades a preços.

No transporte aéreo, a prática de preços diferenciados em um mesmo vôo (não promocionais) foi inaugurada na década de 80, para enfrentar as emergentes empresas de baixo custo. Hoje em dia, a gestão desse sistema, chamada de yield management é aplicada invariavelmente em todas as empresas aéreas modernas, cujas tarifas são calculadas por meio de sofisticadas técnicas estatísticas, as quais prevêem a demanda para cada tipo de classe tarifária.

O advento do yield management permitiu incorporar amplos segmentos de demanda até então excluídos do transporte aéreo, praticando preços diferenciados, proporcionando o acesso de um espectro sócio-econômico mais amplo de clientes. Hoje, o yield management não é apenas usado no transporte aéreo, mas também na hotelaria, no transporte marítimo, apenas para citar alguns exemplos.

Os métodos científicos aplicados nesse sistema possibilitam calcular de forma sistemática a quantidade de assentos que devem ser oferecidos em cada classe tarifária. As estimativas são feitas com base no histórico de vendas e permite alocar a quantidade ótima de assentos em cada classe tarifária, em cada dia, em cada vôo, em cada destino. Desta forma, os cálculos ganham grande complexidade porque, para cada decolagem, existe um cálculo específico.

Imagine então, uma empresa com quinhentas decolagens por dia, considerando que cada decolagem envolve passageiros com cerca de 5 destinos diferentes; dez níveis de preços para cada destino; e uma antecedência de disponibilidade para reserva de 12 meses. Neste quadro, a empresa aérea teria em seu sistema, em cada instante, 9 milhões de diferentes configurações de alocações de assentos. Obviamente, não é possível informar ao público a quantidade de assentos oferecidos em cada

nível tarifário para cada destino porque, além de ser enorme a quantidade de informações a serem prestadas, estas são modificadas continuamente.

Por outro lado, se não existisse o yield management, as empresas aéreas seriam obrigadas a praticar um preço único, que obviamente seria alto, restringindo a quantidade de clientes que poderiam pagar por seus serviços.

Atualmente, a compra dos serviços de uma empresa aérea é feita de forma autônoma por meio da Internet, sendo completa a informação do comprador sobre as diferentes opções disponíveis. Assim, a tentativa de uma empresa aérea anunciar algo que não oferece é contraproducente porque é facilmente desmascarado.

Fica claro, portanto, que para o caso de tarifas diferenciadas não há como estabelecer quantidades de assentos oferecidos em cada classe tarifária, pois isso varia em função das datas de compra da passagem e do vôo, além de sofrer constantes alterações, face ao comportamento do mercado.

Já no caso das tarifas promocionais é possível informar as quantidades de assentos oferecidos no material de divulgação da promoção ou nos locais de venda, além de informar ao Departamento de Aviação Civil o período de vendas, o preço das tarifas, período de uso e demais regras tarifárias.

Dessa forma, somos favoráveis à aprovação do Projeto de Lei nº 505, de 2003, por considerarmos que ele cria condições mais transparentes no relacionamento entre os clientes e as companhias aéreas. Entretanto, consideramos ser necessário esclarecer melhor o que são tarifas promocionais para evitar que as mesmas sejam confundidas com as tarifas diferenciadas. Assim, propomos a inclusão dos parágrafos 1º e 2º ao artigo 228-A do PL 505, de 2003, na forma do substitutivo anexo.

Sala da Comissão,      de      de 2005

**DEPUTADO FEDERAL CHICO DA PRINCESA**

## **COMISSÃO DE VIAÇÃO E TRANSPORTES**

### **SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI N° 505, DE 2003**

**Altera a Lei nº 7.565, de 19 de dezembro de 1986, que "dispõe sobre o Código Brasileiro de Aeronáutica", para disciplinar aspectos relativos à oferta de bilhetes com tarifas promocionais.**

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acrescenta dispositivo à Seção I do Capítulo II do Título VII da Lei nº 7.565, de 19 de dezembro de 1986, que "dispõe sobre o Código Brasileiro de Aeronáutica", para obrigar que as empresas aéreas divulguem, na sua publicidade, a quantidade de assentos em cada vôo com bilhetes de passagem oferecidos com tarifas promocionais.

Art. 2º A Seção I do Capítulo II do Título VII da Lei nº 7.565, de 19 de dezembro de 1986, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 228-A:

"Art. 228-A No caso de bilhetes de passagem oferecidos com tarifas promocionais, o transportador deverá divulgar, nas peças de publicidade correspondentes, o número de assentos em cada vôo reservados à promoção."

§ 1º – Para efeitos do disposto nesse artigo, tarifas promocionais são aquelas praticadas com preço reduzido, de caráter temporário, com período definido de início e de término de venda e de utilização, válidas em vôos pré-selecionados.

§ 2º - O transportador deverá informar previamente ao Departamento de Aviação Civil para cada promoção o período de vendas, quantidade de assentos disponibilizados em cada vôo, preço da tarifa, período de validade da promoção e demais regras tarifárias

Art. 3º Esta Lei entra em vigor após decorridos 30 (trinta) dias da data de sua publicação oficial.

Sala da Comissão, de de 2005

**DEPUTADO FEDERAL CHICO DA PRINCESA**