



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 505-A, DE 2003

(Do Sr. Bismarck Maia)

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; tendo parecer da Comissão de Viação e Transportes, pela aprovação, com substitutivo (relator: DEP. CHICO DA PRINCESA).

DESPACHO:

ÀS COMISSÕES DE:

VIAÇÃO E TRANSPORTES

CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54)

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Na Comissão de Viação e Transportes:

- parecer do relator
- substitutivo oferecido pelo relator
- parecer da Comissão
- substitutivo adotado pela Comissão

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 voo 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 voo reservados à promoção."

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

JUSTIFICAÇÃO

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 corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazo de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores" (grifos nossos). Esse dispositivo, válido para todas as relações de consumo, tem por objetivo fazer com que a oferta de um produto ou serviço (e, conseqüentemente, a publicidade relativa a essa oferta) seja suficientemente precisa, a fim de que o consumidor possa ter todos os dados necessários para fazer sua escolha. É bastante comum, por exemplo, que os estabelecimentos comerciais, ao veicularem na imprensa propaganda sobre promoções de vendas, informem quantas peças disponíveis existem de cada item.

Não obstante, a publicidade veiculada por empresas concessionárias do serviço de transporte aéreo parece desconhecer o referido dispositivo. Em geral, quando as companhias aéreas oferecem bilhetes a preços promocionais, elas não informam ao consumidor o número de assentos existentes em cada voo referentes a esses bilhetes. O resultado é de total desrespeito ao consumidor que, iludido, tenta adquirir os referidos bilhetes e não os encontra disponíveis.

A presente iniciativa tem por objetivo sanar esse problema. Pela inclusão de dispositivo no Código Brasileiro de Aeronáutica, fica clara a obrigatoriedade dos transportadores aéreos em relação à correta divulgação de todas as informações relacionadas à venda de bilhetes com tarifas promocionais,

preservando, dessa forma, o interesse do consumidor. O prazo de 30 dias para a entrada em vigor da norma legal pretende oferecer às empresas plenas condições de adaptarem-se à nova regra.

Na convicção da importância da matéria, esperamos contar com o apoio de todos em sua tramitação.

Sala das Sessões, em 26 de março de 2003.

Deputado **BISMARCK MAIA**

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI
--

LEI Nº 7.565, DE 19 DE DEZEMBRO DE 1986

DISPÕE SOBRE O CÓDIGO BRASILEIRO DE
AERONÁUTICA.

.....

TÍTULO VII
DO CONTRATO DE TRANSPORTE AÉREO

.....

CAPÍTULO II
DO CONTRATO DE TRANSPORTE DE PASSAGEIRO

**Seção I
Do Bilhete de Passagem**

.....

Art. 228. O bilhete de passagem terá a validade de um ano, a partir da data de sua emissão.

Art. 229. O passageiro tem direito ao reembolso do valor já pago do bilhete se o transportador vier a cancelar a viagem.

.....

.....

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

DISPÕE SOBRE A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR E
DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

.....

TÍTULO I DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....

CAPÍTULO V DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

.....

Seção II Da Oferta

.....

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

.....

.....

COMISSÃO DE VIAÇÃO E TRANSPORTES

I – RELATÓRIO

O projeto de lei em epígrafe propõe alterações na 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 voo 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 voo (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 prevêm 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 voo, 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 voo, 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, 16 de junho de 2005

DEPUTADO FEDERAL CHICO DA PRINCESA

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 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 voo 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 voo 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 voos 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 voo, 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, 16 de junho de 2005

DEPUTADO FEDERAL CHICO DA PRINCESA

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Viação e Transportes, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou unanimemente o Projeto de Lei nº 505/03, com substitutivo, nos termos do parecer do relator, Deputado Chico da Princesa.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Mário Assad Júnior - Presidente, Nelson Bornier - Vice-Presidente, Affonso Camargo, Beto Albuquerque, Carlos Santana, Chico da Princesa, Domiciano Cabral, Edinho Bez, Eliseu Padilha, Eliseu Resende, Francisco Appio, Giacobbo, Hélio Esteves, Jair de Oliveira, Leodegar Tiscoski, Marcelo Castro, Neucimar Fraga, Philemon Rodrigues, Telma de Souza, Vittorio Mediolì, Wellington Roberto, João Tota, Jurandir Boia, Marcello Siqueira e Pedro Fernandes.

Sala da Comissão, em 10 de agosto de 2005.

Deputado MÁRIO ASSAD JÚNIOR
Presidente

SUBSTITUTIVO ADOTADO PELA COMISSÃO

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 voo 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 voo 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 voos 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 voo, 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, em 10 de agosto de 2005.

Deputado MÁRIO ASSAD JÚNIOR
Presidente

FIM DO DOCUMENTO