

PARECER Nº , DE 2017

Da COMISSÃO DE TRANSPARÊNCIA, GOVERNANÇA, FISCALIZAÇÃO E CONTROLE E DEFESA DO CONSUMIDOR, sobre o Projeto de Lei da Câmara nº 124, de 2015 (Projeto de Lei nº 4.015/2012, na Casa de origem), do Deputado Carlos Bezerra, que *dispõe sobre o tratamento dado aos pontos creditados em nome do consumidor por programas de fidelidade ou redes de programa de fidelidade, instituídos por fornecedores*; e o Projeto de Lei do Senado nº 642, de 2015, do Senador Magno Malta, que *estabelece regras a serem observadas pelos programas para incentivo à fidelidade de clientes*.

Relator: Senador **DAVI ALCOLUMBRE**

I – RELATÓRIO

O Projeto de Lei da Câmara (PLC) nº 124, de 2015 (Projeto de Lei nº 4.015, de 2012, na origem), de autoria do Deputado Carlos Bezerra, tem por fim disciplinar o tratamento dos pontos em nome do consumidor em programas de fidelidade.

O art. 1º informa o objetivo do projeto de lei, que consiste em estabelecer normas para o tratamento a ser dado aos pontos acumulados pelo consumidor em programas de fidelidade ou redes de programa de fidelidade, instituídos por fornecedores que atuam no mercado de fidelização.

O *caput* do art. 2º prevê que os pontos creditados em nome do consumidor em programas de fidelidade instituídos por empresas fornecedoras de bens e serviços, bem como por redes de programa de fidelidade, não poderão expirar em prazo inferior a vinte e quatro meses contados a partir da data em que foram creditados.



SF/17925.73496-23

O parágrafo único propõe que, na hipótese de pontos creditados em nome do consumidor em programas de fidelidade oriundos de companhias aéreas decorrentes de trechos efetivamente percorridos, o prazo de expiração não poderá ser inferior a trinta e seis meses, contados a partir da data em que foram creditados.

O art. 3º veda a exigência de saldo mínimo para transferência, entre parceiros de certo programa de fidelidade, de pontos que tenham sido creditados em nome do consumidor, a serem utilizados naquele programa, em virtude de sua relação de consumo com o respectivo fornecedor.

O art. 4º dispõe que as empresas que administram programas de fidelidade, que acumulam pontos em nome do consumidor, permutáveis por produtos ou serviços, ficam obrigadas a emitir avisos e alertas aos consumidores com prazo mínimo de sessenta dias antes da expiração dos referidos pontos.

O art. 5º fixa penalidade ao fornecedor que infringir o disposto na lei que resultar da aprovação do projeto, devendo este restabelecer a conta do consumidor e creditar os pontos prescritos ou expirados, acrescidos de multa de 20% (vinte por cento) em pontos.

O art. 6º estipula prazo para o início da vigência da Lei, se aprovada neste Poder e sancionada pela Presidência da República, isto é, entrará em vigor após decorridos noventa dias de sua publicação oficial.

Na justificação, seu autor menciona que *“devemos atentar para o fato de que os pontos recebidos e acumulados pelo consumidor são originários de seus gastos nas relações de consumo de que participa e, portanto, não são uma benesse ou um favor deste ou daquele fornecedor”*.

O Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 642, de 2015, de autoria do Senador Magno Malta, tem o propósito de regular o programa de concessão de pontos por fidelidade dos consumidores.

O *caput* do art. 1º propõe que os programas para incentivo à fidelidade de clientes patrocinados por pessoa jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, na comercialização de produtos ou prestação de serviços devem obedecer ao disposto na lei em que se converter a proposição.

O § 1º define como programa para incentivo à fidelidade de clientes todo contrato celebrado entre pessoa jurídica e consumidor, de acordo com o qual o consumidor acumula bonificações, tais como pontos ou milhas, ao consumir determinados produtos ou serviços, as quais podem posteriormente ser convertidas em descontos, parciais ou integrais, para aquisição de novos produtos ou serviços.



O § 2º dispõe que estão incluídos no escopo da lei que decorrer da aprovação do projeto os programas para incentivo à fidelidade de clientes estabelecidos sob a forma de programas de coalizão, mediante os quais se permite o acúmulo e resgate de bonificações em produtos e serviços de empresas de diferentes segmentos.

O *caput* do art. 2º determina que ao consumidor que decidir participar de programa de incentivo à fidelidade de clientes deve ser dado conhecimento prévio do regulamento do programa.

O seu § 1º prevê que as cláusulas do regulamento do programa serão interpretadas da maneira mais favorável ao consumidor.

O seu § 2º fixa mandamento em que os consumidores deverão ser informados, com no mínimo noventa dias de antecedência, sobre qualquer alteração no regulamento do programa.

O *caput* do art. 3º dispõe que as bonificações acumuladas pelos consumidores nos programas para incentivo à fidelidade de clientes: I - são pessoais e intransferíveis, salvo em caso de sucessão ou herança; e II - não poderão ter prazo máximo de validade. O seu parágrafo único prevê que, nos casos previstos no inciso I do *caput*, a transferência das bonificações para conta em nome do herdeiro ou legatário se dará mediante a apresentação de título judicial ou extrajudicial hábil a tal fim.

O *caput* do art. 4º prevê que o descumprimento de quaisquer obrigações previstas na lei que resultar da aprovação do projeto sujeitará o infrator à aplicação das sanções administrativas previstas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. O parágrafo único propõe que a fiscalização do cumprimento da lei, que decorrer da aprovação da proposta, será da competência dos órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais de proteção e defesa do consumidor, nos termos da Lei nº 8.078, de 1990.

O art. 5º, e último, estabelece o prazo para o início da vigência da lei que resultar da aprovação da proposta por este Poder e sanção da Presidência da República, isto é, noventa dias após a data de sua publicação.

Na justificação, o autor do projeto afirma que, “*embora o consumidor pague, ainda que indiretamente, pelo serviço de acúmulo e contagem de pontos ou milhas, muitas vezes vê frustradas suas expectativas ao tentar converter as bonificações em produtos ou serviços*”. Assim, argumenta o autor quanto ao objeto do seu projeto, isto é, se “*propõe sanar esses problemas ao estabelecer que as bonificações não poderão ter prazo máximo de validade e que qualquer alteração no regulamento do programa deverá ser informada com no mínimo noventa dias de antecedência*”.



Além disso, o autor defende “a possibilidade de transmissão das bonificações em caso de sucessão ou herança, vedando assim o cancelamento da conta, de forma unilateral, pela empresa administradora do programa”.

Os dois projetos de lei passaram a tramitar em conjunto por decisão da Mesa que aprovou o Requerimento nº 1.223, de 2015, de iniciativa do Senador Álvaro Dias, e foram distribuídos a esta Comissão de Transparência, Governança, Fiscalização e Controle e Defesa do Consumidor (CTFC).

Não foram apresentadas emendas.

II – ANÁLISE

Os projetos cuidam de matéria inserida na competência legislativa concorrente da União, dos Estados e do Distrito Federal. Cabe ao Congresso Nacional dispor sobre a matéria, e é legítima a iniciativa parlamentar, nos termos dos arts. 48 e 61 da Lei Maior. Ademais, as propostas não contrariam qualquer preceito constitucional.

No que tange à regimentalidade, as proposições se inserem e observam os termos da Resolução nº 3, de 2017, que altera o Regimento Interno do Senado Federal para redefinir as atribuições e as denominações da Comissão de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle (CMA) e da Comissão de Transparência e Governança Pública (CTG), onde em seu art. 102-A, inciso III, atribui tal competência à CTFC para opinar sobre assuntos atinentes à defesa do consumidor.

A respeito da técnica legislativa, os projetos observam as regras previstas na Lei Complementar nº 95, de 26 de fevereiro de 1998, com as alterações promovidas pela Lei Complementar nº 107, de 26 de abril de 2001. Não há inclusão de matéria diversa do tema tratado nas proposições e a sua redação, a nosso ver, apresenta-se adequada.

No que concerne ao mérito do PLC nº 124, de 2015, tecemos duas observações:

A primeira é que o projeto prevê o tratamento diferenciado, quanto ao prazo de vencimento, para os pontos acumulados por meio de voos em companhias aéreas (trinta e seis meses) e por outras formas de aquisição de produtos e prestação de serviços (como pagamento de faturas de cartão de crédito, consumo em postos de gasolina, redes de supermercados etc).



É certo que as companhias aéreas foram as pioneiras na criação dos programas de fidelização e, a conversão de pontos em passagens aéreas, ainda é uma das formas mais comuns de resgate dessas bonificações. Contudo, hoje os principais programas das companhias aéreas brasileiras estão integrados a extensas redes de fidelização, de forma que os pontos acumulados, p. ex., no pagamento de uma fatura de cartão de crédito, na aquisição de um livro ou no pagamento de despesas de supermercados, utilizando cartão fornecido por pessoa jurídica de determinada bandeira, podem ser somadas às milhas aéreas e convertidos em voos.

De maneira semelhante, milhas acumuladas em voos não precisam necessariamente ser convertidas em novas passagens aéreas, sendo possível o resgate em prêmios como, p. ex., eletrodomésticos, equipamentos de informática, brinquedos, assinaturas de revistas etc. Nesse contexto, torna-se questionável o mérito de proposição que estabelece prazo mínimo de validade diferenciado apenas para pontos acumulados em voos.

A segunda é que a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, Código de Defesa do Consumidor (CDC), assegura aos participantes de programas de fidelidade o direito à informação adequada e clara, o direito à efetiva reparação de danos patrimoniais e morais e o direito de conhecimento prévio de modificação de cláusula contratual que estabeleça prestação desproporcional, entre várias outras garantias previstas pela legislação consumerista. É justamente com base no CDC que alguns Procons têm iniciado procedimentos contra programas de milhagem por práticas abusivas.

Assim, evoluindo em nossa avaliação e revendo nosso posicionamento anterior quanto à instituição de prazo de validade para o bônus concedido ao consumidor, entendemos que sua indeterminação quanto a validade dos pontos por ele acumulados, previsto no PLS nº 642/2015, poderá importar em prejuízo ao beneficiado/consumidor, já que ensejará contramedidas por parte dos fornecedores, visando, entre outras possíveis, a diminuição na concessão de pontos ou milhas, assim como na desvalorização da bonificação, por não conferir previsibilidade de uso; o PLC nº 124/2015, por sua vez, assinala prazos máximos de validade dos pontos em vinte e quatro meses nos programas de fidelidade em geral, e em trinta e seis meses, nos programas de fidelidade oriundos de companhias aéreas decorrentes de trechos efetivamente percorridos.

Em tal cenário, a proposta de prazo indefinido de validade das milhas não necessariamente conferirá maior proteção e benefício aos consumidores, na medida em que as empresas podem, diante da aprovação da medida e da expectativa de longevidade para o resgate, simplesmente aumentar de forma unilateral a pontuação necessária para o resgate de prêmios que antes necessitava de menor pontuação.



Assim, impõe-se, para maior segurança jurídica, bem como para garantir que haja um acréscimo significativo nas práticas comerciais alicerçadas na boa fé e fortalecimento nas relações de consumo, que seja estabelecido prazo isonômico para a expiração da pontuação ou milhagem concedida ao consumidor e, concomitantemente, seja ele comunicado previamente do prazo derradeiro para uso do benefício que lhe foi concedido.

Por conseguinte, o Projeto de Lei do Senado nº 642, de 2015, prevê algumas garantias adicionais ao consumidor não previstas no Projeto de Lei da Câmara nº 124, de 2015, como a possibilidade de transferência das bonificações em hipóteses de sucessão *causa mortis* e o direito de ser informado com, pelo menos, noventa dias de antecedência sobre qualquer alteração no regulamento do programa.

Pelos motivos expostos, entendemos que a aprovação do Projeto de Lei do Senado nº 642, de 2015, parece mais adequada, visto que se encontra redigido com maior clareza e transparência, sobretudo no que tange aos mecanismos de fidelização dos consumidores, favorecendo as boas práticas comerciais e promovendo o fortalecimento do setor de comércio e serviços.

III – VOTO

Assim, o voto é pela constitucionalidade, juridicidade, regimentalidade das proposições e, no mérito, pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei do Senado nº 642, de 2015, com as emendas apresentadas, e, pela REJEIÇÃO do Projeto de Lei da Câmara nº 124, de 2015.

EMENDA Nº - CTFC

AO PROJETO DE LEI DO SENADO Nº 642/2015

Dê-se aos incisos I e II e parágrafo único do art. 3º do PLS nº 642, de 2015, respectivamente, acrescentando-se novo inciso III, as seguintes redações:

“Art. 3º

I - são pessoais, transferíveis tão somente ao cônjuge e aos parentes consanguíneos colaterais, ascendentes e descendentes;

II - são transferíveis em caso de sucessão ou herança; e,



III – não poderão expirar em prazo inferior a trinta e seis meses, contados a partir da data em que foram creditados, obrigando-se a pessoa jurídica concedente da bonificação a informar ao consumidor do vencimento do prazo com, no mínimo, noventa dias de antecedência.

Parágrafo único. Nos casos consubstanciados em conformidade com o disposto no inciso II, a transferência das bonificações para conta em nome de herdeiro(s) ou legatário(s) dar-se-á mediante apresentação de título judicial ou extrajudicial hábil a tal fim.”

EMENDA Nº - CTFC

AO PROJETO DE LEI DO SENADO Nº 642/2015

Acrescente-se novo art. 4º ao PLS nº 642, de 2015, com a redação abaixo, renumerando-se os demais:

“Art. 4º Fica vedada a exigência de saldo mínimo para transferência das bonificações, pontos ou milhas.

.....”

Sala da Comissão, de de 2017.

DAVI ALCOLUMBRE, Relator

, Presidente

