

São Paulo, 20 de dezembro de 2023

Ao Excelentíssimo Sr. Deputado

NOTA TÉCNICA DA ABEMF PARA O MERCADO DE FIDELIZAÇÃO
PROJETO DE LEI Nº 2767/23

Excelentíssimos Senhores,

1. A Associação Brasileira das Empresas do Mercado de Fidelização ("ABEMF") é uma associação de fins não econômicos criada em 2014, composta pelas associadas Azul, Dotz, Esfera, Juntos Somos Mais, Latam Pass, Levelo, Mastercard, Orbia, Smiles, Stix e Vertem. Com atuação no território nacional, a ABEMF tem por objetivo tratar de questões institucionais do mercado de fidelização, visando fomentar o seu fortalecimento, aperfeiçoamento e desenvolvimento sustentável.
2. Por meio da presente nota técnica, a ABEMF vem se manifestar acerca do Projeto de Lei nº 2.767, de 2023, que dispõe sobre a regulamentação dos programas de milhagem das Cias. Aéreas.
3. Inicialmente, cumpre salientar que a ABEMF apoia a discussão sobre o estabelecimento de normas para o setor e está à disposição para participar dos fóruns de debates a respeito do assunto. A ABEMF também aprovou, em 30 de maio de 2017, o seu código de autorregulação, o qual estabelece princípios, normas e obrigações acerca das práticas das suas associadas, disciplinando, inclusive, boa parte dos assuntos previstos no PL 2.767/23 para o mercado de fidelização.
4. Não obstante, entendemos que a criação de eventuais regras para o setor deve levar em consideração as suas características e especificidades, caso contrário, corre-se o risco de limitar uma indústria nascente e em franco crescimento, que vem contribuindo para a geração de empregos, movimentação da economia nacional e arrecadação fiscal.
5. Nesse contexto, é importante esclarecer alguns pontos sobre o funcionamento do mercado de fidelização, para que sejam reavaliadas as disposições sobre a matéria contida no projeto de lei citado no item 2.



CONSIDERAÇÕES SOBRE O MERCADO DE FIDELIZAÇÃO

6. O mercado de programas de fidelidade compreende uma ampla variedade de ferramentas e práticas utilizadas para aumentar o grau de fidelização e penetração de consumidores a uma determinada empresa, oferecendo, na forma de prêmios, uma recompensa pela aquisição de produtos ou serviços por ela ofertados.

7. O funcionamento desse mercado ocorre pela concessão gratuita de direitos à benefícios, representados por pontos ou milhas, aos consumidores que adquirem produtos ou serviços em empresas parceiras aos programas. Atingido uma determinada quantidade de pontos ou milhas, estes poderão ser trocados por benefícios, representados por outros bens ou serviços das empresas parceiras, dos mais variados segmentos, conforme condições estabelecidas no regulamento de cada programa.

Os programas de fidelidade possuem uma finalidade própria e específica. Premiar a fidelidade e o engajamento dos consumidores por consumirem produtos/serviços de uma empresa e das parceiras associadas ao programa de coalizão. Dessa forma, os objetivos de todos os programas de fidelidade são: (i) proporcionar o acúmulo de pontos ou milhas pelos consumidores; (ii) que os consumidores exerçam o seu direito de resgate por novos produtos e serviços; e (iii) **que os pontos ou milhas sejam utilizados antes de sua expiração, pois somente dessa forma os reais benefícios do programa são percebidos pelos seus participantes**, consumidores e lojistas. É esta percepção de valor que traz o aumento do engajamento no programa e que contribuirá para o crescimento de todo o mercado.

8. As empresas de fidelização se encontram obrigadas a observar uma série de regras e normas específicas, além da legislação vigente atual para as sociedades empresariais, tais como:

- (i) as disposições do Código de Defesa do Consumidor;
- (ii) as regras de prevenção à lavagem de dinheiro e controles internos, previstas na Lei No. 9.613, de 3 de março de 1998;
- (iii) Código de Autorregulação da ABEMF;
- (iv) os regulamentos individuais de cada programa, os quais possuem força contratual e estabelecem uma série de direitos dos consumidores participantes frente as empresas que gerenciam os programas;
- (v) Marco Civil da Internet: Lei nº 12.965/14 e Lei Geral de Proteção de Dados nº 13.709/18.

9. O Código de Autorregulação da ABEMF, além de impor padrões mínimos obrigatórios de conduta para as empresas associadas, serve também como guia de boas práticas para o segmento, padronizando regras que são benéficas aos consumidores e ao desenvolvimento do mercado, incluindo regras em relação à transferência de pontos ou milhas entre contas e a compra de pontos ou milhas.



CONSIDERAÇÕES SOBRE O PL nº 2767/23

10. A legislação proposta restringe exageradamente o exercício da liberdade de empresa, livre iniciativa e livre concorrência, em violação aos artigos 1o, IV, e 170 da CF/1988.

11. São impostas obrigações às companhias aéreas com vistas a viabilizar um mercado de agenciadores, a pretexto de defender o consumidor.

12. Os programas de milhagem - que são programas de fidelidade - possuem como objetivo oferecer benefícios comerciais aos consumidores para estimular a sua fidelização a uma companhia. O projeto ignora esse fato e parecer querer cristalizar e incentivar a comercialização abusiva do acesso à aviação.

13. Na prática, haverá um encarecimento dos programas de milhagem, uma vez que o projeto apresenta níveis de serviço desproporcionais e que não condizem com a realidade. Em última análise, prejudicará o direito dos consumidores de acesso à aviação em tarifas módicas, em benefício de um mercado de agenciadores de créditos que hoje é objeto de CPI no Congresso Nacional pelos prejuízos causados aos consumidores brasileiros.

14. O PL interfere no ecossistema dos programas de fidelidade e na variação da quantidade de milhas necessárias para o resgate de produtos/serviços, podendo, inclusive, dificultar o resgate, tornando-o ainda mais oneroso aos consumidores. Assim, entendemos que a precificação deve ser calculada por cada programa segundo seus critérios, como por exemplo o custo da milha, o preço da milha pago pelo parceiro, a volatilidade das passagens, atratividade etc. A interferência nessa equação pode trazer danos ao setor, razão pela qual se faz mister um amplo debate dos principais setores envolvidos, incluindo bancos públicos e privados, que também serão impactados.

15. Principais pontos de atenção:

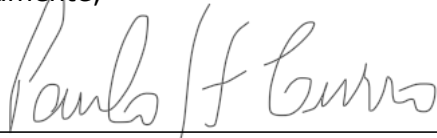
- Artigo 4o: apresenta restrição indevida aos programas de milhagem, prejudicando a livre concorrência, uma vez que programas mais ou menos flexíveis são fatores de concorrência entre as empresas aéreas.
- Artigo 5o, parágrafo único: apresenta critério de fixação de preços, o que é vedado pela Constituição, que determina que, em nossa economia, impera a liberdade de preços.
- Artigo 7o: apresenta indexação de preços em um mesmo ano, prejudicando igualmente a liberdade de precificação.
- Artigo 9o: determina critério de prestação de serviço descolado da realidade, que seria a imprescritibilidade das milhas, o que ocasiona também a perda de flexibilidade das companhias aéreas em estabelecer parâmetros distintos em seus programas, prejudicando a livre concorrência.
- Artigo 10, caput e parágrafo único: deturpa a finalidade dos programas de fidelidade ao permitir que se faça o saque em dinheiro equivalente ao valor de milhas, demonstrando que a finalidade do projeto substitutivo é transformar os pontos de fidelidade em objeto de comércio.



16. A possível transferência de pontos/ milhas, contraria os conceitos aqui citados e se afasta dos objetivos esperados pelos programas de fidelidade quanto ao engajamento de seus clientes, provocando o desequilíbrio entre acúmulo e resgates, motor de funcionamento do negócio de fidelização, alterando a sua sistemática, o que implicará em onerar os resgates, cujos custos, em última análise, serão indiretamente suportados pelos próprios consumidores, podendo causar sérios impactos para o mercado, seja do ponto de vista econômico, seja do ponto de vista legal.

17. Dessa forma, a ABEMF entende que o projeto PL 2767/23 demanda maior tempo para discussões e aperfeiçoamento das disposições regulatórias, pelos motivos expostos nos itens anteriores e não deve ter o seu tramite acelerado conforme requerido. Nos colocamos à inteira disposição para prestar quaisquer esclarecimentos e auxiliar na evolução das discussões, conforme entendam conveniente.

Atenciosamente,



ABEMF – Associação Brasileira das Empresas do Mercado de Fidelização.