



Diário Oficial

Estado de São Paulo

PODER
Legislativo

Diário da Assembleia Legislativa
17ª Legislatura

Samuel Moreira - Presidente

Enio Tatto: 1º Secretário

Edmir Chedid: 2º Secretário

Adilson Rossi: 3º Secretário

Marcos Martins: 4º Secretário

Chico Sardelli: 1º Vice-Presidente

Fernando Capez: 2º Vice-Presidente

Edson Ferrarini: 3º Vice-Presidente

Jooji Hato: 4º Vice-Presidente

Palácio 9 de Julho

Av. Pedro Álvares Cabral, 201 CEP 04097-900

Tel. 3886-6000

www.al.sp.gov.br

Volume 124 • Número 171 • São Paulo, sábado, 13 de setembro de 2014

www.imprensaoficial.com.br

imprensaoficial

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO

“Compra e Venda de Ingressos”

Relatório Final da Comissão Parlamentar de Inquérito constituída com a finalidade de investigar problemas relacionados à compra e venda de ingressos para eventos musicais, esportivos e de lazer em geral, realizados no Estado de São Paulo.

RELATÓRIO FINAL

São Paulo, 05 de agosto de 2014

COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO

IRREGULARIDADES NA COMPRA E VENDA DE INGRESSOS PRATICADAS NOS GRANDES EVENTOS MUSICAIS, ESPORTIVOS E DE LAZER EM GERAL

RELATÓRIO FINAL

COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO CONSTITUÍDA COM A FINALIDADE DE “INVESTIGAR OS PROBLEMAS RELACIONADOS À COMPRA E VENDA DE INGRESSOS NOS GRANDES EVENTOS MUSICAIS, ESPORTIVOS E DE LAZER EM GERAL, REALIZADOS NO ESTADO DE SÃO PAULO, ENTRE ELES A COBRANÇA DE TAXAS - COMO A DE CONVENIÊNCIA”.

Presidente - Deputado Mauro Bragato
Vice-Presidente - Deputada Maria Lúcia Amary
Relatora - Deputada Célia Leão

Membros EfetivosMembros Substitutos

Maria Lúcia Amary	PSDB	João Caraméz
Mauro Bragato	PSDB	
Célia Leão	PSDB	
João Paulo Rillo	PT	Luiz Claudio Marcolino
Francisco Campos Tito	PT	José Zico Prado
Adriano Diogo	PT	Carlos Neder
Chico Sardelli	PV	Ulisses Tassinari
Jorge Caruso	PMDB	Itamar Borges
	PC do B	

ÍNDICE

1 – Antecedentes

1.1.- Histórico da Criação da Comissão Parlamentar de Inquérito da Compra e Venda de Ingressos

1.2.- Objeto da Comissão Parlamentar de Inquérito

2 – Trabalhos da Comissão Parlamentar de Inquérito

3 – Considerações

4 – Conclusões

1 - Antecedentes

1.1. - Histórico da criação da Comissão Parlamentar de Inquérito

Pelo requerimento nº 1199, de 2011, o Deputado Mauro Bragato (PSDB), acompanhado de 34 (trinta e quatro) Deputados e Deputadas, que o firmaram, requereu a constituição de uma Comissão Parlamentar de Inquérito, a ser composta por 9 (nove) parlamentares e 9 (nove) suplentes, com a finalidade de, no prazo de 120 (cento e vinte) dias, investigar eventuais **abusos na compra e venda de ingressos nos grandes eventos musicais, esportivos e de lazer em geral no Estado de São Paulo, entre eles a cobrança de taxas - como a de conveniência, que chega a 20% do valor do ingresso e a venda de ingressos somente pela internet, que obriga o consumidor a pagar a taxa, consistindo em prática abusiva.**

A criação da presente Comissão Parlamentar de Inquérito escorou-se na imperiosa necessidade de se apurar as crescentes denúncias levadas a cabo pelos consumidores e a grande imprensa, conforme noticiado amplamente e, especialmente, na reportagem da revista “São Paulo”, da Folha de São Paulo, em sua edição de 8 a 14 de maio de 2011, entre elas a dificuldade na compra de ingressos; a cobrança de taxas - como a de conveniência, que chega a 20% (vinte por cento) do valor do ingresso; a venda de ingressos somente pela internet, que obriga o consumidor a pagar a referida taxa, consistindo em prática abusiva; a limitação da quantidade de ingressos de meia-entrada, que também é considerada prática abusiva; a ação de cambistas para conseguir ingressos na abertura das bilheterias, o alto custo dos ingressos que esta atividade impõe aos consumidores e, ainda, a possibilidade deles repassarem ingressos que não são autênticos.

Ademais, segundo justifica o requerimento de instalação da Comissão, os eventos musicais realizados nos últimos anos em São Paulo, como os de Bom Jovi, Paul McCartney, U2 entre outros, redundaram numa numerosa gama de problemas e reclamações advindas dos consumidores, cujo teor acusava essencialmente a falta de informações corretas e claras, através do site; a restrição à venda de meia-entrada e a discriminação entre consumidores titulares e não titulares de determinadas bandeiras de cartão de crédito.

A esse propósito, o direito à meia-entrada em casas de espetáculos musicais, teatrais, circenses, de exibição cinematográfica, praças esportivas e similares é assegurado - pela Lei Estadual nº 7.844, de 13 de maio de 1992, a todo aluno regularmente matriculado em estabelecimentos de ensino de primeiro, segundo e terceiro graus (fundamental, médio e superior). Todavia, conforme denúncias, os prestadores de serviço de venda de ingressos desses eventos limitam a quantidade de ingressos de meia-entrada para a venda aos consumidores, o que representa uma prática abusiva.

De outra parte, cresce vertiginosamente o número de reclamações no que diz respeito à falta de opção do consumidor em adquirir ingressos isentos da taxa chamada de conveniência, situação na qual obriga o consumidor a despendar dessa taxa de acordo com o valor facial do ingresso, independentemente do número de bilhetes adquiridos ou da forma de aquisição (pela internet, por telefone ou pela bilheteria).

Nesse sentido, há de se antecipar que, atualmente, os moldes da cobrança da taxa de conveniência viola os preceitos do Código de Defesa do Consumidor, além de caracterizar prática abusiva por exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva, **nos termos do artigo 39, V, do CDC. Ainda menospreza o princípio da harmonização dos interesses das partes na relação de consumo, a boa-fé e o equilíbrio entre consumidores e fornecedores (artigo 4º, III, do CDC).**

Há de se ressaltar, por oportuno, que a defesa do consumidor foi elevada a Direito Fundamental pela Constituição Federal de 1988, ao inserir expressamente no rol dos Direitos e Garantias Fundamentais o **artigo 5º, inciso XXXIII - “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”**, além de elencar como um dos princípios da ordem econômica previsto no **artigo 170, inciso V, do CF.**

Ademais, faz-se necessário apontar problemas denunciados no tocante à falta de locais adequados para realização de grandes eventos, cuja improvisação implica em cobrança diferenciada em setores privilegiados, nos quais o consumidor não tem a garantia do conforto compatível ao preço do ingresso.

Daí se verifica que as denúncias e os dispositivos legais em relevo estão a exigir **uma regulamentação**, vez que se torna imprescindível esclarecer que a grave questão não se resume a simples organização de um espetáculo privado, mas, também, a amplo dimensionamento da questão sob o ponto de vista do cidadão-consumidor e os prejuízos que venham acarretar aos cofres públicos.

Alerta a iniciativa parlamentar que, considerando o tratamento dedicado ao consumidor paulista nos eventos patrocinados pelos segmentos do entretenimento, nada mais impositivo do que aferir com profundidade a qualidade de semelhante atendimento.

Assim sendo, o Presidente da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo, no uso de suas atribuições regimentais, através do **Ato nº 96**, de 15 de outubro de 2013, criou a presente Comissão Parlamentar de Inquérito, e a constituiu através do **Ato nº 104**, de 26 de novembro de 2013, nomeando os seus membros efetivos e suplentes, indicados pelos respectivos Líderes.

1.2. Objeto da Comissão Parlamentar de Inquérito

A Comissão Parlamentar de Inquérito assim formada dedicou-se a investigar os procedimentos adotados pelas empresas contratadas para prestar o serviço de venda de ingressos dos espetáculos culturais, artísticos, desportivos, recreativos ou atividades congêneres, no Estado de São Paulo, apurando os fatos, os atos praticados, as denúncias, e examinando os pareceres oferecidos pelo principal órgão de proteção ao consumidor – a FUNDAÇÃO PROCON/SP, convocados no transcorrer dos trabalhos, cujo teor encontra-se anexado na forma de provas e documentos que passam a fazer parte integrante deste relatório, para posterior encaminhamento às instâncias competentes.

2 – Trabalhos da Comissão Parlamentar de Inquérito

As atividades da Comissão desenvolveram-se mediante reuniões e diligências, de maneira regular, cujas atas e transcrições encontram-se devidamente anexadas.

Os trabalhos obedeceram a um cronograma competentemente organizado e formalizado dentro do seguinte calendário:

01/04/2014 – Eleição do Presidente, Deputado Mauro Bragato e da Vice-Presidente, Deputada Maria Lúcia Amary.

29/04/2014 – Aprovação dos Requerimentos da Deputada Maria Lúcia Amary, convidando para prestar esclarecimentos: **EMPRESA PLAN PROMOÇÕES; EMPRESA INGRESSO.COM; INGRESSO FÁCIL; EMPRESA T4F; EMPRESA INGRESSO RÁPIDO**. Aprovação dos Requerimentos do Deputado Mauro Bragato, convidando para prestar esclarecimentos: **DIRETOR EXECUTIVO DO PROCON/SP – PAULO ARTHUR LENCIONI GÓES; EMPRESA WEBROCKERS; EMPRESA TICKET BRASIL**. Aprovação de encaminhamento de ofício à **SECRETARIA DE ESTADO DA JUSTIÇA E DA DEFESA DA CIDADANIA**, solicitando indicação de um técnico para acompanhar e assessorar a Comissão. Por último, aprovação da prorrogação dos trabalhos da Comissão pelo prazo de 60 (sessenta) dias.

07/05/2014 – Oitiva do Dr. Paulo Arthur Lencioni Góes – Superintendente – Diretor Executivo da Fundação PROCON/SP.

04/06/2014 – Oitiva do Representante da Empresa Ingresso Rápido – Senhora Cátia Latuf e do advogado e consultor Dr. Renato Ferreira; do Representante da Empresa Ingresso Fácil, Senhor Bruno Balsimelli e do advogado Dr. Alexandre Augusto Olmacht; do Representante da Empresa Livepass. Os depoimentos foram acompanhados pela Dra. Flavia Gadini, representante do PROCON/SP.

25/06/2014 – Oitiva do Representante da Empresa Ingresso.com, Senhor Mauro Gonzalez; das Representantes da Empresa Time for Fun -T4F Senhoras Sara Marina Moreno Chacon Andrade e Mônica Filgueiras da Silva Galvão. Os depoimentos foram acompanhados pela Dra. Flavia Gadini, representante do PROCON/SP.

02/07/2014 – Aprovação da indicação da Deputada Célia Leão para desempenhar as funções de Relatora da Comissão.

05/08/2014 – Leitura e Aprovação do Relatório Final.

3 – Considerações

Os depoimentos e os documentos extraídos ao longo dos trabalhos da Comissão Parlamentar de Inquérito, todos anexados e integrantes deste relatório, nos levaram à dedução primordial de que o assunto - “compra e venda de ingressos nos grandes eventos musicais, esportivos e de lazer em geral” - encontra-se em estado institucional anárquico, devido à falta de normatização, supervisão e fiscalização do Estado, merecendo das autoridades da Administração Pública severa intervenção.

Conquanto pertinente reconhecer que a matéria abarca questões de natureza privada, que em princípio nos levaria a pensar na incompetência legislativa para propor medidas, estabelecer normas, que possam disciplinar a compra e venda de ingressos e a cobrança da taxa a título de conveniência, de modo a suprir as lacunas legislativas detectadas, por outro vértice, não se pode olvidar que a matéria pressupõe consequências danosas nas relações de consumo, uma vez que o atual sistema adotado, pelas prestadoras de serviço, afeta diretamente os consumidores, na medida em que desvirtua a finalidade do pagamento, e implica em prejuízos ao sistema de comercialização de produto em razão de práticas abusivas e ilógicas.

Nessa senda, resta concluir que o objeto da presente Comissão Parlamentar de Inquérito, por envolver questões inerentes ao direito do consumidor insere-se entre os temas de competência legislativa estadual, de modo concorrente, à luz do elenco de matérias inculpidas no inciso VIII, do artigo 24, da nossa Constituição Federal.

Destarte, independentemente dos reflexos de ordem precipuamente particular a desmedida e abusiva cobrança da taxa de conveniência, entre outras práticas irregulares, na compra e venda de ingressos para espetáculos culturais, artísticos, desportivos, recreativos ou atividades congêneres, há de serem cuidadas, também, sob as vistas das relações protagonizadas pelos prestadores de serviço, consumidores e Estado, que experimentam atualmente sintomas de desrespeito e ilegalidade.

Durante o exaustivo período investigatório detectou-se, sobretudo, que se levarmos em consideração os depoimentos trazidos pelos representantes das empresas prestadoras de serviço de venda de ingressos dos eventos, coligidos com os entendimentos dos órgãos de proteção ao consumidor e com o cabedal de denúncias documentadas e formalizadas, que os procedimentos adotados na venda de ingressos revelam-se eivados de práticas perversamente abusivas.

A primeira delas diz respeito à **prática de preços diferenciados por um mesmo serviço, cuja ação é vedada pela legislação**, na qual o prestador de serviço impõe ao consumidor o pagamento de importância, a título da chamada **taxa de conveniência**, por cada ingresso adquirido, que varia de 10% (dez por cento) a 20% (vinte por cento), independentemente

do número de ingressos, ainda que tenha utilizado uma única vez a conveniência. De certo, não agrega alguma comodidade ou prestação de serviço, mesmo porque a grande massa de consumidores se obriga a retirar os ingressos adquiridos pelo canal remoto nas bilheterias, geralmente no local do espetáculo ou em lugares dispersos e longínquos, ou seja, aquilo que deveria ser conveniente torna-se um aborrecimento, um transtorno, onerando ainda mais o produto final aos consumidores e engordando ainda mais os lucros dos contratados para a venda dos ingressos. Por outro lado, caso o consumidor opte pelo recebimento dos ingressos em local de sua **conveniência** fica obrigado a pagar uma importância a título de **taxa de entrega**.

A segunda se refere à **falsa alegação**, conforme acentua o depoimento do Dr. Paulo Arthur Lencioni Góes, diretor do PROCON/SP, das prestadoras de serviço de venda de ingressos, **quando afirmam sobre alternativa oferecida aos consumidores de optarem pelo sistema de aquisição “on line” ou através das bilheterias físicas**. Acontece que o canal ordinário de vendas não é aberto simultaneamente à venda virtual, o que implica dizer que os consumidores adeptos do sistema de canal remoto gozam injustamente de um privilégio em relação aos consumidores tradicionais, cujo procedimento fere o tratamento equânime exigido pela legislação pertinente.

Por terceiro verificamos durante os trabalhos a prática perversa adotada pelas empresas de prestação de serviço venda de ingressos, **quando limitam a quantidade de ingressos de meia-entrada**, contrariando legislação estadual, o que implica dizer num exercício comercial ilegal.

Segundo o representante do PROCON/SP no seu depoimento, **“nós somos uma economia de mercado, é lícito, é legítimo empreender qualquer atividade econômica, e auferir lucro com essa atividade, mas não assim, às custas dos legítimos interesses do cidadão, do consumidor. Essas práticas são todas práticas que ao nosso ver são abusivas. O PROCON tem já muitas multas aplicadas”**.

A esse propósito, o PROCON/SP nos encaminhou um elenco (infratores e os respectivos montantes) de multas aplicadas em decorrências de semelhantes práticas, cujos números ultrapassam a casa dos R\$5.000.000,00 (cinco milhões de reais), e pela sua importância passa a instruir o presente relatório.

De outra parte, há de se destacar, a bem da justiça e da verdade, que algumas das prestadoras de serviço de venda e distribuição de ingressos não são protagonistas de semelhantes práticas abusivas, sobretudo, no tocante à cobrança da **taxa de conveniência**. Exemplo disto é a Empresa Ingresso Fácil, atuante no mercado de venda de ingressos para espetáculos desde 1998, sobretudo no segmento esportivo e teatral, tendo como um de seus clientes principais o Teatro Municipal de São Paulo. Segundo o representante da empresa Senhor Bruno Balsimelli, no seu depoimento à Comissão, **a empresa não cobra taxa de conveniência no sistema de venda virtual e não estabelece limite de venda do tipo meia-entrada**, de acordo com a legislação federal. Segundo o depoimento **“se o cliente retira no local não paga nada por isso, pode comprar os ingressos, não tem problema nenhum. E se ele comprar pela internet e quiser receber em casa, nós utilizamos os Correios que hoje está em torno de sete reais. Ele pode comprar um ou 10 ingressos e ele vai pagar somente sete reais para receber na sua casa”**.

Outra questão que merece relevo passa pela imprescindível necessidade de implantarmos mecanismos legais mais claros, que possam disciplinar e coibir a vantagem manifestamente excessiva, praticada pelas prestadoras de serviço de distribuição e venda de ingressos.

De fato, como bem sustentou veementemente o representante do PROCON/SP a inexorável observação da vantagem manifestamente excessiva considerada juridicamente indeterminada, cuja flexibilidade interpretativa, implica numa desordem operacional na distribuição e venda de ingressos para os espetáculos, e no desprezo aos dispositivos insculpidos no Código de Defesa do Consumidor e aos seus princípios.

Para corroborar com semelhante linha de raciocínio nos valem os das informações trazidas pela própria prestadora de serviço – TIME 4 FUN – T4f. Segundo a sua representante no depoimento à Comissão Senhora Sara Marina Moreno Chacon Andrade: **“Em São Paulo, nas nossas casas normalmente a taxa de conveniência é de 10%. É de 20%; perdão. E, no Rio de Janeiro, como tem uma lei estadual, a gente trabalha com uma taxa de 10%, no Rio, para vendas em canais remotos. E, em pontos de vendas credenciados. A taxa de conveniência pela internet, e pelo telefone, é de 10%, no Rio de Janeiro”**.

Em outras palavras, o critério de cobrança da taxa de conveniência vive ao sabor das oportunidades e das conveniências das prestadoras de serviço, o que confirma nossas observações iniciais de que o sistema de compra e venda de ingressos em eventos no estado de São Paulo está programado de modo a proporcionar vantagens excessivas aos membros da cadeia de venda de ingressos em detrimento do consumidor.

A título de ilustração transcrevemos o modelo de negócio de umas das prestadoras de serviço contratada para gerir o sistema de distribuição e venda de ingressos nos eventos – INGRESSOS.COM, segundo depoimento de seu representante:

A Empresa

- “Hoje somos em torno de 90 colaboradores, entre Rio e São Paulo;
- **No ano passado nosso faturamento foi de 33 milhões;**
- **85% do faturamento originou-se da cobrança de taxa de conveniência.**

Modelo de Negócios

- Taxa de conveniência cobrada do cliente final;
- Repasse valor de face para o exibidor sem desconto da taxa de cartão;
- Repasse semanal. Adiantamentos recebíveis;
- Risco de crédito da Ingresso.com

Exemplo de Ingressos e Taxas

- Filme os Vingadores no Kinoplex Lebon
Valor do ingresso = R\$31,00
Valor da taxa =R\$3,30

- Espetáculo Salve Jorge Fernando
Valor do ingresso = R\$80,00
Valor da taxa = R\$12,00

- Show Beijo Bandido * - no Miranda
Valor do ingresso = R\$350,00
Valor da taxa = 42,00
*Ney Matogrosso”.

Destarte, momentaneamente, ante a ausência de regulamentação sobre o tema, os diversos operadores do Direito tem se esforçado, no sentido de conferir aos procedimentos adotados na compra e venda de ingressos dos espetáculos no Estado de São Paulo certa disciplina.

Haja vista o Termo de Acordo de Conduta nº 61, de 16 de março de 2012 firmado entre o Ministério Público do Estado de São Paulo, a Fundação Procon de São Paulo e algumas das empresas responsáveis pelo serviço de venda de ingressos, que passa a fazer parte integrante do presente relatório.

“Neste termo de audiência, para tratar de ponto de venda de ingresso de shows e espetáculos, instalou audiência com a presença das empresas Ingresso Fácil, Livepass, T4F e Plan Produção Ltda., pondo a termo o seguinte acordo:

1) *Meia-entrada*

- a) *Estudantes/professores/idosos*
- b) *Crianças menores de 12 anos.*

2) *A pré-venda para pessoas filiadas a certos cartões de crédito deve ocorrer mediante o pagamento com o cartão de crédito daquela bandeira e necessariamente disponibilizar a venda em moeda corrente (dinheiro).*

3) *Relativamente ao montante de ingressos postas a venda, ou informar qual a porcentagem será colocada na pré-venda, ou após o encerramento da pré-venda, informar o montante restante que será disponibilizado.*

4) *Formatação de pontos de venda:*

- a) *Taxa de conveniência com valor fixo (independentemente da acomodação referida no ingresso) com entrega no local pretendido pelo consumidor;*
- b) *Venda por meio eletrônico, com opção de retirada, não poderá ser cobrada em cinco pontos de venda e o local do evento;*
- c) *Disponibilizar cinco pontos de venda, e ainda, local do evento sem a cobrança de qualquer taxa – valor da face do bilhete.”*

Nessa conta, verificamos, conquanto haja empresas preocupadas em estabelecer critérios para essa finalidade, ou seja, métodos coerentes e lógicos na distribuição e na compra e venda de ingressos pelo sistema eletrônico, lamentavelmente, esse contingente ainda encontra-se distante da expressiva massa de prestadores de serviço.

O aspecto nuclear da questão debatida nesta Comissão Parlamentar de Inquérito, independentemente dos vértices de ordem material, que afligem os envolvidos no sistema de patrocinadores, prestadores de serviço e consumidor, nos espetáculos culturais, artísticos, desportivos, recreativos ou atividades congêneres, cinge-se aos reflexos de natureza moral e social, postos a tona.

No propósito de conter o abalo experimentado no regramento do consumo que se vê em cheque, por conta da desregulamentação das operações de compra e venda de ingressos, detectamos a importância da implementação de medidas legislativas disciplinadoras, como instrumento imprescindível de controle da atividade comercial nos eventos de natureza esportiva, cultural, artísticas e de lazer.

Foi nesse esteio que o Deputado Mauro Bragato, apresentou uma iniciativa legislativa – **Projeto de lei nº 478, de 2012, que se encontra na Ordem do Dia para deliberação, disciplinando a cobrança da taxa de conveniência ou similar e a concessão de exclusividade aos clientes de patrocinadores ou de qualquer parceiro comercial pelas empresas prestadoras de serviço de venda de ingressos no Estado de São Paulo.**

Por outra frente, tramita na Câmara dos Deputados **o Projeto de Lei nº 3.323/2012, de autoria do Deputado Anthony Garotinho,** que visa a regulamentação da taxa de conveniência.

Entretanto, segundo entendimento da Fundação de Proteção e da Defesa do Consumidor – PROCON/SP, conforme ofício endereçado à Câmara Federal, que passa a fazer parte integrante do presente relatório, o referido **Projeto de Lei nº 3.323/2012** não deve prosperar na sua forma original. Nesse sentido propôs um substitutivo inspirado no Projeto de lei de autoria do Deputado Mauro Bragato, apresentado no legislativo paulista, sob alegação de que: **“para os consumidores a única conveniência que pode existir nesta contratação é o serviço de entrega e/ou de frete.”**

Assim, considerando o alcance e a repercussão social das irregularidades apuradas na distribuição e compra e venda de ingressos

em eventos entendemos que o Legislativo paulista não pode abrir mão de sua grandeza e de seu papel constitucional, e omitir-se às deformidades que se encontram mergulhadas as relações entre Empresas - Consumidores e Estado, quando nos referimos aos procedimentos adotados nas operações de compra e venda de ingressos nos eventos esportivos, artísticos, culturais e de lazer em geral.

4 – Conclusões

Portanto, de tudo quanto nos foi possível analisar no decorrer dos trabalhos desta Comissão Parlamentar de Inquérito, confirmam-se as denúncias de inúmeras irregularidades no modo de operar a compra e venda de ingressos nos eventos realizados no Estado de São Paulo, conforme exaustivamente comprovado pelos depoimentos, além da farta documentação produzida, o que implica em indicar caminhos, através de sugestões, encaminhamentos e proposições legislativas.

Assim, considerando as implicações de natureza social e de consumo que permeiam o tratamento conferido à compra e venda de ingressos em tais eventos, e os limites de competência legislativa inscritos na Constituição Federal e Estadual, somos compelidos a adotar os seguintes procedimentos:

1º - Decide esta Comissão propor uma reunião dos membros desta Comissão com os membros do Colégio de Líderes, no sentido de fazê-los ver a importância e a relevância da aprovação do Projeto de lei nº 478, de 2012, que tramita nesta Casa e se encontra na Ordem do Dia para deliberação.

2º – Decide esta Comissão encaminhar este relatório aos seguintes órgãos públicos:

- 1- Ao Ministério da Educação;
- 2- Ao Ministério da Cultura;
- 3 – Ao Ministério dos Esportes;
- 4 – Ao Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo;
- 5 – Ao Ministério Público do Estado de São Paulo;
- 6 – Às Fundações de Proteção ao Consumidor – PROCON’s estaduais e municipais;
- 7 – Ao Senador Federal;
- 8 – Ao Ministério do Turismo;
- 9 – Ao Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - Ministério da Justiça.

Entidades Cívis:

- 1 – Instituto Brasileiro do Consumidor – IDEC;
- 2 – Fórum Nacional das Entidades Cívis de Defesa do Consumidor - FNECDC.

3º - Decide esta Comissão propor a seguinte Moção ao Presidente da Câmara dos Deputados, sugerindo um texto mais compatível com os princípios do Código de Defesa do Consumidor ao Projeto de lei nº 3323/2012, de autoria do Deputado Anthony

Garotinho, nos moldes do Projeto de lei estadual nº 478/2012, de autoria do Deputado Estadual Mauro Bragato, da Assembleia Legislativa de São Paulo.

MOCÃO Nº _____, de 2014

A chamada taxa de conveniência, cobrada pelos prestadores de serviço de compra e venda de ingressos nos eventos esportivos, culturais, artísticos e de lazer em geral, como o próprio nome sugere, deve ser uma taxa – preço cobrado ao usuário pela prestação de um serviço efetivamente prestada ao consumidor. Nesse viés, analisando-se a origem da palavra, conveniência é *“aquilo que atende ao gosto, às necessidades, ao bem estar de um indivíduo, aquilo que é útil”*.

Há de se lembrar que, inicialmente, quando surgiu a aludida taxa, existia de fato uma conveniência em razão do pequeno número de consumidores que se utilizavam do sistema eletrônico e que compravam ingressos utilizando esse moderno canal e beneficiando-se por não ter que aguardar horas nas filas, além de retirar seus ingressos no local do espetáculo posteriormente, sem atropelos.

Entretanto, o cenário modificou-se, transformando uma modalidade especial de compra de ingressos para uma operação corriqueira e normal, implicando em horas nas intermináveis filas para a retirada dos ingressos adquiridos no local do espetáculo, quando não optam pela entrega em domicílio (que gera cobrança adicional), ou seja, aquilo que deveria ser uma conveniência tornou-se um transtorno para o consumidor.

Destarte, a taxa de conveniência, nos moldes atualmente adotados, visa o benefício exclusivo do fornecedor, não existindo nenhuma comodidade ao consumidor, já que este precisa se locomover até os locais de venda tão somente para retirar os ingressos, ou arcar com a sua impressão ou entrega em domicílio.

Por outra senda, destacamos que não configura prática do mercado cobrar preços superiores para vendas via internet ou telefone, pelo contrário, é comum a redução de preços nesses tipos de atividades, a exemplos dos grandes sítios eletrônicos das lojas de departamento, pois possibilitam a otimização dos custos do fornecedor, por exemplo, com o investimento das instalações físicas e até mesmo mão humana, não havendo, portanto, mais a justificativa para a cobrança da taxa de conveniência, sobretudo, no modelo atualmente operado.

Desse modo, podemos asseverar que, no momento atual, a cobrança da taxa de conveniência contraria os preceitos do Código de Defesa do Consumidor, além de caracterizar prática abusiva por exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva, nos termos do artigo 39, V, do CDC e, por ferir o princípio da harmonização dos interesses das partes na relação de consumo, a boa-fé objetiva e o equilíbrio entre consumidores e fornecedores (artigo 4º, III, do CDC).

Por outro lado, preocupado com a questão, o nobre Deputado Anthony Garotinho propôs a regulamentação da taxa de conveniência, através do Projeto de lei nº 3223/12, que se encontra em tramitação na Câmara dos Deputados.

Todavia, valendo-se dos resultados das investigações perpetradas por esta Comissão Parlamentar de Inquérito da Assembleia Legislativa de São Paulo, visando apurar irregularidades nas operações de compra e venda de ingressos nos eventos esportivos, culturais, artísticos e de lazer em geral, achamos por bem oferecer sugestões à iniciativa legislativa, no sentido de contribuir para o seu aprimoramento, oportunidade que o fazemos nos moldes do Projeto de lei nº 478/2012, de autoria do Deputado Mauro Bragato, que tramita perante a Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.

PROJETO DE LEI Nº 478, DE 2012

Disciplina a cobrança de taxa de conveniência ou similar e a concessão de exclusividade aos clientes de patrocinadores ou de qualquer parceiro comercial pelas empresas prestadoras de serviço de venda de ingressos no Estado de São Paulo e dá outras providências.

A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO DECRETA:

Artigo 1º - A cobrança de taxa de conveniência ou similar na venda de ingressos para espetáculos culturais, artísticos, desportivos, recreativos ou atividades congêneres, no Estado de São Paulo, será admitida somente se corresponder ao fornecimento do serviço de entrega do ingresso na residência do consumidor ou em outro local por ele indicado, ficando ao seu critério exclusivo a contratação ou não desse serviço, sendo vedada a fixação do seu preço em percentual do valor facial do ingresso, bem como sua cobrança quando o consumidor optar pela retirada do ingresso no local do evento ou adquiri-lo em outros pontos de venda presenciais.

§ 1º - O valor da taxa de conveniência praticado por um mesmo fornecedor não poderá variar entre os espetáculos oferecidos.

§ 2º - Caso o consumidor opte pela contratação do serviço de entrega, a taxa de conveniência poderá ser cobrada somente uma única vez por compra realizada pelo consumidor, independentemente da quantidade de ingressos adquiridos.

Artigo 2º - A venda de ingressos por meios não presenciais, tais como Internet ou telefone, deverá ser realizada concomitantemente com a abertura dos postos de venda presenciais, não sendo permitida a diferenciação de setores disponibilizados para venda e de valores de ingressos entre esses canais.

Artigo 3º- A venda antecipada de ingressos e a opção preferencial na escolha de lugares proporcionada aos clientes de patrocinadores de tais eventos ou de qualquer parceiro comercial das empresas prestadoras de serviço de venda de ingresso, só poderá ser realizada mediante a divulgação prévia e adequada, em toda oferta relacionada ao espetáculo, da carga total de ingressos por setor e, finalizado esse período, da carga disponível por setor aos demais consumidores, quando da abertura dessa nova etapa de vendas.

Artigo 4º - O fornecedor de serviço que infringir ou de qualquer forma concorrer para a infração das normas previstas nesta Lei ficará sujeito às sanções previstas no artigo 56 da Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor.

Artigo 5º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

O mercado brasileiro, hoje em grande ascensão, tem recebido os grandes shows de artistas internacionais, para deleite de uma legião de fãs, mas, em contrapartida, pouco tem a oferecer a esses ávidos consumidores que, acabam pagando muito caro por tais espetáculos.

As constantes reclamações registradas na Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor do Estado de São Paulo - Fundação PROCON - SP, contra as empresas prestadoras de serviço de venda de ingressos pela internet ou telefone em nosso Estado, começam com a venda dos ingressos, especialmente pelos sites, que raramente prestam um serviço adequado aos consumidores e continuam com a falta de informações corretas e claras, a cobrança de taxas, além da discriminação entre consumidores titulares e não titulares de determinadas bandeiras de cartão de crédito, situações estas que acabam lesando os consumidores.

Uma reclamação corrente, diz respeito à dificuldade encontrada na compra de ingressos, principalmente com a cobrança de taxas, como por exemplo, a de conveniência, que chega a 20% do valor do ingresso. Como tal prática é considerada abusiva, nesses casos deve ser assegurada a opção de quem não quer pagar a taxa, oferecendo a possibilidade de se comprar o ingresso na bilheteria.

Para a Fundação PROCON - SP a “cobrança de taxa de conveniência, é uma verdadeira afronta ao direito já que cobrada de acordo com o custo do assento, em percentual do valor do ingresso (quanto mais caro o lugar escolhido, maior será o valor pago a esse título), de forma ilógica - e abusiva, portanto - pois, ainda que para diferentes acomodações, a conveniência é a mesma, bem como é justificada como contraprestação dos serviços da empresa pela venda em outro ponto que não aquele onde ocorrerá o espetáculo (e como se tal remuneração já não houvesse sido prevista); e a de entrega, exigida pelo simples fato de estar o ingresso disponível ao consumidor nas bilheterias do evento e sem que outro meio e sem tal imposição lhe fosse oferecido como opção, verdadeiro absurdo”.

Para o PROCON – SP ainda, “outros artifícios criados vieram a onerar ainda mais o produto final aos consumidores e a engordar ainda mais os lucros desses empreendedores. Um deles diz respeito à exclusividade oferecida aos clientes de instituições financeiras que administram cartões de crédito e que patrocinam esses eventos, em adquirir com antecipação, descontos e preferência de lugares os ingressos sob sua patronagem. A ação de marketing tem por consequência a flagrante discriminação do adquirente não possuidor desse diferencial, pois estarão “disputando” uma quantidade muito inferior de ingressos, a qual sequer é informada, ferindo princípios básicos de igualdade e liberdade de contratação aos demais interessados”.

Diante do exposto, contamos com o apoio dos nossos nobres pares, para a aprovação da presente propositura, que tem por escopo criar mais um mecanismo em defesa do consumidor.

Sala das Sessões, em 01/08/2012

a)Deputado Mauro Bragato - PSDB

Assim, segura de que a sensibilidade política do atual Presidente da Câmara dos Deputados saberá encontrar meios para consagrar semelhante concepção e cõnsncia de que sopesará o seu alcance e utilidade para a economia de mercado do país.

“A ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO manifesta seu **apoio** ao Projeto de lei nº 3.323/2012, de autoria do Deputado Federal Anthony Garotinho e **apela**, por conseguinte, ao Excelentíssimo Senhor Presidente da Câmara dos Deputados que encaminhe sugestão à Comissão de Constituição e Justiça e da Cidadania, no sentido daquela Comissão formular alterações no texto original do projeto de lei nº 3323/12, **a admitir a cobrança de taxa de conveniência ou similar na venda de ingressos para espetáculos culturais, artísticos, desportivos, recreativos ou atividades congêneres, somente se corresponder ao fornecimento do serviço de entrega do ingresso na residência do consumidor ou em outro local por ele indicado, ficando ao seu critério exclusivo a contratação ou não desse serviço, sendo vedada a fixação do seu preço em percentual do valor facial do ingresso, bem como sua cobrança quando o consumidor optar pela retirada do ingresso no local do evento ou adquiri-lo em outros pontos de venda presenciais, conferindo-lhe, assim, teor mais compatível com o Código de Defesa do Consumidor.”**

Sala das Sessões, em

Comissão Parlamentar de Inquérito
Compra e Venda de Ingressos

AGRADECIMENTOS

Primeiramente quero agradecer a colaboração e a dedicação dos Excelentíssimos Senhores Deputados e Deputadas membros da CPI que, com suas sugestões e críticas, deram o subsídio para esta Relatora concluir a bom termo sua missão.

Tenho a certeza de que as propostas e conclusões aqui apresentadas refletem o pensamento de todos os membros da CPI.

O trabalho realizado foi fruto do consenso, do espírito de equipe, tendo como objetivo a busca do bem comum, ou seja, da população do Estado de São Paulo, a quem representamos de forma delegada.

Não posso deixar de render meus agradecimentos àqueles que colaboraram com os trabalhos da CPI e na elaboração do Relatório Final, técnicos e servidores da Procuradoria e do Departamento de Comissões.

A todos servidores da Assembleia Legislativa, em especial à Ângela Nakamura, Marcelo Bôscoli Batista e Sonia Maria Oliveira, integrantes do Departamento de Comissões. À Fundação PROCON – SP. Aos assessores das lideranças partidárias e dos gabinetes dos deputados, o reconhecimento pelo excelente trabalho de assessoria parlamentar, bem como a todos os que direta ou indiretamente colaboraram com o resultado final desta Comissão Parlamentar de Inquérito, os nossos sinceros agradecimentos.

Deputada Célia Leão
Relatora

Aprovado o Relatório Final.
Plenário D. Pedro I, em 05 de agosto de 2014.

- a) Deputado Mauro Bragato – Presidente
- a) Deputada Célia Leão – Relatora
- a) Deputado João Caramez
- a) Deputado Francisco Campos Tito
- a) Deputado Chico Sardelli
- a) Deputada Telma de Souza

ANEXO:
TRANSCRIÇÕES DAS REUNIÕES

COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO

COMPRA E VENDA DE INGRESSOS

PRESIDENTE

DEPUTADO MAURO BRAGATO - PSDB

01/04/2014

A SRA. PRESIDENTE MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Havendo número regimental declaro abertos os trabalhos da reunião especial de eleição de presidente e vice-presidente da Comissão Parlamentar de Inquérito, constituída pelo ato número 96 de 2013, com a finalidade de investigar problemas relacionados à compra e venda de ingressos para eventos musicais e esportivos e de lazer em geral realizados no estado de São Paulo.

Registro a presença dos deputados Mauro Bragato, deputado Adriano Diogo, deputada Célia Leão, quem está mais? Deputado Campos Tito. Consulto os senhores membros se há indicação de nomes para o cargo de presidente da comissão.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Pela ordem, nobre deputada Maria Lúcia Amary.

A SRA. PRESIDENTE MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Pela ordem, deputada Célia Leão.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Só para informação também, esta nossa reunião agora é para a escolha do presidente e do vice-presidente, a instalação da CPI, é isso?

A SRA. PRESIDENTE MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Exato.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Então, está bem.

A SRA. PRESIDENTE MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Presidente e vice-presidente. Nesse momento é para indicação de nomes para o cargo de presidente da comissão.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Pela ordem, nobre deputada, ainda para aproveitar a oportunidade e agradecendo a V. Exa. pela resposta da minha dúvida. Nós gostaríamos de indicar, se não houver nenhum outro candidato, mas enfim, se houver também respeitamos. Mas gostaríamos de indicar a pessoa do nobre deputado Mauro Bragato para presidir essa comissão.

A SRA. PRESIDENTE MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Alguém mais quer indicar algum nome? Então eu coloco em votação o nome do deputado Mauro Bragato para presidente da CPI, e os senhores deputados que estiverem de acordo permaneçam como se encontram.

Então fica eleito o deputado Mauro Bragato presidente da CPI, que vai apurar e investigar os problemas relacionados à compra e venda de ingressos para eventos musicais e esportivos e de lazer em geral no estado de São Paulo. Convido para assumir os trabalhos.

* * *

ASSUME A PRESIDÊNCIA O DEPUTADO MAURO BRAGATO – PSDB.

* * *

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Senhores deputados, passamos agora à eleição do vice-presidente da comissão. Consulto os senhores deputados se há indicação para ocupar o cargo de vice-presidente da comissão.

O SR. FRANCISCO CAMPOS TITO – PT - Pela ordem, presidente.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Deputado Tito com a palavra .

O SR. FRANCISCO CAMPOS TITO – PT – Quero indicar para vice-presidente a deputada Maria Lúcia Amary.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Em discussão a indicação da nobre deputada Maria Lúcia Amary. Os senhores deputados que estiverem de acordo permaneçam como se encontram, aprovado. Fica eleita a senhora deputada Maria Lúcia Amary como vice-presidente desta CPI.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Muito obrigada.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Antes de passar à definição do dia e horário das reuniões, eu gostaria de dizer aos senhores deputados que conforme combinado que foi, nós estamos indicando como relator o deputado Rillo.

O SR. JOÃO PAULO RILLO – PT – Pela ordem, presidente.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Deputado Rillo com a palavra.

O SR. JOÃO PAULO RILLO – PT – É, de fato havia um entendimento aqui dos partidos que o PT indicaria o relator, no entanto demorou muito para a gente compor a comissão e eu e o deputado Adriano fomos eleitos líderes da liderança e líder da oposição. Eu peço uma semana para que paute na reunião da bancada e a gente indica o relator.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Ok. Então nós vamos discutir a questão da definição do dia e horário das reuniões.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Pela ordem, presidente.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Deputada Célia Leão com a palavra.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Primeiro para parabenizá-lo pela presidência desta comissão que é mais uma grande tarefa oportuna, necessária, dado aí os grandes eventos que estão por chegar, na verdade já chegaram, e, sobretudo, questão de vendas de ingressos para shows, jogos, esportes. Isso é muito importante que a Assembleia participe também deste novo momento, deste debate.

Além de parabenizá-lo também gostaria de perguntar a V. Exa. se tem alguma sugestão de horário e ainda mais nesse momento em que o deputado Rillo certamente não estará conosco, o deputado Adriano talvez, eu não tenho certeza, porque a bancada vai escolher algum deputado para estar presente, para fazer parte e ser o relator.

Eu não sei se hoje nós já conseguimos fechar uma data fixa. Mas pelo menos já marcar uma próxima reunião independe se já fecharmos ou não uma data fixa porque nós estamos com as comissões, nós estamos com várias comissões em andamento, com frentes parlamentares. A deputada Maria Lúcia Amary sabe disso, os demais deputados também, e às vezes a gente acaba marcando e depois não conseguindo dar quórum.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Correto.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – E não é por falta de vontade dos parlamentares, é por falta de agenda. Então, não sei se fechamos hoje esta data, mas pelo menos marcarmos a próxima reunião.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Em discussão.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Posso fazer uma sugestão, não sei se não seria melhor um horário da manhã, umas 11 horas da manhã de terça ou quarta.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Que horas deputada?

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Estou propondo, não sei se 11 da manhã de terça ou quarta, não sei se é um horário bom, não sei. Estou propondo.

O SR. FRANCISCO CAMPOS TITO – PT – Pela ordem.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Pela ordem, deputado Tito.

O SR. FRANCISCO CAMPOS TITO – PT – Para nós, terça-feira nós temos reunião da bancada, mas na quarta para mim particularmente não tem problema.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Quarta?

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Não sei se a deputada Célia pode. Quarta às 11.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Sim, a princípio sim. Eu só teria que ver um pouco a agenda de outras comissões e outras coisas que nós temos. Então, poderíamos fazer, se o presidente entender e os deputados concordarem, que uma próxima reunião nossa a ser marcada agora seja na quarta, depois nós

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Quarta-feira?

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Confirmamos se ficam reuniões ordinárias nesse período.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Ok. Vamos, então senhores deputados, agradecendo a confiança e nada mais havendo a tratar está encerrada esta reunião.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Pela ordem, antes de encerrar.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Deputada Célia Leão.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Só para parabenizar a deputada Maria Lúcia Amary na condição de vice-presidente da comissão. Como eu sempre digo, tanto o presidente como a vice ou adjunto que seja, ou substituto, tem sempre o mesmo papel importante. Portanto, parabéns deputada e conte com esta comissão para os trabalhos terem um bom andamento. Obrigada.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Deputado Tito com a palavra.

O SR. FRANCISCO CAMPOS TITO – PT – Pela ordem. Só uma questão de esclarecimento. Essa reunião para quarta não é amanhã, já?

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Não, nós vamos fazer

O SR. FRANCISCO CAMPOS TITO – PT – Na próxima? Porque amanhã eu tenho compromisso, então.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Não, nós vamos fazer na próxima, vamos nos organizar.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Próxima quarta já?

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Já quarta.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Tá.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Vamos nos organizar.

O SR. FRANCISCO CAMPOS TITO – PT – Da próxima semana, não desta?

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Isso. Nada mais havendo a tratar, está encerrada a reunião.

* * *

COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO

COMPRA E VENDA DE INGRESSOS

PRESIDENTE

DEPUTADO MAURO BRAGATO – PSDB

29/04/2014

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – ... Parlamentar de Inquérito constituída com a finalidade de investigar os problemas relacionados aos grandes eventos musicais, esportivos e os de lazer em geral, realizados no estado, com a seguinte pauta já entregue a Vossas Excelências.

Antes de entrar no primeiro item da pauta, queria comunicar aos senhores deputados o recebimento de um ofício do senhor procurador-chefe da Casa, designando os senhores procuradores Vanessa Abibe Ferrarezi Barbosa e Marco Antonio Hatén Benetton para acompanhar, os procuradores que vão acompanhar a nossa CPI.

Queria também colocar, já no primeiro item da pauta, vamos deliberar sobre os requerimentos.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Pela ordem, senhor presidente.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Pela ordem, tem a palavra a nobre Deputada Maria Lúcia Amary.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Para pedir a aprovação de um requerimento propondo a prorrogação desta CPI por mais 60 dias.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Vamos colocar, de pronto, este requerimento de Vossa Excelência.

A deputada Maria Lúcia Amary requer, nos termos regimentais, a prorrogação de nossos trabalhos pelo prazo de até 60 dias.

O requerimento tem a justificativa de prorrogar os trabalhos desta comissão para a adequada apuração de fatos, levando em consideração o período já decorrido.

Em discussão. (Pausa.) Em votação. Os senhores deputados que estiverem de acordo permaneçam como se encontram. (Pausa.) Aprovado.

Vamos ao Item de número 2, também da deputada Maria Lúcia Amary, que seja convidado para comparecer à CPI a empresa Livepass, com a finalidade de prestar esclarecimentos sobre as condições através das quais se procede a venda de ingressos para shows musicais e outros eventos culturais e de lazer.

A convidada, em razão de suas atividades comerciais, poderá esclarecer a sistemática adotada na venda eletrônica, por telefone ou presencial, de ingressos, e informações relevantes para esclarecimentos de fatos investigados por esta comissão.

Em discussão. (Pausa.) Em votação. Os senhores deputados que estiverem de acordo permaneçam como se encontram. (Pausa.) Aprovado.

Item 3. Requerimento da deputada Maria Lúcia Amary, que também requer que seja convidada, para comparecer a esta comissão, a empresa Plan Promoções Ltda., com a finalidade de prestar esclarecimentos sobre as condições através das quais se procede a venda de ingressos para shows musicais e outros eventos culturais e de lazer.

E segue na mesma justificativa, que é para a empresa esclarecer a sistemática adotada na venda eletrônica, por telefone ou presencial, de ingressos, e informações relevantes para esclarecimentos dos fatos investigados por esta comissão.

Em discussão. (Pausa.) Em votação. Os senhores deputados que estiverem de acordo permaneçam como se encontram. (Pausa.) Aprovado.

Vamos ao Item 4, da deputada Maria Lúcia Amary, requerimento, também, de convite à empresa Ingresso, com a finalidade de prestar esclarecimentos sobre as condições através das quais se procede a venda de ingressos para shows musicais e outros eventos culturais e de lazer.

Em discussão. (Pausa.) Em votação. Os senhores deputados que estiverem de acordo permaneçam como se encontram. (Pausa.) Aprovado.

Vamos ao item seguinte, da deputada Maria Lúcia Amary. Convite, para comparecer a esta CPI, à empresa Ingresso Fácil, com a finalidade de prestar esclarecimentos sobre as condições através das quais se procede a venda de ingressos para shows musicais e outros eventos culturais e de lazer.

Em discussão. (Pausa.) Em votação. Os senhores deputados que estiverem de acordo permaneçam como se encontram. (Pausa.) Aprovado.

Vamos ao item seguinte, que é um requerimento, também da deputada Maria Lúcia Amary, que seja convidada, para comparecer a esta comissão, a empresa T4F Entretenimentos S.A. , com a finalidade de prestar esclarecimentos sobre as condições através das quais se procede a venda de ingressos para shows musicais e outros eventos culturais e de lazer.

Em discussão. (Pausa.) Em votação. Os senhores deputados que estiverem de acordo permaneçam como se encontram. (Pausa.) Aprovado.

Mais um requerimento da deputada Maria Lúcia Amary. Requeiro, nos termos regimentais, seja convidada, para comparecer a esta comissão, a empresa Ingresso Rápido, com a finalidade de prestar esclarecimentos sobre as condições através das quais se procede a venda de ingressos para shows musicais e outros eventos culturais e de lazer.

Em discussão. (Pausa.) Em votação. Os senhores deputados que estiverem de acordo permaneçam como se encontram. (Pausa.) Aprovado.

Gostaria de passar a palavra à deputada Maria Lúcia Amary para tratar de um requerimento de minha autoria, já que a deputada é nossa vice-presidenta.

* * *

ASSUME A PRESIDÊNCIA A SRA. MARIA LÚCIA AMARY - PSDB

* * *

A SRA. PRESIDENTE – MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Requerimento a pedido do deputado Mauro Bragato, requerendo, nos termos regimentais, o convite ao Ilmo. Sr. Diretor Executivo da Fundação Procon, Paulo Arthur Lencioni Góes, com o objetivo de prestar informações a esta Comissão Parlamentar de Inquérito criada para investigar problemas relacionados à questão da comercialização de ingressos para shows musicais e outros eventos culturais e de lazer em São Paulo perpetradas por empresas especializadas na venda eletrônica ou por telefone.

Entre as reclamações, está a de exclusividade oferecida aos clientes de instituições financeiras que administram cartões de crédito e que patrocinam esses eventos, a cobrança da taxa de conveniência em conformidade com o custo do assento em percentual do valor do ingresso, quanto mais caro o lugar ou setor escolhido maior será o valor pago a esse título, a restrição de venda de ingressos de meia-entrada, entre outros.

A justificativa é que a imprensa vem noticiando, com farta documentação, que a taxa de conveniência em São Paulo chega a custar 20% do preço do ingresso.

Entidades de defesa do consumidor apontam abusos na prática da chamada taxa de conveniência que foi institucionalizada pelas empresas. Para essas entidades a prática é abusiva e irregular.

Justifica-se, portanto, o convite do senhor diretor executivo da Fundação Procon, para que esta comissão possa avaliar em profundidade os eventuais ônus acarretados aos cofres públicos e aos cidadãos.

Coloco em votação o requerimento do deputado Mauro Bragato. Os deputados que forem favoráveis permaneçam como se encontram. (Pausa.) Aprovado.

Devolvo a Presidência ao deputado Mauro Bragato.

* * *

ASSUME A PRESIDÊNCIA O SR. MAURO BRAGATO - PSDB

* * *

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Obrigado, deputada.

Tem mais um.

* * *

ASSUME A PRESIDÊNCIA A SRA. MARIA LÚCIA AMARY - PSDB

* * *

A SRA. PRESIDENTE – MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Mais um requerimento, a pedido também do deputado Mauro Bragato.

Requeiro, nos termos regimentais, a convocação da empresa WebRockers, CNPJ 03968223/0001-35, endereço Rua Bueno de Andrade 706, apartamento 111, CEP 01526-000, São Paulo, telefones 35422987 e 11 983067662, site www.webrockers.com.br, e-mail contact@webrockers.com.br, com o objetivo de prestar informações a esta comissão parlamentar de inquérito criada para investigar problemas relacionados com a questão da comercialização de ingressos para shows musicais e outros eventos culturais e de lazer em São Paulo, perpetradas por empresas especializadas na venda eletrônica ou por telefone.

Entre as reclamações está a do não reembolso aos consumidores dos eventos cancelados, entre outros.

Justificativa. A imprensa vem noticiando com farta documentação que a taxa de conveniência em São Paulo chega a custar 20% do preço do ingresso. Entidades de defesa do consumidor apontam abusos na prática da chamada taxa de conveniência que foi institucionalizada pelas empresas. Para essas entidades a prática é abusiva e irregular.

Justifica-se, portanto, a convocação da empresa WebRockers para que esta comissão possa avaliar em profundidade os eventuais ônus acarretados aos cofres públicos e aos cidadãos.

Em votação o requerimento do deputado Mauro Bragato. Os senhores deputados que forem favoráveis permaneçam como se encontram. (Pausa.) Aprovado.

Requerimento, também, do deputado Mauro Bragato. Requeiro, nos termos regimentais, a convocação da empresa TicketBrasil – TB Produtos e Serviços Ltda. – CNPJ 12529280/0001-09, TicketBrasil, pelo telefone 11 49425230, com o objetivo de prestar informações a esta comissão parlamentar de inquérito criada para investigar problemas relacionados à questão da comercialização de ingressos para shows musicais e outros eventos culturais e de lazer em São Paulo, perpetradas por empresas especializadas na venda eletrônica ou por telefone.

Entre as reclamações, está a da exclusividade oferecida aos clientes de instituições financeiras que administram cartões de crédito e que patrocinam esses eventos, a cobrança da taxa de conveniência em conformidade com o custo do assento, em percentual do valor do ingresso, quanto mais caro o lugar ou setor escolhido, maior será o valor pago a esse título, a restrição de venda dos ingressos de meia-entrada, o não reembolso aos consumidores dos eventos cancelados, entre outros.

A justificativa é que a imprensa vem noticiando com farta documentação que a taxa de conveniência em São Paulo chega a custar 20% do preço do ingresso. Entidades de defesa do consumidor apontam abusos na prática da chamada taxa de conveniência que foi institucionalizada pelas empresas. Para essas entidades a prática é abusiva e irregular.

Justifica-se, portanto, a convocação da empresa TicketBrasil, para que esta comissão possa avaliar em profundidade os eventuais ônus acarretados aos cofres públicos e aos cidadãos.

Em discussão. Os senhores deputados que forem favoráveis permaneçam como se encontram. (Pausa.) Aprovado o requerimento.

Mais um requerimento, de autoria, também, do deputado Mauro Bragato.

Requeiro, nos termos regimentais, que se oficie à Sra. Secretária de Estado da Justiça e da Defesa da Cidadania solicitando a indicação de um técnico da Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor, Procon São Paulo, para acompanhar e assessorar os trabalhos da Comissão Parlamentar de Inquérito, CPI, de minha autoria, que tem por objetivo investigar os problemas relacionados aos grandes eventos musicais, esportivos e de lazer em geral, realizados no estado de São Paulo, entre eles a dificuldade na compra de ingressos, a cobrança de taxas, como a de conveniência, que chega a 20% do valor do ingresso, a venda de ingressos somente pela internet, que obriga o consumidor a pagar a taxa, consistindo em prática abusiva, a limitação da quantidade de ingressos de meia-entrada, que também é considerada prática abusiva, a ação de cambistas para conseguir ingressos na abertura das bilheterias, o alto custo dos ingressos que essa atividade impõe aos consumidores, e ainda a possibilidade deles repassem ingressos que não são verdadeiros.

Em discussão. (Pausa) Os senhores que forem favoráveis permaneçam como se encontram. (Pausa.) Aprovado.

Devolvo a Presidência ao deputado Mauro Bragato.

* * *

ASSUME A PRESIDÊNCIA O SR. MAURO BRAGATO - PSDB

* * *

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Muito obrigado, deputada.

Item seguinte da pauta é o recebimento de novas solicitações, ou de novos requerimentos, para que a gente possa pensar na próxima reunião da nossa comissão.

Algum senhor ou senhora deputada tem alguma reivindicação a fazer? (Pausa.) Se não, nós vamos fazer uma proposta de trazermos para a próxima reunião o diretor executivo da Fundação Procon, Paulo Arthur Lencioni Góes, para que possamos começar os nossos trabalhos com quem efetivamente entende do assunto, na perspectiva do Procon e do Governo do Estado.

Se houver consenso, nós então convidaríamos o diretor executivo para a próxima reunião.

Senhores deputados, nada mais havendo a tratar... (Pausa.)

Data. A assessoria está lembrando, se esse horário... Não é o melhor, porque nós temos a Comissão de Finanças. Que horário é melhor, senhores deputados? Pela manhã? (Pausa.) Onze horas? Quarta-feira?

O SR. – Senhor presidente, nós havíamos combinado que fosse na quarta, porque na terça de manhã nós temos reunião de bancada.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Então, quarta-feira, às 11h. Há consenso?

Então, fica acertado esse horário, dia e horário.

Senhores deputados, nada mais havendo a tratar, está encerrada a reunião.

* * *

* * *

* * *

* * *

* * *

* * *

* * *

* * *

* * *

* * *

* * *

* * *

* * *

* * *

* * *

* * *

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Declaro abertos os trabalhos da segunda reunião da Comissão Parlamentar de Inquérito constituída com a finalidade de investigar os problemas relacionados aos grandes eventos musicais, esportivos e de lazer, em geral realizado no estado, com a seguinte pauta, vamos ouvir o depoimento do senhor Paulo Arthur Lencioni, que é o superintendente, diretor-executivo da Fundação Procon do estado de São Paulo.

Então convido o Dr. Paulo para assumir. E a ideia de convidar o Dr. Paulo tem a ver com a criação desta comissão. Nós podemos citar como reclamações da exclusividade oferecida aos clientes de instituições financeiras que administram cartões de crédito e que patrocinam esses eventos. A cobrança da taxa de conveniência em conformidade com o custo do assento, em percentual do valor do ingresso, quanto mais caro o lugar, mais será o valor pago a esse título. A instituição de venda de ingresso de meia entrada, entre outros.

A imprensa, Dr. Paulo, vem noticiando com farta documentação que a taxa de inconveniência em São Paulo chega a custa 20% do preço do ingresso. Entidades de defesa do consumidor apontam abusos na prática da chamada taxa de conveniência que foi institucionalizado pelas empresas.

E o objetivo dessa reunião é de avaliar com mais profundidade os eventuais ônus acarretados aos cofres públicos e aos cidadãos. Então daí o convite. Agradecemos e nós estamos realizando esses trabalhos em um período meio complicado aqui na Assembleia Legislativa, período pré-eleitoral, então eu gostaria de agradecer não só em meu nome, mas em nome da comissão, o deputado Tito que está aqui entre nós. E passo a palavra para o senhor.

O SR. PAULO ARTHUR LENCIONI GÓES – Bom dia a todos. Cumprimentar o excelentíssimo deputado Mauro Bragato; excelentíssimo deputado Tito. Agradecer o honroso convite que nos foi feito para estar aqui hoje.

Esse é um assunto sob o ponto de vista do consumidor, eu diria mais, do cidadão relevante porque ao se falar dos valores praticados para ingressos, nós estamos falando do acesso à cultura também, não só da proteção do consumidor, mas do acesso à cultura, e o que nós temos visto nesse seguimento é que graças as práticas manifestamente abusivas e prejudiciais aos consumidores.

Eu gostaria de falar inicialmente, deputado, que o nosso país já há mais de duas décadas ele se abriu ao mercado. O nosso país tem uma economia de mercado. E como toda economia de mercado, nós temos como princípios, inclusive princípios constitucionais, a liberdade de iniciativa, a livre concorrência, mas também a defesa do consumidor. Ou seja, como um limitador e um balizador das atividades econômicas no nosso país. Não é possível se falar em desenvolvimento econômico sem pensar a defesa do consumidor como um instrumento da política de desenvolvimento econômico. Daí a preocupação do nosso constituinte em inserir na nossa constituição da república a defesa, a proteção do consumidor como um direito, garantir é fundamental. Está lá no nosso artigo 5º, inciso 32, cláusula pétrea, portanto.

Então essa é uma premissa para todos que desejam empreender uma atividade econômica no nosso país. Nós constatamos que parece que não está sendo muito respeitado aqui a questão da venda de ingressos, deputado.

Eu diria o seguinte, que parece que essas empresas, e aqui eu me permito a ser bem severo nas minhas críticas, essas empresas descobriram um jeito fácil de ganhar dinheiro, vendendo um serviço denominado conveniência e que como o senhor disse, chega a custar, em alguns casos, até 20% o valor do ingresso, ou seja, dê-me o supérfluo que eu dispenso o essencial. O sujeito quer comprar o ingresso.

Agora conveniência, deputado, é algo que o cidadão, o consumidor, escolhe se ele quer ou não ter. Eu escolho a conveniência. A conveniência tem que ser uma opção do consumidor, e não algo imposto a ele. E o que se vê, muitas vezes, é que essa conveniência é, em determinados momentos, a única opção do consumidor.

Ele não tem como, vamos chamar assim, de usufruir dessa conveniência, entre aspas, e é conveniente para quem? Ora, quando a empresa, quando você coloca uma máquina de vendas pela internet desses ingressos, você está, obviamente, reduzindo o custo, reduzindo mão-de-obra, que seriam os pontos físicos de vendas desses ingressos, os trabalhadores ali naqueles pontos físicos para atender os consumidores, então seja, você está reduzindo o custo, você tem um investimento inicial, claro, mas está reduzindo custo, ampliando o seu canal de vendas, com isso você está trazendo maior número de pessoas, facilitando o acesso das pessoas, então assim, isso gera para qualquer empresa uma eficiência do ponto de vista econômico muito grande. E isso gera receita. É claro, o potencial de gerar receita, de vender, é muito maior.

Então assim, pra quem é conveniente? Lógico que para o consumidor é bom, é interessante poder adquirir o ingresso pela internet sem sair de casa? É. Assim como é para ele também poder adquirir uma geladeira pela internet. O e-commerce é o futuro das relações de consumo.

Agora olha que interessante deputado, deputado Tito, hoje no e-commerce, qualquer produto, nós temos muitas empresas, muitos fornecedores que atuam tanto no varejo presencial, físico, quanto no e-commerce, temos vários exemplos disso. E o que nós vemos? É

naturalmente, obviamente, isso aí é óbvio, e naturalmente, os preços das mesmas mercadorias no e-commerce costumam ser mais baratos do que na loja física. Claro, na loja física você tem uma despesa, um custo por estocar o produto, manter ele ali, cuidar. Na loja virtual, não. Tudo é, como eles dizem hoje, on demand, você aperta o botão, chama de lá, não tem a preocupação com o estoque. Então isso reduz o custo.

Aqui nos ingressos, não.

Inexplicavelmente, no caso da venda de ingressos, comprar pela internet é mais caro do que comprar no ponto físico. Dependendo do ponto físico.

Então, o que nós vemos, e assim, isso tem chamado atenção dos órgãos de defesa do consumidor, a fundação Procon já vem procurando combater essas práticas já há alguns anos, com dificuldades imensas, vejam, já foram aplicados aí quase cinco milhões de reais, mais de quatro milhões de reais em multas a essas empresas por essas práticas variadas. As multas, lógico, não são pagas, são questionadas em juízo, o Procon chegou a aplicar uma medida cautelar a uma dessas empresas de venda de ingressos proibindo, suspendendo a venda de ingressos por práticas dessa natureza. No mesmo dia judicialmente a empresa reverteu a medida.

E o que nós percebemos, então, é que por mais que o Código de Defesa do Consumidor tenha mecanismos ali que coíbam essas práticas, por ser uma norma principiológica e que demanda, então, uma construção, interpretação para sua ampliação, muitas vezes essa interpretação, essa hermenêutica, enfim, ela não é reconhecida nos tribunais. Então evidencia-se o quê? A necessidade de um complemento à legislação, um complemento para deixar mais claro e disciplinar melhor esse mercado que é o mercado que vem crescendo e que vem abusando do consumidor.

Eu posso listar aqui uma relação de práticas que nós identificamos e que deixam muito claro o caráter, eu diria, abusivo dessas práticas. Vejam só, então primeiro, conveniente para quem? Em primeiro lugar é para quem vende a conveniência, porque aumenta o canal de venda, reduz o custo da venda, aumenta, portanto, sua margem, e ainda, além disso, cobra uma taxa. Mas não se resume a isso. Não se resume a isso, deputado.

Que práticas que nós já identificamos? Então o consumidor vai adquirir um ingresso para um determinado evento, ele vai acessar o site da empresa pela internet e ali nós temos uma taxa de conveniência. A título de argumento, se admitirmos a possibilidade da taxa de conveniência, ora, a conveniência, vamos imaginar, eu vou comprar um ingresso para mim, para minha esposa e para minha filha, para um show qualquer infantil. Eu acessei o site uma única vez e comprei o ingresso.

A minha conveniência, eu usei o serviço uma única vez. Cada ingresso é cobrado um percentual de taxa de conveniência, ou seja, eu pago três vezes. Mesmo tendo utilizado uma única vez a conveniência porque o preço é estipulado sob o valor do ingresso e aí tem outro problema, a conveniência é a mesma. Não importa se eu estou comprando um ingresso que custe 100 ou que custe 1000 reais. Mas o preço da conveniência vai variar de acordo com o valor do ingresso.

E aí nós temos a prática de preços diferenciados por um mesmo serviço, que é vedado pela legislação. Mas não para por aqui. Não para por aqui. O consumidor, muitas vezes, muitas vezes, não, ele compra o ingresso pela internet, mas ele tem que retirar esse ingresso lá no guichê, na fila com todo mundo. Que conveniência é essa? Eu compro o ingresso e tenho que pegar fila lá no guichê no dia do evento para retirar o ingresso? Outro problema.

Se eu quiser adquirir o ingresso e, além da conveniência, ter outra conveniência, que é recebê-lo em minha casa, eu pago aí uma taxa de entrega. Essa de fato é a conveniência. Ora, se o consumidor quer receber o ingresso na sua residência, no seu domicílio, ele paga uma taxa pelo serviço de entrega, absolutamente justo. Não, mas ele paga duas vezes, ele paga o pedágio da compra. Pra mim, isso não é conveniência, é um pedágio que é cobrado do consumidor que quer assistir um evento. Ele paga pelo uso do canal internet, e paga para receber na sua casa. Mas pasmem! Muitas vezes o consumidor compra o ingresso pela internet, paga a taxa de conveniência e a própria empresa indica aonde ele tem que retirar o ingresso.

E muitas vezes a empresa indica pontos de venda que ficam, por exemplo, em shopping centers, e quando o consumidor vai retirar o ingresso lá, qual é a surpresa dele? Que ele tem também que pagar uma taxa de serviço pela retirada no shopping. Vejam a que ponto chegamos. É um verdadeiro caça-níquel. É um caça-níquel. É a palavra que eu posso utilizar.

O consumidor paga a taxa de conveniência, tem que retirar em um ponto de venda e paga pela retirada no ponto de venda indicado pela empresa, que muitas vezes é um shopping.

A empresa fala “não, mas o consumidor não é obrigado a comprar pela internet. Ele pode adquirir o ingresso diretamente na bilheteria”. Agora vou usar uma expressão da minha avó, minha querida avó, claro, o ponto de venda está lá à disposição onde Judas perdeu as botas, um. Dois, o ponto de vendas não é aberto simultaneamente à venda pela internet, ou seja, a venda na internet já começou, deputado, e o ponto de venda presencial ainda não está aberto.

Ali depois que passou um bom tempo, que ele vendeu bastante, se vendeu bastante ingresso pela internet e se arrecadou muito com a taxa de conveniência, abre-se o ponto físico de venda. Como eu disse, onde Judas perdeu as botas. E aí a pessoa tem que se dirigir até lá, mas não se preocupem, consumidores, se vocês quiserem nós temos outros pontos de venda

espalhados pela cidade, em shopping centers, em pontos ali de fluxo do público, só que se eu me dirigir pessoalmente a um desses pontos de venda eu também vou pagar a conveniência. Veja, a conveniência não é só pela internet. O modelo de negócio é esse.

Eu coloco um ponto de venda inacessível ao consumidor onde eu não cobro conveniência alguma e que não funciona nos mesmos moldes dos outros canais, ou seja, ele é aberto, geralmente abre-se a venda nesse ponto depois de se já ter iniciado a um bom tempo pelos outros canais. Se eu não puder ou não quiser comprar nesse ponto que foi colocado à minha disposição, quais são as minhas opções? Eu compro pela internet e aí pago muito por essa tal conveniência, ou vou a outros pontos de venda, em shopping centers, enfim, onde eu também vou pagar por taxa de conveniência, então esse negócio da taxa de conveniência realmente é um negócio da China.

É um achado histórico. Assim, agora não podemos admitir uma coisa dessa. Como eu disse, como eu comecei dizendo, nós somos uma economia de mercado, é lícito, é legítimo empreender qualquer atividade econômica, e auferir lucro com essa atividade, mas não assim, às custas dos legítimos interesses do cidadão, do consumidor. Essas práticas são todas práticas que ao nosso ver são abusivas. O Procon tem já muitas multas aplicadas. Pagas, eu arrisco a dizer, nenhuma.

Muitas em discussão no âmbito do poder judiciário, em alguns casos até com dificuldade de ir à frente essa discussão por quê? Justamente pela carência de regras mais claras e mais específicas. Nós temos, por exemplo, no Rio de Janeiro uma lei em vigor, que limita, se eu não me engano, a 10% o valor dessa taxa de conveniência, uma ação civil pública do Ministério Público do Rio de Janeiro, que com decisão favorável ao consumidor, em segunda instância no Tribunal de Justiça do Rio que proíbe a cobrança das taxas de conveniência.

Nós temos legislação em Santa Catarina, nós temos projeto de lei, se eu não me engano projeto de lei no Distrito Federal e também projeto de lei na Câmara dos Deputados, de autoria do deputado Antony Garotinho, se eu não me engano, limitando em 10%, me parece, alguma coisa nesse sentido, a taxa de conveniência.

E aí vão dizer, “mas é uma ingerência do estado no exercício da atividade econômica”. Ora, mas os maiores responsáveis são os próprios fornecedores, porque não souberam com equilíbrio, com parcimônia exercer sua atividade econômica, obter o seu lucro e com isso também promover benefícios. Assim, o jogo é justo quando ele traz bons resultados para todos. Não só para uma das partes. Consumidor quer, sim, ter uma conveniência, e digo mais, se o consumidores, embora não tenhamos muitas reclamações de consumidores, não significa que não haja indignação. Há, sim, uma indignação coletiva, e a indignação dos consumidores não é nem com a cobrança da taxa da conveniência, não. Pasmem. É com o valor absurdo que é cobrado. E com essa coisa, com esse repique, uma em cima da outra, em acessei uma vez o canal e a minha conveniência foi uma só, eu comprei três ingressos, eu pago três vezes.

Se eu compro um ingresso de X, a conveniência é de X; se eu compro de 2X, a conveniência é de 2X, mas o serviço é o mesmo. Que história é essa? Como que a gente pode admitir uma coisa dessa?

Então, mais uma vez, deputado, eu reputo aqui de extrema importância para o interesse dos consumidores essa discussão. Sobretudo porque não estamos falando só do interesse econômico do consumidor, nós estamos falando também aqui de acesso à cultura, de dignidade da pessoa humana, do consumidor que quer poder assistir o seu evento, ele não se opõe a não remunera um serviço quando ele vê nisso uma troca justa, equidade, se eu estou tendo uma conveniência, eu vou aceitar remunerar essa conveniência, mas espera aí, gente, para quem que é conveniente isso daqui? Para o consumidor ou para a empresa? A empresa ampliou, massificou a venda, um canal desse tamanho, reduziu custo, eliminou postos de trabalho ganhando de todos os lados, e ainda mais uma taxa absurda dessas.

Então para nós aqui da Fundação Procon essa discussão é importante, nós estamos à disposição, deputado, dessa Casa, para auxiliar no que for necessário, a fim de que possamos avançar nessa questão. Muito obrigado.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Agradecer a fala do Dr. Paulo. E queria perguntar ao deputado Tito, algum questionamento?

O SR. FRANCISCO CAMPOS TITO – PT – O Dr. fala da questão de uma lei complementar para que isso possa ser corrigido.

Em algum outro estado, além do Rio de Janeiro que o senhor citou, já tem alguma ação nesse sentido ou não? E onde, efetivamente, está a falha da lei quando o senhor fala, por exemplo, que já foi multado, mas não se paga, se defende e essa defesa acaba sendo positiva, eles acabam ganhando essas causas. É por ausência, de fato, dessa lei ou por uma outra questão que não é muito percebida, visível?

O SR. PAULO ARTHUR LENCIONI GÓES – Deputado, além do estado do Rio de Janeiro, há lei também no estado de Santa Catarina. Eu não saberia dizer agora o inteiro teor de cada uma delas.

Se não me engano, no estado do Rio de Janeiro, inicialmente a lei do Rio vedava a cobrança, depois houve uma emenda e foi permitida a cobrança, estabelecendo-se um limite de 10%. Se não me engano é isso.

No estado de Santa Catarina ela traz alguns limites, mas não parece se estabelece percentual, se não me engano, no estado de Santa Catarina. No Distrito Federal, projeto de lei na Câmara dos Deputados, projeto de lei. Limitando em 10%.

No caso, quando eu digo que essas multas não são pagas, porque aqui é uma divergência de entendimento claro. Porque há regras que estão muito claras no Código de Defesa do Consumidor. Proibida a exposição ou a venda de produtos com prazo de validade vencido. Então quem é pego comercializando produto com prazo de validade vencido, dificilmente assim, há como questionar esse tipo de conduta. Mas há condutas, o Código, por exemplo, proíbe a cobrança ou a exigência de vantagem manifestamente excessiva.

Agora vantagem manifestamente excessiva, quer nesse caso onde procuramos enquadrar esse tipo de conduta. Vantagem manifestamente excessiva é juridicamente indeterminada. Demanda uma interpretação à luz, no caso, do Código de Defesa do Consumidor, aos seus princípios, e aí os órgãos de Defesa do Consumidor sustentam a sua posição com base na lei, e as empresas, a posição delas também divergente.

Essa discussão ela não fica restrita a uma discussão administrativa, ou seja, dentro da fundação Procon, no caso dos processos de multa. Ela transborda, naturalmente, para o Poder Judiciário, porque são multas elevadas, como eu disse aqui, e no Poder Judiciário, em algumas situações, a minha impressão é que o judiciário ele ainda tem uma postura mais conservadora e sente a necessidade de um instrumento legal mais claro, no sentido ou da proibição ou da limitação dessas práticas.

Então, para mim, a questão é sim mais de mecanismos legais mais claros. Eu vejo dessa forma. O que não quer dizer que se por ventura venha a ser aprovada uma legislação nessa Casa, ela não venha sofrer questionamentos. Vai sofrer, claro que vai sofrer, como tantas outras já sofreram. “Ah, isso é uma ingerência do estado no exercício da autonomia privada, a liberdade de iniciativa das empresas”. Vão ser questionados, mas me parece que seria o caminho mais adequado para se melhorar o cenário que nós temos hoje.

O SR. FRANCISCO CAMPOS TITO – PT – Nós estamos debatendo essa anomalia do mercado dos ingressos. Uma questão que é curiosa, como é que chamam esses atravessadores que compram...

O SR. PAULO ARTHUR LENCIONI GÓES – Os cambistas.

O SR. FRANCISCO CAMPOS TITO – PT– Os cambistas. Como que é essa questão? Pode ou não entrar nessa própria CPI. Um exemplo concreto. Na minha cidade teve festa de peão agora ha pouco tempo, uma pessoa chegou lá para comprar quatro mil ingressos. E quatro mil ingressos na festa de peão na minha cidade é mais que 50% do que cabe no recinto da festa. Como que essa questão também é tratada, como é que o senhor vê essa questão dos cambistas?

O SR. PAULO ARTHUR LENCIONI GÓES – É uma questão de extrema importância. Em primeiro lugar, primeiro que é um caso de polícia. É a primeira coisa que eu posso dizer. Mas hoje a gente tem mais ou menos dois tipos de cambismo. Você tem aquele cambista já conhecido há muito tempo, às vezes é uma pessoa que, enfim... E esse aí só a polícia pode tratar.

Mas você tem o outro tipo de cambista que está se institucionalizando, sites aí, esses, quando estão regularmente estabelecidos, as autoridades administrativas como o Procon ainda podem tentar tomar alguma providencia. Quando não, realmente é só polícia.

Hoje o nosso estatuto do torcedor, por exemplo, no caso de eventos esportivos, o cambismo é uma prática descrita como uma inflação penal, inclusive.

Agora, há uma responsabilidade muito grande também de quem vende o ingresso nisso. Por quê? Porque quem vende ingresso não pode chegar e vender quatro mil ingressos para um único comprador. Isso é um absurdo! Está concorrendo para a prática do cambismo nesse caso. Quem aceita uma coisa como essa, está concorrendo para a prática do cambismo.

Então há que se responsabilizar, em dar determinadas situações como essa que o senhor colocou, quem autoriza uma mesma pessoa que adquira essa quantidade de ingressos. Porque isso vai, de uma forma ou de outra, resultar no cambismo e prejuízo para o consumidor final.

O SR. FRANCISCO CAMPOS TITO – PT – O que mais acrescenta é a questão que o senhor colocou e colocou bem, é a dificuldade do acesso à cultura porque nós estamos tratando aqui de ingressos que tem tudo a ver diretamente com a questão da cultura e dificultar o acesso à cultura é uma coisa que nos preocupa.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – É importante registrar que é uma reunião da comissão informal, mas importante porque nós estamos colhendo aqui informações do Procon que é fundamental para o nosso trabalho.

Eu achava importante que o Procon nos ajudasse nos trabalhos. Nós precisamos do apoio institucional do Procon nesse trabalho porque a Assembleia Legislativa, do ponto de vista constitucional, ela tem limitantes. E um dos pontos que não tem limitação para gente legislar, tem a ver com a defesa do consumidor.

Então eu gostaria de solicitar, de público, esse apoio e ao mesmo tempo agradecer a presença aqui...

Então eu acho que nesse contexto da colaboração do Procon, significa todo tipo de apoio, inclusive a questão da legislação existente no Brasil, correto? Porque o que se quer, na verdade, é defender o consumidor, e claro também, não criar aqui dentro da comissão um espírito de arbitrariedade. Aqui não tem aquela preocupação se não defender o consumidor.

Então eu queria agradecer, Dr. Paulo, pela presença. Desculpar pelas ausências, e registrar que a deputada Célia Leão justificou, como também a deputado Maria Lúcia Amary. Elas justificaram as ausências aqui em função de problemas de última hora.

Então eu passo a palavra para as considerações finais.

O SR. PAULO ARTHUR LENCIONI GÓES – Deputado, o senhor pode contar com o apoio da Fundação Procon.

Respondendo a indagação do colega, hoje, menos. Foi pior. Mas ainda temos problemas com relação a meia entrada. Hoje ha uma lei federal que disciplina a questão da meia entrada. Está aguardando a regulamentação. Durante muito tempo uma briga, essa nós conseguimos melhorar um pouco a situação porque pelo site as empresas não faziam venda da meia entrada. Quer dizer, quem queria comprar meia entrada tinha que ir pessoalmente, mas pelo site, não.

Hoje fazem a venda da meia entrada. Mas tem um outro detalhe que é importante, deputado, e se me permite acrescentar o que eu havia dito, que também há casos de consumidores, e temos reclamações que pagaram a taxa de conveniência, pagaram a taxa de entrega para receber em casa o ingresso, e tiveram que retirar na bilheteria. Não receberam o ingresso.

Mas, deputado, conte com a Fundação Procon, nós vamos designar um dos nossos especialistas para acompanhar de perto os trabalhos aqui e dar todo o apoio que for necessário a esse trabalho. Todas as informações que nos forem solicitadas serão disponibilizadas, documentos, informações.

Eu peço que só nesses casos possamos oficializar esse pedido para que possa dispor e esperamos, sem dúvida alguma, como o senhor disse, o objetivo aqui é promover o equilíbrio e a harmonia das relações de consumo. O objetivo não é de ir de um extremo ao outro, é equilibrar. É isso que nós queremos.

E para que isso ocorra é preciso um nível maior de proteção aos nossos consumidores.

O SR.PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Obrigado pela presença e nada mais havendo a tratar, está encerrada essa reunião informal. Obrigado.

* * *

COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO

COMPRA E VENDA DE INGRESSOS

04/06/2014

PRESIDENTE

DEPUTADO MAURO BRAGATO – PSDB

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Boa tarde a todos! Vamos então dar início informalmente enquanto chegam os nobres pares para a reunião desta Comissão Parlamentar de Inquérito que foi criada coma finalidade de investigar os problemas relacionados aos grandes eventos musicais, esportivos e de lazer em geral realizados no estado.

Eu queria agradecer a presença da deputada Célia Leão, deputado Chico Sardelli. Gostaria de agradecer também a presença da Sra. Flavia Gadini da Fundação PROCON, indicada pela Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania, secretaria Eloísa de Sousa Arruda, e convidar à senhora Cátia Latuf que representa aqui a empresa Ingressos Rápidos para tomar assento à Mesa e tecer considerações sobre o objeto do convite que foi formulado. A senhora tem até 15 minutos para expor as suas ideias.

A SRA. CÁTIA LATUF – Ok. Primeiramente boa tarde! Agradeço a todos a oportunidade de poder esclarecer alguns itens importantes dessa nossa atividade. A venda de ingressos hoje é muito importante a gente esclarecer que as empresas contratadas prestadoras de serviço na venda de ingressos, elas não têm absolutamente nenhuma relação com as produções dos eventos, espetáculos, shows, ou casa de espetáculos.

Um minuto que eu vim correndo (risos). Bom, obrigada. Nós somos empresas prestadoras de serviço na atividade que envolve toda a cadeia de distribuição e divulgação de ingressos para eventos culturais. Com isso, falando um pouco da minha empresa que é a Ingresso Rápido, hoje nós atendemos uma média de 400 a 450 eventos culturais no país.

Eventos esses que nós proporcionamos a todos os consumidores a possibilidade de compra e divulgação desses espetáculos. Quando nós somos contratados pelos produtores ou casas de espetáculos que querem utilizar o nosso serviço, esses produtores recebem todo um suporte de estrutura, de gestão desses ingressos, ou seja, obrigada.

Eles recebem por parte das empresas de ingresso todo o software que vai poder fazer a gestão dessa venda, a gestão das cargas de ingressos hoje tão importante depois do advento inclusive, de Santa Maria. Toda a questão de você poder controlar a carga

disponível e liberada daqueles eventos, e oferecer na bilheteria desses locais os ingressos aos consumidores que assim vão à bilheteria adquirir sem nenhum serviço, sem nenhuma taxa pelo valor de face do ingresso.

Quando este consumidor quer utilizar um serviço de compra deslocada dessa venda da bilheteria, nós oferecemos uma estrutura de distribuição através da internet, através de uma estrutura de call center e de redes de pontos de venda em todo o país.

O serviço das empresas de ingresso são remunerados através dessa taxa de serviço que o consumidor paga pela conveniência, pela comodidade de poder adquirir este ingresso fora da bilheteria do espetáculo.

É importante esclarecer que essa taxa de serviço é proporcional ao valor do ingresso. Primeiro ele envolve toda parte de gestão financeira e distribuição desses ingressos, o risco de fraudes, de compras pela internet, de distribuição é todo da empresa de ingressos. O que sustenta toda essa tecnologia e a possibilidade de divulgação desses eventos culturais é o nosso serviço.

Então, é muito importante esclarecer esses dois pontos, as empresas de ingressos não são produtoras dos eventos, elas prestam serviço dentro dessa cadeia. A Ingresso Rápido hoje oferece mais de 450 eventos dos quais a sua grande maioria são de teatros, são eventos populares, são eventos menores cujo valor do ingresso é bem baixo e esses produtores culturais não teriam condição de absorver em sua estrutura de custo esse serviço aos seus clientes.

O consumidor quando vem a São Paulo, por exemplo, de fora ele só conseguiria ter possibilidade de compra através da internet e com isso você está gerado e divulgando a Cultura também como serviço agregado.

Então eu acho que esse é o principal ponto de esclarecimento. A entrega que também é outro ponto a ser esclarecido, nós temos a nossa taxa de serviço que ela compõe e suportam esses serviços prestados de distribuição, gestão e venda desses ingressos.

A entrega que é cobrada quando é uma opção do cliente consumidor, ela é só é cobrada quando o consumidor assim escolhe receber em sua residência. E ela é um valor de acordo com o custo da terceirização desse serviço, dos Correios ou do motoboy conforme a escolha do consumidor.

Ele pode escolher retirar em bilheteria ou mesmo imprimir em sua residência hoje que é uma tecnologia nova que nós estamos oferecendo sem nenhum custo adicional, a valor zero. Então, esse é também um ponto que causa muita confusão na compreensão do serviço.

Creio que esclareci um pouco. Mas alguma coisa, Maurício, meu colega, que eu tenha esquecido.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Ok. Dra. Cátia, eu passo a palavra para o deputado Chico Sardelli.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Primeiro gostaria de saudar o presidente desta Comissão deputado Mauro Bragato pela transparência do seu trabalho em tantos mandatos aqui. Se somar os mandatos da deputada Célia e do senhor, com certeza eu estou anos luz atrás, aí. Parabéns!

E também a minha companheira Célia, amiga lá da nossa querida Campinas que é um bairro da cidade Americana, muito bem situada. Saudar a nossa amiga convidada Cátia Latuf do Ingresso Rápido.

Eu teria algumas considerações a fazer depois da leitura de alguns materiais que nós temos aí a respeito dessa matéria. A senhora, talvez eu vá ser repetitivo em algumas colocações porque fez parte inclusive daquilo que a senhora comentou.

A senhora falou das taxas de conveniência, que valor é cobrado no site e qual o outro tipo de modalidade que vocês cobram e quanto cobram?

A SRA. CÁTIA LATUF – Nós temos uma taxa padrão hoje de 18%. Esse valor, porque eu chamo de taxa padrão? Porque ela tem um limite máximo, né? Quando nós, no caso específico da Ingresso Rápido nós trabalhamos com muito pouco eventos

internacionais ou de valor muito alto de ingresso. Mas eventualmente nós podemos ter este produto também à venda.

Quando isso ocorre nós temos sempre um limite de um valor máximo dentro dessa taxa para que não seja irreal. E nós temos diversos contratos aonde este serviço é absorvido pela produção dos espetáculos. Ou seja, quando nós temos produções com estrutura de custo que consiga nos contratar absorvendo o nosso serviço, este ingresso também é oferecido às vezes até sem taxa nenhuma de conveniência. Ou seja, não que nós estamos trabalhando de graça, mas ele está sendo pago pelo produtor.

O que ocorre é que a grande maioria das produções culturais não possui em sua estrutura de custo a possibilidade de absorver este serviço. Quando isso ocorre é cobrado a taxa de serviço para que nós possamos ser remunerados e essas produções possam utilizar o nosso serviço de distribuição.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Quer dizer, uma taxa

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB - Pela ordem, presidente.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Pela ordem deputada Célia Leão.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Queria, pedindo já desculpas e escusas ao deputado Chico Sardelli que é um grande companheiro desta Casa e pedindo a V. Exa. estes rápidos segundos pela ordem, e cumprimentando as assessorias que aqui estão, os convidados de forma especial à Sra. Cátia Latuf, ao Sr. Maurício que a acompanha também, e à representante do PROCON.

Só pedir a V. Exa. deputado Chico Sardelli, eu sou relatora de um projeto da Comissão de Meio Ambiente agora às 15 horas e eu obrigatoriamente tenho que estar presente para fazer a leitura do relatório que é um projeto de três anos nesta Casa, do Alto Juqueri, da Lapa, do Alto Juqueri.

Não que aqui não seja importante, até porque eu sou membro e fiz questão de estar nesta CPI presidida pelo grande líder desta Casa Deputado Mauro Bragato, não faço aqui um carinho, mas são de fato, quem tem oito mandatos, foi prefeito da cidade por duas vezes, só pode ser uma grande liderança e o é, portanto que preside esta CPI, mas não é questão de importância, é questão que tem eventos, reuniões que eu tenho que estar presente e V. Exa. sabe disso.

Então eu vou ter que pedir licença a Sra. Cátia, ao Sr. Maurício, aos convidados para me retirar. Mas eu queria deixar aqui uma, e aí V. Exa. Chico Sardelli volta às suas questões, mas eu queria deixar só uma questão que não necessariamente precisa ser respondida neste minuto, eu posso depois pegar dos anais da Casa com o presidente.

Que entendi a manifestação, a explicação da senhora e agradecemos a presença também pelo convite aceito, mas nós temos informações, por exemplo, de que o PROCON afirma que qualquer taxa, se eu entendi da leitura, é irregular.

Então eu queria um pouquinho depois, vocês que trabalham nessa questão dos ingressos com as empresas que tem e são várias as empresas de forma direta como o Ingresso Rápido, se de fato existe esta questão de que essa cobrança é ilegal, ou existe algum movimento ou legislação, ou decreto ou entendimento de que pode ser cobrado qualquer tipo de taxa. Sem entrar no mérito do valor se é alto, se baixo, às vezes não é cobrado como a senhora disse, não se trabalha de graça.

Mas existe essa compreensão de que é ou não legal, do ponto de vista de legalidade cobrança de qualquer taxa. Eu acho que depois disso o deputado Chico Sardelli continua e na hora das explanações, mesmo eu não estando presente, eu vou depois tomar conhecimento e depois na próxima reunião, certamente o presidente não termino a reunião a tempo de voltar a esta com certeza, mas da próxima V. Exa. pode contar com a minha presença porque é muito importante esta questão dos ingressos. Muito obrigada Sra. Cátia, muito obrigada presidente e muito obrigada deputado Chico Sardelli pela sua compreensão.

A SRA. CÁTIA LATUF – Bom, em relação à ilegalidade da cobrança, nós não temos ciência dessa ilegalidade. Inclusive nós mantemos um acordo assinado, um

Termo de Conduta assinado com o Ministério Público que nos permite a cobrança da taxa de conveniência dentro de determinadas regras que nós cumprimos desde então.

Se não me engano de 2011, não é Dr. Renato? Se não me engano. Esse termo foi assinado em 2011 e nós o cumprimos fielmente desde então, a partir daquelas regras acordadas como Termo de Conduta.

A questão do serviço como eu expliquei, a taxa de conveniência, a empresa de venda de ingresso não é a dona do ingresso, o valor de face do ingresso é integralmente repassado às produções culturais. Se o ingresso vale, custa 100 reais, o valor de face de ingresso é 100 reais, as produções culturais recebem semanalmente as vendas realizadas no valor de 100 reais.

Nós recebemos valores por conta desses terceiros que são os produtores culturais. Então essa é a nossa prestação de serviços. Alguns produtores culturais nos pedem ainda em casos específicos de ingresso rápido alguns serviços adicionais como gestão de uma bilheteria, por exemplo.

Nós temos diversos teatros aonde 100% dos funcionários, equipamentos, gestão, é feito por nós. Aí sim, nós fazemos uma prestação de serviço à parte e cobramos por ela. Esses teatros, esses equipamentos culturais estariam nos remunerando por este serviço de operação de bilheteria, mas não por toda a plataforma desenvolvida do sistema que permite a venda e a divulgação desses eventos culturais em todo o Brasil. Esse é um custo bastante significativo que é absorvido 100% pelas ticketeiras.

Então, eu não tenho conhecimento dessa ilegalidade, nunca operamos desta forma, até se tiver uma questão mais jurídica que o Dr. Renato me apoie porque não é a minha competência e eu não saberia expor.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Será que ainda posso presidente? De forma muito rápida, quer dizer, seria um TAC? Termo de Ajustamento de Conduta.

A SRA. CÁTIA LATUF – Sim.
A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Com o Ministério Público. Aonde então o Ministério Público libera de forma legal esta cobrança, de acordo com as regras impostas e

A SRA. CÁTIA LATUF – Exatamente. No caso específico da Ingresso Rápido, uma empresa que foi constituída em 2002, nós estamos falando de 12 anos de atividade, que possui em seu quadro de funcionários um número significativo de profissionais e que estamos dentro de um processo legal de atuação, e com todas as suas questões em dia.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Deputado Chico Sardelli com a palavra.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Eu não sei se a dona Cátia, a senhora terminou a explanação. Era taxa, a taxa pelo que eu entendi a Ingresso Rápido tem no seu teto 18%, é isso?

A SRA. CÁTIA LATUF – Exatamente. Na verdade ela é 18% do valor do ingresso e ela possui a partir do TAC assinado com o Ministério Público um teto limitado, se não me engano hoje estamos falando de 100 ou 110 reais por ingresso no máximo desse valor.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Quer dizer, na taxa de conveniência no site também é este valor 18%?

A SRA. CÁTIA LATUF – Sim, 18%.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Quanto vocês cobram da taxa de conveniência nos pontos de venda, ou seja, a bilheteria?

A SRA. CÁTIA LATUF – A bilheteria zero.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Zero?

A SRA. CÁTIA LATUF – Na bilheteria do local do evento não há taxa de conveniência. Nos demais pontos de venda, hoje a Ingresso Rápido possui em torno de 120 pontos de venda distribuídos nacionalmente. Então, hoje um turista, por exemplo, que está em Recife e que se propõe a vir a São Paulo e assistir ao espetáculo no Centro Cultural do Banco do Brasil, ele consegue comprar o seu ingresso fisicamente em um ponto de venda em Recife.

Então, nesta rede de distribuição física também é cobrado 18%. Mas a bilheteria não tem taxa de conveniência, ou em alguns eventos que não possuem bilheteria ainda montada, como por exemplo, eventos que acontecem no Anhembi ou eventos que acontecem na Fazenda Maeda que nós tivemos outro dia. Nós não temos uma bilheteria no local, então nós estipulamos um ou dois, às vezes até três locais dessa rede de ponto de vendas sem taxa de conveniência para sempre dar a opção ao consumidor de utilizar ou não os nossos serviços. Isso também é um compromisso com o TAC e nós o cumprimos na risca.

O pagamento da taxa de conveniência da taxa de serviços que nós cobramos é opcional. O consumidor pode optar por ir ao ponto de venda, a bilheteria ou ao ponto de venda sem taxa e adquirir seu ingresso sem a cobrança do nosso serviço.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Isso quer dizer que na entrega das empresas que atuam nesse seguimento como a Ingresso Rápido existe também a modalidade de entrega. Eu posso solicitar esse ingresso?

A SRA. CÁTIA LATUF – Também é uma opção.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Tanto na entrega como a retirada, enfim.

A SRA. CÁTIA LATUF – Exatamente.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Nesse caso também existe a taxa de 18%?

A SRA. CÁTIA LATUF – Não, nesse caso da entrega a taxa é cobrada de acordo com o local de entrega porque a entrega eu, nós utilizamos os serviços dos Correios na sua grande maioria que possui a sua tabela de serviços.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Fora a tabela de serviços dos Correios a empresa também tem o percentual que é dela na entrega

A SRA. CÁTIA LATUF – Não! Não, a entrega é cobrada um valor único pela compra seja de um ingresso, cinco ingressos, dez. Independe do valor de face do ingresso ele não é um percentual e ele é um valor único de acordo com o CEP da entrega. Tanto é que esse valor só é calculado após a informação do consumidor do seu endereço.

Se eu vou mandar um SEDEX para Manaus ou se eu vou entregar um SEDEX em São Paulo mesmo, eu tenho valores diferentes de acordo com o meu fornecedor que são os Correios.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – E o valor da taxa de conveniência é calculado em cima, a senhora parece que se referiu a isso aqui. Em cima, vamos

imaginar que hipoteticamente ou na prática possa custar aí 100 reais um ingresso. Esse valor da taxa já vem dentro desses 100 reais?

A SRA. CÁTIA LATUF – Ele é transparente, a comunicação para o consumidor é transparente. Então, se ele está comprando um ingresso de 10 reais, é transparente para ele de que 10 reais é valor do ingresso o qual ele pagaria na bilheteria da casa de espetáculos e ele vai pagar 1,80 pelo serviço de compra da internet. Se ele é 100 reais, ele vai pagar 18 reais pelo serviço de compra da internet.

A remuneração da empresa de ingressos é exclusivamente este serviço. O que nós estamos oferecendo por este serviço? Primeiro a possibilidade deste consumidor poder comprar o seu ingresso na sua residência, no seu escritório, pelo seu celular ou num ponto de veda próximo à sua casa sem a necessidade de ir à bilheteria daquele teatro, e com total segurança. Poder pagar no seu cartão de crédito, muitas vezes oferecemos benefícios, vantagens através de ações que são feitas como parcelamento e etc. com o objetivo sempre de divulgar e aumentar o consumo de cultura também, além do nosso serviço.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Vocês aceitam quais bandeiras para pagamento? São todas?

A SRA. CÁTIA LATUF – No caso da Ingresso Rápido todas as bandeiras, inclusive o PayPal que é a aceitação de cartão internacional. Uma coisa que é importante também esclarecer é que o comércio eletrônico hoje, principalmente no Brasil é alvo muito forte de fraude. Nós temos hoje um volume muito grande de tentativas de fraudes e muitas vezes conseguem, que é a compra desses ingressos com cartão clonado.

Na nossa estrutura hoje, financeira, a administradora de cartão de crédito não absorvem este prejuízo e como nós, empresas de ingressos repassamos para o produtor imediatamente o valor dos ingressos, esse prejuízo é absorvido pelas empresas de ingressos. Então, muitas vezes nós finalizamos um evento, a prestação de contas de um evento que ocorreu, pagamos à produção o valor de face daquele ingresso e não recebemos este valor como pagamento. É como se nós estivéssemos feito uma venda com cheque sem fundos.

Então, com isso nós também fazemos um investimento muito grande em sistemas de antifraude, em sistemas que monitoram estas compras para proteger esse mercado e esse negócio. Então, este é outro item da nossa estrutura de custo que é pago exclusivamente pelo serviço que nós cobramos.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – No caso de eventos patrocinados por bandeiras, bancos, também, existe a taxa de intermediação da Ingresso Rápido?

A SRA. CÁTIA LATUF – Este patrocínio não é da empresa de ingresso, que pena. Adoraria que o fosse, íamos ficar felizes, não é Maurício? O patrocínio é 100% do produtor do espetáculo. Ele, o direcionamento deste patrocínio é pela produção cultural e não para a empresa de ingressos.

Como nós prestamos serviços a esses produtores, nós seguimos a orientação deles. Definição de valor de ingresso, promoções, ações que são feitas em relação a essa venda não é uma decisão da empresa de ingressos. Essa é uma decisão do nosso cliente.

Veja, nós temos dois clientes. Eu tenho o cliente que contrata o nosso serviço de gestão e venda que são os produtores culturais e eu tenho o cliente consumidor de cultura que quer comodidade na compra desse ingresso. Nós prestamos este serviço, nós estamos na intermediação dessa cadeia.

Então, o patrocínio é dado a esse meu cliente, o produtor do espetáculo. Nós simplesmente prestamos os serviços que eles nos contratam. Então, o nosso serviço é prestado tanto ao cliente do banco que está patrocinando o evento, quanto ao cliente que não é do banco.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Só para encerrar nesse primeiro momento, dona Cátia e presidente e deputada Célia. A porcentagem da meia-entrada, como é que

funciona, qual é a quantidade que vocês fornecem para a meia-entrada, se é que fornecem, ou é exclusividade da questão cultural?

A SRA. CÁTIA LATUF – Novamente, essa lei ainda não, pelo que nós entendemos e na nossa última reunião, ela ainda não está regulamentada, obrigada Maurício.

Ela ainda não está regulamentada e por isso, nós na Ingresso Rápido, creio que o Maurício também não, não temos nenhum evento que esteja utilizando ainda este benefício da lei. Agora, a lei diz que limita a venda de meia-entrada somente para estudantes, também é um ponto importante de esclarecer, a 30% da carga total de vendas. Então, nós temos softwares preparados para fazer esta gestão.

Ou seja, se eu tenho um evento que tem mil lugares, eu vou disponibilizar 30% para venda daquele preço meia-entrada estudante. Eu consigo fazer esta gestão sistemicamente, mas hoje ela não é uma prática.

Nós temos alguns clientes que nos pedem um controle maior que pela lei nós podemos, a meia-entrada é pessoal e intrasferível. Então, através de sistema também muitas vezes nós controlamos a meia-entrada sendo um ingresso por cliente, por CPF. O sistema pode fazer este controle e nós temos bastantes produtores que nos pedem a gestão deste controle.

Volto a falar, nós também prestamos serviços da mesma maneira que este cliente está me pedindo que são os produtores, mas sempre dentro da lei. Se eu tenho um produtor que fala para mim não quero vender meia-entrada, eu vou falar então eu não vendo o seu evento, porque nós também seguimos a lei aí, dentro dessa questão.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Ok. Eu agradeço dona Cátia Latuf, da Ingresso Rápido. Obrigado senhor presidente, obrigado. Não vi, pensei que era a deputada Célia. Mas a Célia virou loira.

(Risos.)

Deputada Maria Lúcia Amary, também junto com a gente aqui.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Ok. Queremos já registrar a presença da deputada Maria Lúcia, e a Sra. Cátia tem alguma consideração a fazer?

A SRA. CÁTIA LATUF – Pois não, presidente.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Então o senhor tome assento aqui para utilizar a gravação. O senhor se identifique, por favor.

O SR. RENATO FERREIRA – O meu nome é Renato Ferreira, eu sou advogado e consultor da Ingresso Rápido e como, só para complementar a questão que foi formulada pela deputada Célia Leão, sobre a legalidade da cobrança da taxa e acho que este esclarecimento é importante do ponto de vista especificamente jurídico.

A taxa é um preço privado e é cobrada por um serviço, é a remuneração por um serviço que as empresas prestam. O entendimento que é exposto pelo PROCON e é o entendimento inclusive que o Dr. Paulo Góes expôs nesta CPI de que a taxa seria hipoteticamente abusiva e que esta abusividade feriria o Código de Defesa do Consumidor.

Pois bem, este é um entendimento isolado do PROCON São Paulo. O entendimento do Ministério Público do Estado de São Paulo na Promotoria do Consumidor especificamente é que a taxa é legal, porque ela remunera um serviço privado.

Este é o mesmo entendimento que tem o Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro, o Ministério Público do Distrito Federal e o Ministério Público da Bahia. Em casos aonde eventualmente e que nós já tivemos a oportunidade de conversar com promotores da área de promotoria especializada do consumidor, manifestando que,

desde que o consumidor tenha a opção de comprar o ingresso em uma bilheteria sem essa remuneração, não há ilegalidade nenhuma na cobrança da taxa porque não há vantagem abusiva que é a expressão usada no Código de Defesa do Consumidor.

Ora, se o consumidor tem a opção e escolhe comprar por um canal remoto e paga a taxa não há ilegalidade. A ilegalidade existiria se não houvesse a opção para o consumidor. E sempre há opção para o consumidor, né? Ele não é obrigado a comprar o ingresso pela internet, ele pode se dirigir à bilheteria e comprar o ingresso na bilheteria sem a cobrança da taxa.

Acrescente-se também que nos casos aonde esta questão foi levada ao Judiciário, a posição do Judiciário é reiteradamente, diria 98% na sua maioria para não dizer que é unânime, de que a taxa é legal e remunera um serviço prestado de forma legal e que não há infração ao Código de Defesa do Consumidor.

Há acórdãos do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, há decisões do Distrito Federal, há várias decisões no estado de São Paulo de primeira e segunda instância, há decisões do Rio Grande do Sul, há decisões do estado do Paraná.

Então, desde que haja a opção para o consumidor não há ilegalidade, né? E acrescente-se outro ponto, né? Dentro do universo deste mercado de quantos milhares de ingressos são vendidos no Brasil, qual é o percentual de reclamações de consumidores nos órgãos do consumidor? É insignificante.

Então, quer dizer, realmente há que se fazer, do ponto de vista estritamente jurídico a posição do PROCON São Paulo é uma posição que não encontra guarida no Ministério Público do Consumidor e no Judiciário.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – A Comissão agradece à Sra. Cátia e Dr. Renato, e agradece e já convida o Sr. Bruno Balsimelli da empresa Ingresso Fácil para tomar assento na Mesa dos trabalhos.

Tudo bem, Bruno? O senhor tem até 15 minutos para expor as ideias, as considerações.

O SR. BRUNO BALSIMELLI – Boa tarde senhores! Hoje nós somos parte de venda de ingressos em todos os meios, utilizamos a venda de ingressos para o futebol, para teatro. O nosso principal cliente hoje é o Teatro Municipal de São Paulo. Fazemos vendas de shows, abrangemos tomas as áreas de ticketagem.

Somos hoje também gestores de arena e eu estou aqui à disposição para tirar qualquer dúvida de vocês sobre o nosso grupo. É fundamental o PROCON estar presente no anuário do PROCON 2013. Nós não tivemos nenhuma reclamação.

Estivemos já conversando com o Ministério Público do Rio de Janeiro no qual nos alinhamos. Tivemos reuniões com o Dr. Roberto do Ministério Público de São Paulo também. Houve um alinhamento também, e agimos de acordo como a lei determina.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Deputado Chico Sardelli com a palavra.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Eu agradeço presidente. Gostaria também de agradecer a presença do Sr. Bruno para poder nos ajudar a esclarecer. Talvez eu seja repetitivo em algumas colocações, mas até para poder entender melhor um pouquinho. A empresa do senhor é Ingresso Fácil?

O SR. BRUNO BALSIMELLI – Ingresso Fácil. Ela trabalha no Brasil inteiro.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Quantos anos no mercado?

O SR. BRUNO BALSIMELLI – Ela está desde 1998, nós fizemos, só para ter uma ideia de números, nós esse ano, até agora foram mais de três milhões e seiscentos mil ingressos vendidos.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – A Ingresso Fácil aceita qual bandeira de cartão para vendas no site?

O SR. BRUNO BALSIMELLI – Nós aceitamos todas as bandeiras que existem no mercado.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Não existe exclusividade de “a”, “b”, “c”?

O SR. BRUNO BALSIMELLI – Nenhuma. De jeito nenhum. Todas.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Eu gostaria de repetir esta pergunta até para poder formar uma posição a respeito. A empresa do Sr. Bruno vende meia-entrada através do site, por exemplo?

O SR. BRUNO BALSIMELLI – Ela vende através do site e vende também nos pontos de venda. Ela é vendida apenas um ingresso para cada torcedor, ou para cada folião, ou para cada expectador de cultura que vai, porque nós temos o site que um software gerenciador, que a gente bloqueia pelo CPF ligado direto na Receita Federal.

Então você compra uma meia-entrada só que a lei permite. E você pode comprar qualquer um pode comprar, ingresso desde que tenha ingresso à disposição eu não tenho implicação, 10, 20, 30%, 50%, é 100%, está na Nuvem, quem vier comprar o ingresso pode comprar o inteiro ou meia.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Ele tem disponível

O SR. BRUNO BALSIMELLI – Disponível 100% dos ingressos.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – A Ingresso Fácil cobra taxa de conveniência, por exemplo, no site?

O SR. BRUNO BALSIMELLI – Ela não cobra taxa de conveniência no site, ela não cobra taxa de conveniência nos pontos de venda porque isso já está incluso no nosso serviço.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – No negócio para

O SR. BRUNO BALSIMELLI – No negócio, porque o site para nós, no nosso entendimento é um ponto de venda a mais. A mesma coisa que hoje eu faço, vendo aqui no Ibirapuera, eu pago por mês uma (ininteligível) lá eu coloco o link na internet, eu coloco uma locação que eu pago para o Ginásio que está em torno de 3000 reais, a mesma coisa é o site, é a mesma despesa que eu tenho operacional. Então nós não cobramos de jeito nenhum.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – A Ingresso Fácil cobra taxa de conveniência em postos físicos?

O SR. BRUNO BALSIMELLI – Também não.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Na entrada, saída?

O SR. BRUNO BALSIMELLI – De jeito nenhum.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Em nenhuma situação?

O SR. BRUNO BALSIMELLI – Nenhuma situação.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Essa condição acontece

O SR. BRUNO BALSIMELLI – Pelo contrário. Tem eventos que nós não temos o local, nós montamos, alugamos um contêiner, colocamos lá e atendemos aos clientes.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – E aqueles ingressos que são feitos via entrega e retirada, por exemplo, por pedido de um lote de 10 ou de 100.

O SR. BRUNO BALSIMELLI – Se ele retira no local não paga nada por isso, pode comprar os ingressos, não tem problema nenhum. E se ele comprar pela internet e quiser receber em casa, nós utilizamos os Correios que hoje está em torno de sete reais. Ele pode comprar um ou 10 ingressos e ele vai pagar somente sete reais para receber na sua casa.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – A postagem, né?

O SR. BRUNO BALSIMELLI – A postagem, exatamente.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Presidente, da minha parte era isso. Eu tenho algumas dúvidas ainda, mas por hora vou me ater a essas considerações.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Ok. Deputada Maria Lúcia, com a palavra.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Boa tarde. Eu como cheguei um pouco, eu estava presidindo a Comissão de Constituição e Justiça e não ouvi as declarações anteriores.

Eu queria entender ficou um pouco de dúvida porque eu cheguei agora, é com relação à diferença de empresas que fazem, prestam o mesmo serviço e cobra taxa de conveniência ou está embutida no preço. Quer dizer, como é que se regulamenta isso? Como é que se define no mercado as empresas que agem, cujo fim é exatamente essa venda de ingressos só pela internet, ou por remessa em casa, enfim.

O SR. BRUNO BALSIMELLI – A comercialização a senhora faz de acordo com o dono do evento. Por exemplo, o Teatro Municipal, é de São Paulo. Na minha negociação com o teatro ficou acordado, nós já sabemos dessa negociação com o PROCON, Ministério Público que eles eram, não queriam que a gente cobrasse as taxas, nós queremos fazer as coisas de acordo com a lei determina e eles falaram, vamos fazer um TAC.

Eu não concordei em assinar o TAC, mas eu não descumpri nada do TAC. Eu resolvi com a minha empresa tomar um partido e fazer a coisa que a gente achava que era correto. É não cobrar taxa, porque no nosso entendimento também, nós chegamos à conclusão que o mesmo custo que nós temos nos pontos de venda é o mesmo no ponto que tem para vender na internet, por exemplo.

Hoje nós temos espalhados pelo Brasil, não tenho ideia, mas deve ser uns 90 pontos de venda e eles são autoplagiáveis porque eu cobro do cliente. Quem é o cliente? É o clube de futebol, ou é o produtor do evento, ou é o próprio teatro. Eu fiz um acordo com, a prefeitura, ela tem que me pagar pelo meu serviço, mas eu não cobro taxa da prefeitura.

Existe um valor fixo, eu gasto “x”, tenho um ganho de “y” e é isso. Agora, eu não posso repassar este valor para a pessoa que vai assistir o espetáculo, ela não pode pagar mais do que é o evento, entendeu? Essa é a nossa concepção de trabalho.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – A sua empresa tem alguma exclusividade em relação ao Teatro Municipal ou alguma outra

O SR. BRUNO BALSIMELLI – Não. O Teatro Municipal tem uma licitação, e ganhou quem tinha o menor preço ou a melhor qualidade de serviço.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Era isso.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Agradecemos então a presença do Sr. Bruno Balsimelli, da empresa Ingresso Fácil e a presidência, até porque nós estamos realizando uma reunião informal em função do quórum, a presidência pergunta aos senhores deputados se querem tecer algumas considerações.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Da minha parte não, porque eu não tenho os elementos necessários ainda para poder concluir algo.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Então, deputado Chico.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Presidente, eu gostaria só de fazer as considerações finais e como ainda nós temos um tempo nessa CPI, tem um período ainda, não é? Eu vejo aí que tem algumas questões contraditórias, né? Principalmente sobre a questão da taxa de.

O SR. MAURÍCIO AIRES – (Inaudível.)

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Bom, eu acho que agora não.

O SR. MAURÍCIO AIRES – (Inaudível.)

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – De que empresa que é?

O SR. MAURÍCIO AIRES – (Inaudível.)

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Ah! Então, é que, não, o senhor vai ter palavra aqui. Mas nós não, eu não sei, não me disseram que estavam aí. Então o senhor tem, o senhor está convidado a tomar assento.

O SR. MAURÍCIO AIRES – Bom, boa tarde a todos. Eu fiz questão de pedir a palavra porque acho que uma oportunidade como esta.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – O senhor estava já citado. A assessoria não me informou da presença do senhor aqui no, o senhor tem a palavra.

O SR. MAURÍCIO AIRES – Tudo bem. De qualquer maneira peço desculpas pela interrupção e, pedi a palavra porque oportunidades como essa são realmente muito raras na nossa indústria, não é?

Eu como representante direto de uma empresa de venda de ingressos que atuo já há muitos anos nessa área venho convivendo com um pouco deste estigma de que eu posso caracterizar como uma perseguição à taxa de conveniência, né? E a taxa de

serviços que é cobrada pelas empresas de venda de ingressos. Então eu sempre acho importante quando oportunidades como essa surgem para esclarecer alguns pontos que foram já muito bem colocados pela Cátia.

Tenho duas colocações adicionais apenas que eu julgo interessantes da gente colocar aqui. Existe uma associação das empresas de venda de ingressos no Brasil que tem hoje em toda a sua formação empresas que praticam a cobrança de taxa de conveniência, né? Respeitando estes critérios fundamentais de que o consumidor sempre terá a oportunidade de comprar sem pagar a taxa num ponto de venda, numa bilheteria oficial.

Isso é uma garantia que é um direito do consumidor e a gente não impede isso de forma alguma e através da associação a gente inclusive busca garantir que as empresas pratiquem esses procedimentos.

Segundo lugar, o que mais salta aos olhos com relação à taxa é quando a gente tem grandes eventos internacionais e com preços de ingressos que são um pouco mais altos daqueles que representam a maioria dos ingressos vendidos no mercado.

Porém, de fato esses eventos internacionais são a minoria do que se vende de fato em volume de ingressos no Brasil. E aí quando você tem preços médios de ingressos mais baixos, essa taxa de conveniência proporcionalmente, como ela tem um valor proporcional ao do ingresso, ela acaba tendo um impacto menor para o consumidor.

É papel também fundamental das empresas de venda de ingressos propiciarem esta inclusão cultural através do nosso serviço. Esse é um papel que a gente não deixa de enfatizar dentro da nossa associação porque, embora sejamos todos entidades ou sociedades com fins lucrativos, a gente não deixa de levar em consideração esse nosso lado de associado à questão cultural e o grande volume de faturamento que vem para o nosso serviço decorre de pessoas que residem em regiões afastadas, em outras cidades e que teriam uma enorme dificuldade de ir a um determinado show se não tivessem a sua rede de distribuição criada por essas empresas de venda de ingressos.

Então, o que a Cátia deixou muito claro aqui, acho que colocou muito bem é que as empresas de venda de ingressos bancam, sustentam toda esta infraestrutura de segurança, de serviços e é por isso que a gente precisa de alguma maneira encontrar uma fonte de receita.

Como a gente teve o comentário anterior do colega Bruno que disse que não cobra a taxa de conveniência, de alguma forma, isso é um entendimento pessoal meu, da Livepass, até em nome da associação, de alguma maneira esse custo que ele está cobrando do produtor cultural ele é repassado para o consumidor porque se ele precisa ser remunerado pelos seus serviços, de alguma maneira aquilo vai refletir no preço do ingresso do consumidor.

Quando nós adotamos um modelo que é mais comum às empresas de venda de ingressos onde nós não embutimos a taxa no valor do serviço e sim, oferecemos essa taxa como uma alternativa ao consumidor, o preço médio do ingresso acaba ficando mais baixo. Então é uma maneira também de contribuir para a inclusão cultural.

Então eu acho que, e um último ponto que eu gostaria de destacar aos senhores é que a taxa de conveniência ela não é uma prática só brasileira, é uma prática mundial na verdade. Não que a gente tenha que se basear em qualquer outra cultura para determinar aquilo que é certo ou errado ou que melhor, devamos ou não fazer. Porém, acho que vale de uma referência até de mercado porque você tem em todos os países da Europa, Estados Unidos, Ásia, na própria América do Sul, sempre a prática da taxa de conveniência sempre neste modelo.

Então, acho que o nosso objetivo, e somos gratos por isso de ter vindo aqui por este convite e por ter este espaço é exatamente ter oportunidade de esclarecer todos esses aspectos para tentar de alguma maneira minimizar essa má impressão que existe sobre o serviço que é especialmente, que é potencializada pelos grandes shows internacionais que representam a grande minoria daquilo que se vende hoje de ingressos no Brasil, né?

Então, esses são os dois, os três pontos fundamentalmente mais importantes que a gente tem, a questão da sempre possibilidade de se comprar sem pagar a taxa de conveniência em uma determinada bilheteria. A possibilidade.

Ah! Tem mais um ponto, me desculpem. É importante ressaltá-lo também. A questão da taxa de conveniência ser em percentual, a gente discutiu aqui um pouco a questão desse percentual que é praticado. Ela tem um cunho também democrático na

sua composição de custo, não é? Porque a gente sempre entendeu que aquele consumidor que compra um ingresso de preço mais alto, teoricamente ele tem um poder aquisitivo melhor e uma melhor condição financeira de pagar por uma taxa mais alta.

Ao passo que quando um consumidor tem mais dificuldade, menos dinheiro ele paga na mesma proporção, ou seja, ele paga menos pelo serviço. Então, de alguma maneira a gente democratiza essa taxa a exemplo, fazendo um contraponto com algumas alíquotas de impostos que a gente tem hoje no nosso país, né?

Então, de alguma maneira criou-se naturalmente uma democratização da composição desse valor que é cobrado, que é repassado para o consumidor, não é? Eu acho que esse é um outro ponto fundamental que eu queria colocar para todos. Obrigado.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Sr. Maurício, obrigado. Vamos passar então a fala agora para o deputado Chico Sardelli.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Obrigado pela presença Maurício, da empresa Livepass, é isso?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Livepass.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Livepass. O senhor, quantos anos de fundação tem a empresa do senhor?

O SR. MAURÍCIO AIRES – A empresa tem seis anos de atividade.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Essa associação que o senhor se referiu aqui, ela tem quantos anos de fundação e quem a preside?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Eu sou o presidente atualmente dessa associação, uma associação que iniciou as suas atividades em 2012.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Em 2012. Algumas perguntas serão repetitivas até para poder estipular aqui, colocar o comparativo e também estabelecer as diferenças e onde nós parlamentares poderemos trabalhar para que esta CPI do Ingresso Fácil. Ingresso fácil não, a venda de ingressos, senão eu estou fazendo propaganda aqui de quem, qual das empresas. A segunda ou primeira? Não, a primeira é Ingresso Rápido, a segunda. A empresa do senhor Maurício, ela cobra a taxa de conveniência ou não?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Cobra. Com a exceção da bilheteria oficial do evento nos outros canais de venda nós cobramos taxa.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Qual o valor praticado?

O SR. MAURÍCIO AIRES – É um percentual sobre o valor de ingresso. Esse percentual.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Qual o valor estipulado, 18, 15, 10, 20?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Pode variar, nós temos uma taxa que pode variar, não é? Mas nós cobramos até 20% do valor do ingresso.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – A sua empresa oferece exclusividade aos clientes de instituições financeiras que administram cartões de créditos que patrocinam os eventos?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Não. O que acontece como a Cátia bem colocou, é que determinados eventos os produtores dos shows tem patrocinadores como bandeiras ou bancos e que realizam determinadas atividades como pré-vendas ou como descontos especiais que dão a um determinado grupo de clientes algum tipo de privilégio momentâneo.

O que é importante ressaltar nesse caso é que as empresas de venda de ingressos embora respeitem e adotem essa prática solicitada pelos promotores, elas sempre garantem que qualquer outro consumidor tenha ingressos daqueles mesmos setores que os outros consumidores que fazem parte de um determinado grupo de patrocínio ou banco, uma bandeira, uma operadora de cartão que seja, que todos os consumidores sendo ou não clientes daquele determinado seguimento tenham acesso a todos os ingressos daquele determinado show. Isso é uma prática de todas as empresas.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – A questão da meia-entrada, a Livepass restringe a venda de ingressos de meia-entrada, não? Vocês têm essa prática de vender a meia-entrada, não? Com cotas, não?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Não. No momento não, embora a gente já tenha a nova lei federal baseada no Estatuto da Juventude já aprovada, ela deixa em seu texto de forma muito clara a necessidade de uma regulamentação para que ela possa ser de fato praticada por todas as produções e empresas de venda de ingressos, né?

O que ela tem de positivo era exatamente o problema que havia na existência da lei onde a carteirinha de estudante poderia ser obtida de diversas formas sem a existência de um documento único de identificação estudantil. Ou seja, não havia um padrão e essa lei busca essa padronização para que o controle seja mais rigoroso e agente possa de fato dar benefício para quem merece o benefício.

Neste momento não estamos praticando qualquer tipo de limitação. Ainda existe um movimento forte do mercado para que essa regulamentação seja divulgada até porque a lei está aí, né? E também há um movimento forte, há uma discussão no mercado, é importante ressaltar isso de promotores querendo encontrar uma forma jurídica de praticar essa limitação desde já, ainda que não exista a regulamentação.

Eu não sou advogado, não vou discutir o mérito com uma propriedade técnica, mas grosso modo, o que se busca de entendimento por parte dos promotores é, a lei já está aprovada, o Estatuto da Juventude já existe, havia um prazo para a lei ser praticada, então, vamos praticar. Mas como ela não diz como ela deve ser controlada tem uma polêmica em cima disso, não é?

Existe no mercado um desejo muito grande de começarem a praticar essa limitação e as empresas de venda de ingressos por sua vez, será o meio para que esta prática seja adotada, mas hoje reforçando, a Livepass não está fazendo qualquer tipo de limitação.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Eu queria só saber se na prática existe a possibilidade de um show contratar duas empresas concorrentes para a venda dos ingressos para o mesmo show?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Olha, do ponto de vista legal seria até possível, porque quando você faz um show, falando especificamente do mercado de São Paulo, para que você faça a venda de ingressos você entra com um pedido junto à prefeitura de São Paulo para um regime especial e nessa solicitação para venda de ingressos você pode contemplar duas empresas desde que elas atendam a alguns pré-requisitos fiscais que são definidos pela prefeitura de São Paulo.

Então, admite-se essa possibilidade, porém ela não é uma prática porque como as empresas, embora tenham uma ótima relação ente si, são concorrentes, não é do ponto de vista de negócio, aí eu posso falar com relação à minha empresa.

Eu não entro em negócios onde eu tenha uma operação compartilhada. Seja porque não faz muito sentido do ponto de vista financeiro ou operacional. Quando você

tem duas operações dentro do mesmo evento você cria uns problemas técnicos então a gente evita essa polêmica. Então é muito comum estar exclusivo.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Mas seria interessante que acontecesse até para poder ter o comparativo. O cliente do evento, do show, da partida de futebol, do teatro, ter a possibilidade de fazer com que a empresa que faça, que pratique a venda dos ingressos possa estabelecer um competitivo aí até para o usuário pagar um pouco menos. Nesse sentido que seria a minha colocação.

A SRA. CÁTIA LATUF – Rapidamente, só uma colocação técnica. Quando a empresa de ingresso é contratada nessa prestação de serviços, ela não é simplesmente um distribuidor, ela também faz a gestão da carga destes ingressos. Então, quando você tem um mapa, por exemplo, de um lugar marcado fica muito difícil eu dividir essa plateia de que um pedaço a Livepass vende, um pedaço a Ingresso Rápido vende.

Com isso eu prejudico o próprio consumidor que quando entrar ou no site da Ingresso Rápido ou no site da Livepass não terá à sua disposição o melhor lugar disponível naquele momento que ele está comprando. E você acaba criando esta dificuldade operacional da gestão da quantidade de ingressos disponíveis.

Hoje quando você coloca um evento à venda, imagina que nós temos além da internet e do call center que são, internet inclusive é ilimitado, né? Quantos eventos nós já abrimos e esgotou em cinco, dez minutos porque a procura era muito grande e se vendeu no Brasil inteiro.

Você tem também os pontos de venda. Então, hoje um dos serviços grandes que as empresas de venda de ingressos oferecem ao consumidor é a possibilidade do cara que está inclusive no exterior ou do cliente que está na bilheteria, ambos terão o melhor lugar disponível no momento da compra. Se você distribui essa carga em várias empresas, você prejudica o próprio cliente e a dificuldade da gestão financeira desse negócio.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Eu fiz estas colocações e gostaria de colocar também a nobre deputada Amary e também o meu querido presidente Mauro Bragato porque nessa condição de você oferecer a competitividade do negócio, é lógico que pode criar algumas dificuldades, mas eu não estou afirmando aqui, pelo amor de Deus, é uma colocação que faço aqui dentro das prerrogativas que em são peculiares nesse momento. É dizer que do modo com que é operado e trabalhado hoje, pode acontecer inclusive a cartelização dessa questão.

Quer dizer, nos unimos em empresas já que não podemos dividir o espetáculo, nosso mínimo, você assume lá, você assume aqui, você assume o outro evento e nos fechamos entre nós. E efetivamente o mercado é que acaba pagando esta questão.

Então, foi só nesse momento uma colocação que seria até interessante poder estabelecer essa competição para poder evitar a cartelização do processo em si como um todo. Eu ainda, a senhora?

A SRA. CÁTIA LATUF – Não.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Pode falar, desculpa. É que eu teria mais duas perguntas para encerrar.

A SRA. CÁTIA LATUF – Só para encerrar esse assunto. Uma das coisas que extremamente importante e a geração de documentos, inclusive que são subsídios fiscais e legais para as próprias produções estarem arcando com os seus compromissos fiscais.

Esses documentos como um borderô de um teatro, por exemplo, ele é um documento que dá subsídio para o pagamento dos encargos, todos são calculados em cima daquela arrecadação. Esse borderô só é possível porque é uma empresa que faz a gestão única desses ingressos. Em se distribuindo seria necessário ter este documento manualmente, o que estaria aí tirando a credibilidade inclusive daquele fechamento financeiro. É só um aporte do motivo dessa situação.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Eu gostaria só, já terminando Maurício, presidente, Maria Lúcia, mais duas perguntas. A taxa de conveniência em São Paulo chega a custar até 20% do preço do ingresso. Para as entidades de defesa do consumidor como, por exemplo, o PROCON, essa prática é abusiva e irregular. Eu gostaria de saber o seu, o posicionamento do senhor como presidente da associação, como diretor e uma empresa do mercado. Como é que é esta luta diária com o PROCON já que o PROCON tem afirmado sistematicamente que essa prática é abusiva e irregular.

O SR. MAURÍCIO AIRES – Essa é uma discussão antiga e nós temos o maior respeito por ela e pela Fundação PROCON, mas há uma divergência de conceito, né? O nosso entendimento, é importante reforçar que não é um entendimento isolado só das empresas de venda de ingressos. A gente tem, para citar como exemplo, já algumas leis estaduais vigentes inclusive um projeto de lei federal estabelecendo critérios para a cobrança dessa taxa. O que o PROCON de São Paulo entende é que ela é ilegal, mais do que abusiva.

O PROCON de São Paulo entende que esta taxa é indevida, ela não deveria ser cobrada e quando a gente tem já legislações vigentes sendo respeitadas e praticadas que não discutem o mérito da taxa, olha ela é devida, a gente se sente muito mais bem amparado com relação a esta questão jurídica, né?

E, além disso, a gente sempre reforça a tese de que ela não é uma taxa obrigatória uma vez que o consumidor pode não pagar por ela. A questão do percentual que é praticada por uma ou por outra empresa é uma decisão de negócio. Como ela não é uma atividade regulada, vamos dizer assim. Não é um serviço essencial, não é uma atividade que esteja debaixo de alguma legislação específica que lhes estabeleça um teto com a exceção do que a Cátia colocou.

Ela colocou que tem no caso dela um teto definido a partir de um TAC, mas a gente se sente muito seguro de que ela não é uma cobrança indevida. Então, essa é o nosso entendimento dela.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Apesar da segurança que existe que o senhor colocou aqui, a sua empresa já foi autuada pelo PROCON?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Já. Nós já tivemos algumas autuações sim, e em todas essas ocasiões em que o processo se estendeu ao nível do Ministério Público esses casos individualmente foram ganhos por nós. Tem outro processo ainda em andamento, mas como já bem reforçou o Dr. Renato, tanto o Ministério Público de São Paulo, do Rio de Janeiro e de outros estados têm nos dado um parecer favorável com relação à legitimidade dessa cobrança.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Eu agradeço, dou por satisfeito até o momento, presidente. Gostaria só de fazer mais uma consideração deputado Mauro Bragato, se nós, me fugiu a pergunta aqui. Eu diria, para fazer um convite para o presidente da associação. Mas o presidente da associação é o Maurício.

Ah! Se nós tivermos a possibilidade de convidar o PROCON e até a possibilidade de convidar o representante do Ministério Público afeto a esta questão, para que pudesse trazer detalhes também para poder enriquecer o nosso trabalho. São essas as minhas considerações.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Fica registrado, a presidência tomará estas providências. Deputada Maria Lúcia Amary com a palavra.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – É Maurício, não é? Boa tarde. O que eu não entendi muito com relação à sua declaração é com relação ao que você chamou de democratização de vendas. Quem vende, compra mais caro é porque tem um padrão e quem compra mais barato, e essa inversão não é muito lógica porque muitas vezes a pessoa para ir assistir determinados, ela prioriza dentro da situação dela que nem sempre é uma situação favorável.

Então, como é que fixa este valor, como é que o valor pode ser fixado porque, é um percentual, é um valor porque teoricamente quem paga mais caro poderia ser, porque tem mais condições, mas não necessariamente.

E já, dentro dessa mesma pergunta, se a pessoa que compra um determinado ingresso, por exemplo, o número de ingressos, por exemplo, 10 ingressos ela paga. Compra, por exemplo, num valor maior e outras num valor menor dependendo da localização. Ela paga uma taxa por cada um desses ingressos ou é um percentual pela compra que ele está fazendo?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Entendi. Bom, primeiro a primeira pergunta. Esse foi um aspecto que foi amplamente discutido e repensado, eu estou falando muito em nome da minha empresa, quanto a melhor forma de precificação desse serviço que é o modelo do percentual sobre ingresso.

Eu vou usar como exemplo uma lei que chegou a vigorar por um período no Rio de Janeiro que estabelecia que a taxa de conveniência tivesse um valor fixo. Esta lei passou por uma alteração porque o próprio estado entendeu que ela estava sendo pior para o consumidor porque o caminho que as empresas de venda de ingressos adotaram foi estabelecer um valor fixo que a média acabava representando 20, 30 reais de taxa de conveniência para cada uma das compras, porque quando você tem que nivelar o preço pela média você acaba buscando um preço que onera quem paga menos.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Por compra ou por ingresso?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Esta lei falava em por compra. Ela começou sendo por compra e após alguns meses esse assunto foi revisto e chegou-se à conclusão que seria mais justo que ele passasse a ser em percentual.

Eu concordo com a sua tese de que muitas vezes você tem um fã que tem um poder aquisitivo baixo, mas que talvez ele opte por um ingresso mais caro. Eu compreendo porque a gente lida com fã o tempo inteiro, mas nessa análise do perde/ganha precisou-se achar um melhor ponto para acomodar essa forma de precificação. Então a gente insiste muito nessa tese de que ele não deve ser fixa exatamente pra não onerar este consumidor que paga menos.

Todas as vezes em que a gente faz isso a gente não pode perder o foco de que que a gente vai ter ao praticar esse procedimento shows mais vazios, menos gente tendo acesso à cultura, mais reclamações. A lei mudou essencialmente porque as pessoas passaram a reclamar mais dela.

Não foi um trabalho necessariamente nosso de mudança da lei, foi o próprio mercado que se sentiu mais prejudicado com ela. Então não é uma questão tão simples. Eu entendo que é uma questão super válida, mas houve já um estudo, um trabalho de pensar e repensar a melhor precificação e encontramos um mercado, eu diria que praticamente todo trabalha com este formato que é o mesmo formato que provavelmente encontraremos na maioria dos países da Europa, estados Unidos e enfim.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Então na prática se hoje eu comprar da sua empresa 10 ingressos sendo cinco de 200 reais e cinco de 100 reais, quanto eu vou pagar, como é que você administra, a sua empresa administra essa aquisição?

O SR. MAURÍCIO AIRES – É sempre o mesmo percentual calculado sobre cada um destes ingressos. Então, quem tem um ingresso de 200 reais vai pagar 20% desses 200, e o que tem ingressos de 50 reais vai pagar 20% dos 50 reais. A gente aplica o mesmo percentual sempre e isso vale também para o call center, para algum outro canal que a gente cobre taxa de conveniência.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Mas sobre o ingresso e não sobre a compra?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Sobre o ingresso.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – E uma pergunta, por exemplo, a sua empresa tem preferência por alguma bandeira?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Absolutamente. Nós hoje trabalhamos com Visa, Master Card, American Express, Elo, PayPal, então não há nenhum tipo de vantagem ou privilégio hoje dentro da Livepass. O que acontece é que em determinados eventos que são patrocinados o próprio produtor do show demanda este tipo de experiência e como a gente disse, sempre tenta encontrar uma maneira de respeitar o Código de Defesa do Consumidor para evitar que qualquer cliente não tenha acesso a um determinado setor, a um determinado evento.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – E a sua empresa tem na sua atividade, ela tem algum patrocinador para poder vamos dizer, alimentar o fim da empresa?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Não, hoje não. Todavia, nós não somos avessos à prática de patrocínio porque o patrocínio é importante para o nosso seguimento, para a indústria do entretenimento em geral porque ele fomenta mais conteúdo, mais acesso à cultura. Eu diria que infelizmente nós não temos no momento.

Mas, ainda que isso aconteça, a gente sempre vai procurar ter esse foco no respeito à lei de defesa do consumidor. Principalmente porque ainda que a gente hoje não tivesse este princípio na prática do nosso negócio, nós não conseguiríamos. Os shows internacionais hoje tem um nível de visibilidade tão grande, e, aliás, a gente está aqui hoje muito por conta disso e também pelo papel atuante e forte que a Fundação PROCON realiza em São Paulo.

Assim, de fato há uma fiscalização efetiva e isso é positivo para o nosso negócio porque em todos os seguimentos você tem empresas novas que surgem e que muitas vezes não praticam a melhor maneira e a gente que trabalha direito nesse seguimento tenta de alguma maneira se beneficiar nessa rede de cadeias.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – A venda de ingressos, quando vocês vendem a meia-entrada, o percentual que vocês cobram é igual à de qualquer outro ingresso? Porque é uma pergunta que eu fiz e esqueci de incluir essa questão da meia-entrada.

O SR. MAURÍCIO AIRES – É, desculpa, se a meia-entrada é?

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Vocês cobram o mesmo percentual sobre a meia-entrada que cobra em um ingresso?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Sim. Um exemplo de um ingresso de 50 reais, a meia-entrada vai custar 25 reais e nós cobramos os 20% sobre os 25 reais e não sobre 50. Eu acho que entendi a sua pergunta corretamente, não é? Talvez seja mais fácil exemplificar do que tentar explicar.

Mas o percentual é sobre o valor de face do ingresso, aquele que está comprando efetivamente. E aí a taxa tem que acompanhar essa mesma proporção, essa é a prática da Livepass.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Era só isso.

A SRA. CÁTIA LATUF – Me dá licença de complementar.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Tem a palavra a senhora Cátia Latuf.

A SRA. CÁTIA LATUF – Obrigada. Só gostaria de complementar em relação à cobrança da em percentual, na nossa estrutura de custos como empresa de ingressos incluem custos que estão diretamente ligados a esse valor do ingresso como taxa de cartão de crédito e principalmente o risco que eu coloquei em relação às fraudes ocorridas pela internet.

Então o ingresso vendido a 10 reais ele tem um custo/risco infinitamente menor do que o ingresso vendido a 100 reais. Então, dentro da nossa composição de custo, realmente além da democratização que o Maurício colocou, o percentual ele passa a ser justo tanto para o consumidor quanto para nós. É só esse detalhe que é importante.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Agora estou perguntando para o presidente da associação. O senhor tem ideia de quantas empresas prestam serviços nesse seguimento no estado de São Paulo e no país?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Olha, um levantamento muito superficial que a gente faz que é basicamente levantar o que a gente encontra ela internet que são empresas que atuam corretamente, é, e mais as casas de espetáculos, eventos, a gente tem minimamente no território nacional aproximadamente 40 empresas que atuam nesse seguimento.

Você tem hoje um mercado muito amplo. O Brasil é um país muito grande. Então, é até uma resposta difícil como presidente da associação porque a gente tem tentado reunir o máximo possível de empresas, mas muitas delas não estão com a visibilidade que a gente gostaria que estivesse, mas assim, um número confortável que a gente sabe que são empresas sérias, que atuam dentro de um padrão mínimo de qualidade, a gente tem, um número aproximado de 40 empresas.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Dentro dessas 40 empresas que pertencem à associação, é isso? ou

O SR. MAURÍCIO AIRES – Não, a associação hoje a gente mantém contato atuando 10 empresas.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Dez?

O SR. MAURÍCIO AIRES – A gente tem uma rede de relacionamento com mais 10 empresas, então uma rede de 20 empresas que se relacionam com a gente.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – O senhor conhece alguma empresa que não pratica essa taxa?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Confesso que eu fiquei um pouco surpreso hoje com a resposta do colega da Ingresso Fácil. Eu não sabia que ele não praticava, mas eu acho que ele mesmo deixou bem claro que ele optou por receber este valor do produtor e que de alguma maneira isso está refletindo no bolso do consumidor.

Porque o produtor como o produtor passa a ter que remunerá-lo e não o consumidor, o produtor vai aumentar fatalmente o preço do ingresso. Então, na nossa visão este modelo é mais prejudicial ao consumidor porque o consumidor deixa de ter a chance de comprar sem taxa de conveniência, o ingresso mais barato. Quando ele tem a taxa no modelo onde a nossa remuneração vem do consumidor sempre opcional e não do produtor, aí há esse entendimento que é mais justo.

Porém, que fazem parte da associação, as empresas hoje que a gente mantém contato, todas elas cobram taxa de conveniência respeitando esses critérios que a gente já explicou aqui.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Era só, senhor presidente.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Ok. Então o senhor toma assento e se identifica, por favor.

O SR. ALEXANDRE - Boa tarde a todos , membros da comissão, ouvintes. Meu nome é Alexandre, sou advogado da Ingresso Fácil. Já que o Maurício reiterou aqui os seus comentários sobre a política de atuação na Ingresso Fácil e o Bruno não está presente porque tinha um compromisso.

Eu gostaria só de esclarecer, já que o depoimento foi prestado. Então eu não estou aqui tomando a figura do Bruno, eu não estou aqui como o Bruno Balsimelli, estou esclarecendo os dizeres aqui do Maurício.

Parece que ficou bem claro aqui na reunião de hoje que a atuação da CPI é originária de comentários, investigações e busca de dados sobre reclamações de consumidores perante o PROCON.

Então, o meu aparte é apenas com relação aos dizeres de que o Bruno, a empresa Ingresso Fácil não cobra a taxa do consumidor porque ela cobraria do produtor do evento. Sobre a política comercial e a política de preço que a Ingresso Fácil pratica, isso é cabível aos seus administradores, dentre eles aqui o Bruno.

Se o produtor do evento é o remunerador dessa tal conveniência para a Ingresso Fácil, isso não é do interesse do PROCON. Isso também não é do interesse do Ministério Público, ou nunca houve este tipo de questionamento.

O questionamento que há é, dentre essa rede de determinadas pessoas que são os consumidores, porque as empresas estão cobrando de um consumidor que paga 10 reais que foi o exemplo aqui da nobre deputada, se ele paga 10 reais e ele tem 20% de taxa, ou seja, ele pagaria 12, e depois um outro consumidor que pagaria 200 por ingresso ele tem 20%, ou seja, ele tem 240, esses dois reais a mais e esses 40 a mais são objeto do questionamento do PROCON e agora desta Casa aqui, perante a CPI.

Fica até difícil entender e é isso o que eu vejo perante o PROCON e perante esta Casa, porque um consumidor paga 40 reais pelo mesmo ingresso se o serviço prestado se refere a controle de acesso, ou seja, catracas e maquinário que você tem para validar se o ingresso é verdadeiro ou falso, e você tem o gasto com software e pessoal para fazer a comercialização do ingresso.

Então, a atividade é o que? É controle de acesso e venda de bilhetes. O questionamento do Maurício que o Bruno está cobrando do produtor do evento e este cobra do consumidor, eu acho que essa não é a atenção da reunião de hoje e nem é a atenção, objeto de atenção no PROCON. Eles querem saber por que os consumidores em geral, um paga 40 reais e o outro paga dois reais. Porque que essa diferença entre as pessoas?

Porque você ter um percentual fixo sobre o mesmo serviço, não importa se o ingresso custa 10 ou custa mil. Porque eu estou pagando muito mais por este serviço? Certo? Eu agradeço aqui o aparte e apenas esclarecer.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Ok. O senhor quer usar a palavra?

O SR. MAURÍCIO AIRES – Na verdade eu não tenho nenhuma divergência ao que você colocou. Colocou muito bem, eu acho que é uma decisão de negócio mesmo da empresa, cabe aos seus administradores cobrar ou não.

A questão de que de alguma maneira isso onera o consumidor é uma opinião pessoal mesmo, assim como os administradores da empresa tem a suas convicções e eu também tenho as minhas. Mas eu tenho o maior respeito pelo modelo de negócio que cada um pratica. A pergunta que me foi feita é se alguma empresa que eu conhecia que não cobrava taxa e realmente eu não sabia dessa informação, tomei conhecimento dela aqui e foi só essa a minha resposta.

Mas eu não tenho nenhum julgamento com relação á prática e respeito à decisão de cada um. Mas me mantive apenas a resposta à pergunta que me foi feita.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Ok., senhor Maurício. Chegando ao final da nossa reunião, eu queria agradecer a presença do deputado Chico Sardelli, da deputada Maria Lúcia Amary, da deputada Célia Leão. Agradecer a presença também da representante do PROCON a Sra. Flavia Gadini, quero agradecer também a presença do Sr. Bruno Balsimelli da empresa Ingresso Fácil, do Sr. Maurício Aires da Livepass Ingressos Ltda., a Sra. Cátia Latuf que representa Ingresso Rápido.

Dizer que a reunião foi bastante produtiva e que isso vai seguramente nos ajudar no caminho de buscar o entendimento daquilo que nós estamos buscando que é aquilo que já foi dito aqui que é saber efetivamente o que pensam as empresas, o que nós pensamos e o que a gente pode esclarecer ao cidadão.

Boa tarde a todos, e muito obrigado.

* * *

COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO

COMPRA E VENDA DE INGRESSOS

PRESIDENTE

DEPUTADO MAURO BRAGATO - PSDB

25/06/2014

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Retomar os trabalhos dessa reunião; que, conta, também, com a presença da Deputada Maria Lúcia Amary. E, quero, já, convidar o Sr. Mauro Gonzalez, que representa, aqui, Ingresso.com. É isso? Para o senhor tomar assento, aqui; e, até, para te liberar, de pronto.

O prazo, em torno de 10 a 15 minutos; o sr. esteja à vontade, aí.

O SR. MAURO GONZALEZ – Bom, nós preparamos uma apresentação. Eu sou da Ingresso.com. Nós somos mais conhecidos por vender ingresso, de cinema, pela “internet”. Nós não somos uma empresa produtora de eventos. Nós, na verdade, fazemos poucos eventos. E, quando fazemos, somos empregados das empresas de produção de eventos.

O que é uma empresa de produção de eventos? Que traz... Por exemplo, ele vai lá fora, negocia com a Madonna; traz a Madonna; ele negocia com o local do evento; ele determina os setores; a carga de ingresso, por setor; e os tipos de ingresso – os valores, enfim – que a gente vai colocar à venda no site.

Bom. A Ingresso faz parte do Grupo Lojas Americanas. Na verdade, faz parte do Grupo B2W – que é mais conhecido pelas marcas Submarino; Americanas.com; e “Shoptime”. E, as subsidiárias da B2W, que, hoje, são em maior número – Ingresso.com; Submarino Viagens; “Shoptime”.

Então, acho que a Lojas Americanas todo mundo conhece – as duas. Que é um grande varejista brasileiro, com mais de 800 lojas. E, a B2W é o maior “e-Commerce” da América Latina; buscando ser o maior “e-Commerce” do mundo.

E o que a Ingresso faz? A Ingresso começou em 1995. A gente começou com um escritório emprestado, no centro do Rio. A gente nasceu, na verdade, como um braço de tecnologia. Hoje, quando você vai num cinema, e compra um ingresso na bilheteria; ou compra uma pipoca e uma coca-cola; o “software” que roda, nos cinemas, é da Ingresso.com.

Então, em 2.000, a gente teve a ideia de lançar o “site” de venda de ingressos. A gente lançou o site. No primeiro fim de semana, a gente vendeu seis ingressos; todos para pessoas conhecidas. Então, foi uma coisa muito incipiente, muito inovadora.

Os nossos clientes – que são exibidores de cinema – sempre nos dizem que, mesmo nos EUA, quando eles chegavam para congressos, lá, a gente estava na vanguarda, naquela época, em 2.000; porque a gente já lançou o “site” com impressão em casa. Então, eles se sentiam bem satisfeitos com nosso serviço.

E, pouco depois, a gente sempre era convidada para dar palestra, para dar entrevista; porque era um serviço muito inovador, e muito conveniente; que as pessoas gostavam muito.

Então, a gente nasceu como uma empresa de “softwares”; e, também em 2.000, a gente virou uma empresa de comercialização de ingresso pela “internet”. Hoje, a gente vende para 85% dos cinemas, em todo o Brasil. E, em 2.013, a gente vendeu oito milhões de ingressos, pela “internet”. A gente, sem dúvida, é o maior vendedor de ingressos; não o de preço mais caro; mas em quantidade de ingressos.

Então, como eu falei, a gente foi fundada em 1995, como uma “softhouse”; em 2.000 nós lançamos o “site”; em 2.055, o Submarino comprou a Ingresso.com; e, em 2.006, teve a fusão da Submarino com a Americanas.com, formando a B2W.

Hoje, nós somos 80, 85 colaboradores. Tivemos um faturamento de 33 milhões. E, 85%, veio da venda de conveniência, pela “internet”.

Então, está aí a nossa presença. Essa presença, em todo Brasil, deve-se muito aos nossos clientes. Porque, como a gente atende exibidores de cinema – eles têm cinema em todo o Brasil.

Aí, alguns clientes nossos. Alguns, conhecidos de vocês; aqui em São Paulo a Cinemark é muito conhecida.

Aqui, os tipos de cliente. A gente trabalha, também, com três clubes de futebol.

E, lá em cima, tem alguns eventos que a gente fez – não é o nosso forte –; temos alguns teatros.

Como é o modelo de negócios? A gente cobra uma taxa de conveniência do cliente final; a gente repassa o valor de face, do ingresso, para o exibidor. Ou seja, se o ingresso custa 20 reais; a gente cobra três, de taxa de conveniência; o exibidor recebe 20 reais, como se fosse em dinheiro. Esse modelo de negócio foi fundamental, pra gente existir hoje. Porque, quando a gente lançou, havia uma resistência muito grande em vender pela “internet”. As pessoas tinham muito medo – os clientes, exibidores.

A gente repassa esse dinheiro, para os exibidores, de forma semanal. Então, tem um adiantamento de recebível. E, o risco de crédito é nosso. Ou seja, hoje a gente tem um problema, no Brasil – que, a compra pela “internet”, não se assina nada. Então, quando uma pessoa tem os dados do cartão, e mais alguns dados pessoais de outra pessoa, ela, muitas vezes, consegue comprar pela “internet”. A gente, como tem que entregar o produto na hora, a gente, às vezes, aprova essa venda; então, ou, a pessoa vai no cinema, resgata os ingressos, ou na bilheteria, ou

naqueles quiosques de autovenda, e vende os ingressos. Então, esse risco de crédito é todo das empresas vendedoras de ingressos. Esse é um grande problema que a gente tem na venda por “internet”; em especial, aqui no Brasil.

Aí, não dá pra ver, mas são alguns tipos de taxas de conveniência. Então, varia de acordo com o tipo de conteúdo que você está vendendo – o cinema; ou uma peça; ou um show.

E, aí, a gente fez um “benchmarking” de taxas de conveniência, no mundo, porque isso não foi uma ideia nossa. A gente importou essa ideia. Então, tem um material que eu posso deixar aqui, depois, pra consultarem.

Esse é o maior vendedor de ingressos dos EUA – o Fandango. Aí, dentro daquele “frame” vermelho, tem a taxa de conveniência que eles cobram, de final.

Na Espanha, é Entradas.com; para cinema, também. Argentina. Na Índia. Aí, é “Ticket Marchands” – no México – para eventos; teatros; e shows. “Ticket.com”, é inglesa; muito focada em shows e esportes. Argentina; essa empresa é uma empresa australiana, “Ticketek”, que atua na Argentina; atua em vários lugares do mundo, inclusive, no Brasil. Então, o show da Madonna; eles, também, vendendo com taxa de conveniência. Essa é a maior de todas, a “Ticket Marchands” americana; e, aí, o exemplo é para um evento esportivo. Mas, a “Ticket Marchands” americana, vende para quase tudo.

É isso. Obrigado.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Ok. Agradecemos o Sr. Mauro Gonzalez, da Ingresso.com.

Registro a presença do Deputado João Caramez. Como, também, do Deputado Rillo.

E, eu passo a palavra para a Deputada Maria Lúcia Amary, que está inscrita.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Boa tarde. Apesar da sua explanação – alguns pontos –, acho que não ficaram muito claros, em relação ao objetivo desta CPI.

Primeiro, com relação ao percentual da taxa de conveniência. É cobrada por assento; pelo valor do ingresso; como é que ela é cobrada.

O SR. MAURO GONZALEZ – Hoje, a taxa de conveniência, é cobrada por ingresso vendido.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – E qual seria esse percentual?

O SR. MAURO GONZALEZ – Varia muito; ainda mais para cinema. Em geral, no Brasil tem uma penetração, ainda, um pouco dispar, da compra pela “internet”. Que é uma coisa independente da taxa. A gente já fez, até, algumas promoções de taxa zero real, pra tentar formar público, mas não teve muita receptividade. Porque, você comprar pela “internet”, tem um compromisso. Nem sempre a pessoa quer ter aquele compromisso; principalmente, para cinema. Então, muitas vezes, a compra de cinema é deixada para o final. Então, hoje, a gente tem um preço, por exemplo, pro Cidade Jardim; e um preço totalmente diferente, de taxa de conveniência, pro Tamboré, por exemplo.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Então, cada tipo de evento, é cobrada um tipo de taxa? Como é que a empresa orienta aqueles que vão adquirir?

O SR. MAURO GONZALEZ – A gente separa em nichos. Então, cinemas onde o ingresso é mais caro, a gente cobra mais. Onde é mais barato, a gente cobra menos.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Então, o valor não é percentual?

O SR. MAURO GONZALEZ – Não. Pra cinema, é fixo. Pra teatro, e shows, em geral é 15%.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – E quando é uma compra coletiva, por exemplo. A pessoa compra 10 ingressos, de valores diferentes, em assentos diferentes. É cobrada uma taxa de conveniência, ou é cobrado um percentual sobre os ingressos? Como é que a empresa se comporta?

O SR. MAURO GONZALEZ – É cobrado por ingresso. Por exemplo, se for um teatro, é cobrado 15% do valor total da compra. Se for cinema, é um preço fixo, por ingresso.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Por exemplo. Se o usuário for comprar cinco ingressos, ou 10, ou 15, o percentual é sempre calculado sobre esse valor?

O SR. MAURO GONZALEZ – Sempre sobre o total. Porque a gente tem alguns...

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Tratado individualmente. Ou seja, é cobrado de cada pessoa, independente da quantidade. Paga sobre cada ingresso.

O SR. MAURO GONZALEZ – De cada ingresso. Isso. Porque a gente tem alguns custos que são atrelados ao total. No nosso caso, a taxa do cartão de crédito. E o risco de crédito, também.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – E, a empresa, tem alguma exclusividade com algum tipo de cartão de crédito; com alguma bandeira, de cartão de crédito?

O SR. MAURO GONZALEZ – Não. A gente vende... Na verdade, quem tem exclusividade; quem faz promoções, com alguma exclusividade, são os exibidores. Então, por exemplo. A Cinemark tem uma parceria com o Bradesco. Aí, você compra Meia Bradesco, na Cinemark. Outros exibidores têm parceria com o Itaú. Aí, tem a Meia Itaú. Tem a Cineplex, que é uma rede mexicana, que tem parceria com o Santander. E, aí, tem a Meia Santander.

Na verdade, a gente acompanha – nós somos fornecedores, deles; então, a gente acompanha o que eles determinam.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Sua empresa foi autuada, alguma vez?
O SR. MAURO GONZALEZ – Autuada?

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Multada. Nunca foi autuada. Nunca foi multada.

O SR. MAURO GONZALEZ – Que eu saiba, não. Não.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Tá bom. Era só isso. Obrigada.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – O Deputado João Caraméz quer usar a palavra?

O SR. JOÃO CAMEZ - PSDB – Eu só queria saber... Em primeiro lugar, boa tarde, aqui, a todos. Cumprimentar o Deputado Mauro Bragato; Maria Lúcia Amary; João Paulo Rillo.

Eu queria saber, do sr., se essas taxas são esclarecidas no momento em que o usuário – o comprador – acessa o “site”.

O SR. MAURO GONZALEZ – Com certeza. Com certeza. Fico claro, lá, o valor do ingresso; e o valor dos serviços.

O SR. JOÃO CAMEZ - PSDB – O valor da taxa de conveniência?

O SR. MAURO GONZALEZ – É; a gente chama de taxa de serviços. É a taxa de conveniência. Fica bem claro. Tem que ficar claro, isso.

E, vale a pena esclarecer, que a penetração que a gente tem sobre toda a bilheteria, em geral, é baixa – de cinema. Então, no total, chega a 5%. Em alguns cinemas, às vezes, num fim de semana, você faz 30%. Mas tem muita, muita compra, que acontece na bilheteria, ainda. A maioria delas.

O SR. JOÃO CAMEZ - PSDB – São várias empresas que prestam esse tipo de serviço, pela internet. Existe uma certa concordância entre as empresas; algum critério; alguma regulamentação nesse sentido? Ou não? Dos valores cobrados. Ou, cada um cobra o valor que achar conveniente?

O SR. MAURO GONZALEZ – Em geral, varia entre 15% e 20%. Mas, aí, eu teria que estar acompanhando... São muitos teatros; muitos eventos. Então, não poderia precisar. A gente cobra 15% de teatro; e um valor fixo pra cinema, por ingresso.

O SR. JOÃO CAMEZ - PSDB – Está ok. Obrigado.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – O Deputado Rillo?

Então, agradecemos... É, terminamos.

Você quer usar a palavra?

O SR. JOÃO PAULO RILLO - PT - Eu queria saber, se a empresa dele já foi multada pelo Procon.

O SR. MAURO GONZALEZ – Olha; eu vou, até, pesquisar isso melhor. Mas, que eu saiba, não. Mas eu fico devendo essa informação; e eu vou passar para a assessoria dos senhores.

(Inaudível.)
O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Claro. Claro.

O SR. MAURO GONZALEZ – Eu queria agradecer a oportunidade de esclarecer como funciona a Ingresso.com; nosso modelo de negócios.

E, queria pedir, aos Srs. Deputados, que nos ajudem, até, na regulamentação. Porque, realmente, a gente está sentindo falta, disso. A gente está constituindo uma associação – que é a Abrevin. E, a gente, fez um trabalho, em Brasília; a gente está com um projeto, já, na CCJ, da Câmara. E, lá, foi onde a gente conseguiu explicar, bem, pros Deputados, como funcionam os negócios. E, esse projeto, está na CCJ, de Brasília.

E, se houvesse uma regulamentação aqui, pela Assembleia, ia ser muito bom, pra gente.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Deputado Rillo.

O SR. JOÃO PAULO RILLO - PT - Só um raciocínio, aqui. Se eu vou a um cinema, a um teatro, uma casa de espetáculos, comprar um ingresso na portaria.

Aí, eles me dizem que não tem mais. Não tem mais; foi vendido pela “internet”. E, se eu vou comprar pela “internet”, tem, ainda, esse ingresso à disposição. Eu reclamo pra quem?

O SR. MAURO GONZALEZ – Olha; a gente faz a venda online, né. Você veja: a gente tem o servidor da “internet” conectado com o banco de dados do estoque. Como se fosse o estoque do teatro; ou do cinema. Então, a gente faz a requisição ao estoque do cinema. E, esse computador, que fica lá na ponta, ele responde se tem lugar, ou não tem lugar. Então, pra gente, pelo menos, isso não tem como acontecer. De ter ingresso, na internet, e não ter na bilheteria. Não tem como.

O SR. JOÃO PAULO RILLO - PT - E, se acontecer isso? Eu reclamo pra quem?

O SR. MAURO GONZALEZ – É que... Não sei. Não sei te dizer.

O SR. – Se o senhor me permitir, Deputado. Eu acho que, lá na linha do que ele falou aqui, usando as suas palavras. Buscar uma regulamentação, para que, realmente, haja critérios; e segurança, e justiça, pra quem, realmente, está adquirindo o ingresso. Então, eu acho que nós temos que nos debruçar sobre isso aí, Presidente, pra gente encontrar uma solução.

Toda regulamentação, atualmente, vem do Governo Federal. Toda e qualquer atividade, que gera emprego – vem do Governo Federal. Então, é importante que haja uma sinergia, entre nós, aqui, e o projeto de lei, que se encontra na CCJ – por informação dele –; pra gente poder ver onde é que nós podemos contribuir; e, fazer com que a nossa parte seja, realmente, cumprida, em benefício do cidadão; e do consumidor.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Agradecendo a sua presença.

E, nós vamos, agora, convidar a Sra. Sara Marina Moreno Chacon Andrade; como, também, a Mônica Filgueiras da Silva Galvão – que representam a T4F Entretenimento S.A.

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO - Boa tarde. A fala é da representante, Deputado. Eu sou a advogada, Mônica.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Ah. A Mônica, que representa?

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO – Não; Sara, que representa.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Ah, Sara.

Então, a Sra. Sara Marina Moreno Chacon Andrade, com a palavra.

A SRA. SARA MARINA MORENO CHACON ANDRADE – Deputado Bragato. Então, nós estamos, aqui, representando a “Time 4 Fun”. A “Time 4 Fun” produz diversos eventos. A “Tickets for Fun”, que é o “site” de venda de ingressos, faz parte, é propriedade da “Time 4 Fun”.

A empresa é a “Time 4 Fun”, que produz diversos eventos. Eventos como shows; espetáculos; musicais. E ela possui, também, casas de espetáculo no Brasil – o “Citibank Hall”; o Teatro Renault. O “Citibank Hall” tem em São Paulo, e no Rio de Janeiro. E tem o Chevrolet Hall, também, em Belo Horizonte.

E nós, também, vendemos ingressos, por meio da “Tickets for Fun”; do “site” da “Tickets for Fun”. Além disso, a gente, também, possui bilheterias em todas as nossas casas. Onde a gente sempre disponibiliza a venda de ingressos, sem nenhuma taxa. Sendo do interesse do cliente, ele pode se direcionar a uma bilheteria oficial do evento, e, sempre, adquirir sem taxa.

Agora, os clientes que adquirem pelo “site”, aí, sim, há cobrança de taxa de conveniência.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – O tempo está aberto, pra falar. Você tem até 15 minutos, aí, para usar. Para levantar alguma consideração.

(Inaudível.)

A SRA. SARA MARINA MORENO CHACON ANDRADE – É. Exatamente. Em São Paulo, nas nossas casas, normalmente a taxa de conveniência é de 10%. É de 20%; perdão.

E, no Rio de Janeiro, como tem uma lei estadual, a gente trabalha com uma taxa de 10%, no Rio, para “vendas em canais remotos”. E, em pontos de vendas credenciados. A taxa de conveniência pela “internet”, e pelo telefone, é de 10%, no Rio de Janeiro.

Mas, no Rio de Janeiro, da mesma forma, também temos a bilheteria oficial dos eventos, onde o cliente, sempre, pode adquirir os seus ingressos sem a cobrança de taxa.

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO - Deputado. O senhor me permite?

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Está com a palavra.

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO – Obrigada. Eu sou advogada da T4F. Sou responsável pelo cuidado da maior parte dos processos da empresa. E, o que eu acho importante falar, aqui, é que a T4F faz questão de manter os dois modelos.

Existe um modelo, na bilheteria do evento, que é sempre mantida; e, que permite, ao consumidor, a opção de fazer a compra de ingresso sem o pagamento de qualquer taxa.

E o modelo de venda alternativo, através de “internet” e telefone, no qual há cobrança de taxa de conveniência, sempre em 20%.

O que acho importante chamar atenção, Deputados, é que, até a década passada, não existia a venda de ingressos, no país, pela “internet” e pelo telefone.

E, que foi a adoção desse modelo – que o representante da Ingresso.com descreveu antes – que permitiu que esse negócio prosperasse no Brasil. Permitiu que, num país de dimensões continentais, consumidores, do país inteiro, pudessem adquirir ingressos para eventos, sem precisar se deslocar até a casa em que o evento vai se realizar.

Até 10 anos, atrás, isso não acontecia. A pessoa que queria ver um show em São Paulo; ou ela tinha que, primeiro, vir comprar, e, depois, vir para o show, o que, na prática, inviabilizava a presença do consumidor nesses eventos; ou, simplesmente, não vinha; que era o que acontecia.

Então, esse modelo de negócio, permitiu muito maior alcance, ao público consumidor, na presença de grandes espetáculos no eixo Rio, São Paulo, Porto Alegre – que, afinal, não se faz grandes shows na maior parte das capitais do país – e permitiu, também, o florescimento desse mercado que, no Brasil, também, até 10 anos atrás, era bastante incipiente.

Então, é um modelo que, conforme o Deputado, mesmo, mencionou antes, gera emprego; gera negócios; gera turismo. E, é um modelo que tem funcionado – tanto para o público, quanto para as empresas.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Deputada Maria Lúcia. Com a palavra.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Bom, boa tarde. A Dra. Mônica, né? Não sei qual das duas vai responder.

Quando você estava falando, sobre você defender a empresa em várias ações; qual é o foco, da maioria das ações, que ingressam contra essa empresa, por essa modalidade?

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO – Bom; é muito variado. Mas, eu vi a sra. perguntando para o representante da Ingresso.com, anteriormente; nós temos algumas ações, por exemplo, contra o Procon.

Porque, o Procon já autuou a T4F; e nós temos ações judiciais, nas quais nós questionamos as autuações realizadas pelo Procon. Temos, inclusive, várias decisões judiciais, anulando multas impostas à T4F, pelo Procon. Teve uma, recentemente; o Procon havia autuado a T4F, por conta da cobrança de taxa de conveniência no show da Madonna – salvo engano, em 2012 – ; teve mais de um show; mas acho que é o de 2012; e, numa decisão judicial recente, foi anulada essa multa, que havia sido imposta pelo Procon.

Eu também acho interessante, notar a discrepância; porque, ao passo que o meu cliente já foi autuado, pelo Procon, pela cobrança de taxa de conveniência, fui surpreendida pela informação que a Ingresso.com não foi, pela mesma prática.

Não sei se o sr., depois, vai confirmar essa informação.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Mas, só para eu entender. A maioria dessas ações – o foco é o valor da taxa, ou a taxa, em si; pelas intermediações, que a empresa tem?

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO – Eu não sei, honestamente. Eu não cuido de todas as ações. Então, eu não sei analisar qual é o maior questionamento; o maior... Porque, de fato, eu sou uma advogada externa, da empresa; então, eu não sei o número total, ou qual é a questão mais questionada. Eu não posso responder à Senhora.

Mas, as ações que estão sob o meu patrocínio, em específico, eu nunca vi ninguém questionando o valor da taxa. Mas, questionando a taxa, em si.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Então, a Sara poderia responder a essa pergunta?

A SRA. SARA MARINA MORENO CHACON ANDRADE – Normalmente, a taxa, em si. Eles questionam a cobrança da taxa.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Como é que é cobrada, essa taxa de conveniência? Ela é cobrada em função, por exemplo... A mesma pergunta que eu fiz, anteriormente, para a empresa que esteve aqui, depondo.

A taxa é cobrada em função – quando é uma compra coletiva – ela é cobrada individualmente; ou, ela é cobrada pelo serviço que está sendo prestado; por exemplo, se comprou 10 ingressos, paga sobre os 10, ou eu pago uma taxa, pela venda desses ingressos?

A SRA. SARA MARINA MORENO CHACON ANDRADE – A taxa é um percentual – assim como a Ingresso.com, também. Ela é um percentual sobre o valor dos ingressos adquiridos. Sobre o total do valor dos ingressos adquiridos. E, a taxa é cobrada, tanto pela própria taxa do cartão, que nós, também, pagamos; quanto pelo risco do negócio – como o próprio Mauro Gonzalez explicou –; e, também, pelo serviço prestado, que é – como a Dra. Mônica esclareceu – um cliente, que mora em outro estado, ele tem oportunidade de comprar um ingresso para um show em São Paulo, Rio, Porto Alegre. Mas sem se locomover.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – E, qual seria essa taxa? É x% do valor?

A SRA. SARA MARINA MORENO CHACON ANDRADE – É. Percentual. Percentual.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Vai de quanto, a quanto?

A SRA. SARA MARINA MORENO CHACON ANDRADE – Nos shows, nos espetáculos, produzidos pela “Time 4 Fun”, nas nossas casas; em São Paulo, é de 20% sobre o valor total dos ingressos adquiridos. E, no Rio de Janeiro, de 10%.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – E, a diferença dessa taxa, do Rio para São Paulo; é alguma legislação local?

A SRA. SARA MARINA MORENO CHACON ANDRADE – Sim. É relacionado com uma legislação do Rio de Janeiro.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – E, só mais uma pergunta. Vocês trabalham com qualquer cartão de crédito, ou vocês têm um contrato exclusivo com alguma bandeira de cartão de crédito?

A SRA. SARA MARINA MORENO CHACON ANDRADE – Não. Não temos contrato exclusivo; e, nós, trabalhamos com as principais bandeiras. E, é óbvio, que pode ter alguma alteração de taxa, se for um evento de terceiros. Mas, aí, isso depende se o produtor do evento arcar com o custo da taxa; ele pode alterar esse valor.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – É só isso.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Deputado Rillo, com a palavra.

Queria, somente, destacar a presença do nosso membro, daqui dessa CPI, Deputado Francisco Campos Tito, que está entre nós.

O SR. JOÃO PAULO RILLO – PT – Essa legislação, aqui, Presidente, do Rio de Janeiro. Ela é uma proposta, ou ela está em vigor?

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO – Está em vigor, Deputado; se o sr. me permite. Eu entreguei, aqui, para o Deputado, a que eu tinha na minha pasta. Só para deixar claro, ela teve duas versões. Eu nem tenho certeza, de qual das duas, eu lhe entreguei.

Teve uma primeira lei, que, posteriormente, foi alterada; em menos de seis meses de sua edição.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Essa, aqui, é de 8 de dezembro de 2011.

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO – O sr. me passa de volta, que eu lhe digo se é a última versão.

A SRA. SARA MARINA MORENO CHACON ANDRADE – A primeira, é no valor fixo. E, a segunda, é no percentual.

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO – É curioso notar, que, no Estado do Rio de Janeiro, quando foi editada a lei, houve uma tentativa de se fixar um valor fixo, pra taxa de conveniência. E essa legislação foi, logo em seguida, alterada, para fazer a cobrança da taxa em percentual.

O SR. JOÃO PAULO RILLO - PT - A 10%.

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO – Essa é a segunda versão. A cobrança em 10%.

O SR. JOÃO PAULO RILLO - PT - Dez por cento. E, vocês atuam, obviamente, no Rio de Janeiro.

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO – Atuamos; e cumprimos a legislação aplicada.

O SR. JOÃO PAULO RILLO - PT - Aqui, a taxa... Qual foi o valor máximo que já se cobrou, pela empresa?

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO – Vinte por cento.

O SR. JOÃO PAULO RILLO - PT - Vinte por cento. Vocês estão tendo prejuízo, no Rio de Janeiro?

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO – Eu não sei responder.

A SRA. SARA MARINA MORENO CHACON ANDRADE – Eu, também, não tenho essa informação, para responder de imediato.

O SR. JOÃO PAULO RILLO - PT - Acredito que não. Senão, não estariam operando.

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO – Acredito que não. Mas, certamente, foi feito um ajuste na precificação geral, da empresa.

A SRA. SARA MARINA MORENO CHACON ANDRADE – Quantidade dos ingressos; quantidade de assentos; uma série... Custos da empresa.

O SR. JOÃO PAULO RILLO - PT - Essa informação é importante. O ingresso, no Rio de Janeiro; ele está mais caro?

A SRA. SARA MARINA MORENO CHACON ANDRADE – Eu não sei dizer, Deputado.

O SR. JOÃO PAULO RILLO - PT - Que o gerado aqui, em São Paulo? Tem alguma estatística?

A SRA. SARA MARINA MORENO CHACON ANDRADE – Não. Não temos uma estatística, não, para apresentar.

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO – Mas, falando de memória – eu não sei, mesmo, o valor dos ingressos. Mas, existe uma ação, questionando, inclusive, a constitucionalidade dessa legislação carioca. Não por conta da regulamentação da taxa de conveniência. Mas, por conta de ser uma legislação que busca fixar preço. O que, bem ou mal, viola o princípio da diversidade econômica, que garante, à empresa comercial, fixar o preço do seu produto.

O SR. JOÃO PAULO RILLO - PT - Acredito que as ações do Procon devam ter, como objeto, o abuso; o preço abusivo.

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO – Não existe nenhuma...

O SR. JOÃO PAULO RILLO - PT - De 10, para 20%, é uma distância muito grande. Se se cobra 10%, no Rio, e a empresa não deixou de atuar, nem faliu, por isso; o questionamento nosso, é: porque se cobra 20%, em São Paulo?

Como você não tem a precisão se teve aumento; se a estatística aponta que os ingressos no Rio ficaram mais caros, e tal, então, apenas uma suposição. Eu imagino que o Procon deva – as ações – por isso; o objeto é esse: o abuso na taxa de conveniência.

E, uma outra reflexão, que eu faço. A Mônica; ela disse que estranha que, a outra empresa que a precedeu, não tenha sofrido nenhuma ação pelo Procon. Sendo que a prática de trabalho, a prática de atuação no mercado, é a mesma. Na, sua opinião, Mônica, isso seria um infortúnio por parte da sua empresa; ou, um privilégio, por parte da outra empresa?

A SRA. SARA MARINA MORENO CHACON ANDRADE – Eu não tenho a menor ideia, Deputado. Nem sabia disso.

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO – Devo dizer, Deputado, que – essa informação eu tenho – o Procon questiona a cobrança da taxa de conveniência, em si. Não o valor que ela é cobrada. Pelo menos, nas ações em que eu atuo.

Devo dizer, também, que existe uma ação civil pública, ajuizada pelo Ministério Público de São Paulo, questionando a cobrança de taxa de conveniência. Essa ação foi julgada improcedente; nós ganhamos a ação; e, foi, portanto, reconhecida a legitimidade da cobrança da taxa de conveniência. Essa ação – também, é importante esclarecer –encontra-se no Tribunal de Justiça de São Paulo, aguardando o julgamento do recurso de apelação.

O SR. MAURO GONZALEZ – Olhando a criação da CPI, lá em 2011, a CPI foi criada com objeto de – falando de grandes eventos. E, realmente, essa questão de taxa de conveniência; de ter, ou não ter, ingresso na bilheteria; isso só vem à tona por conta de dois, três eventos, que se faz em um ano.

Porque, na verdade, a maioria dos eventos fica vendendo ingressos – na bilheteria; na “internet”; no televidas – até o último minuto; porque sempre sobra lugar. Então, eventos que a T4F; que, em geral, a T4F traz; que são eventos maiores, como a Madonna, o U2; são eventos que chamam muita atenção, e que tem uma concorrência, muito grande, por esses ingressos.

Então, acho que, por isso, que a T4F fica mais em evidência.

Então, inclusive, na lei do Rio – eu estive conversando com a Clarissa, garotinha que fez a proposta – e, ela falou que nunca teve nenhuma reclamação sobre taxa de conveniência de

cinema. Inclusive, a lei do Rio, é de 10% para eventos maiores. Ela não é 10% para qualquer tipo de espetáculo. Por exemplo, não vale para cinema.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Obrigado, Sr. Mauro Gonzalez.

O SR. JOÃO PAULO RILLO - PT - Em relação à meia-entrada; tem alguma restrição; tem...?

A SRA. SARA MARINA MORENO CHACON ANDRADE – A empresa cumpre a legislação, relativa à meia-entrada.

O SR. JOÃO PAULO RILLO - PT - Não tem nenhuma ação, em relação a isso; nenhuma reclamação?

A SRA. MÔNICA FILGUEIRAS DA SILVA GALVÃO – Existem ações, antigas, em relação à meia-entrada, por conta de uma legislação municipal. Não sei se os srs. se lembram, havia uma lei, no Município de São Paulo, que limitava a venda, de meia-entrada, a 30% da quantidade de ingressos.

Então, até há alguns anos, atrás, a T4F limitava a venda de meia-entrada, com base nessa lei municipal. Contudo, a lei municipal foi declarada inconstitucional, por uma decisão do Tribunal de Justiça de São Paulo. Essa decisão, ainda, está com recurso pendente no STF, salvo engano. Contudo, desde que houve a declaração de inconstitucionalidade, a T4F parou de fazer essa limitação de 30%.

O SR. JOÃO PAULO RILLO - PT - A mesma pergunta, que eu fiz à outra empresa. Queria saber, se tem algum registro de alguma reclamação, em relação ao que eu apontei. Você vai comprar o ingresso na portaria; determinado ingresso, “Esse lote não tem mais; esse assento não tem mais”; e, aí, você vai comprar pela “internet”, e tem, ainda. Se tem alguma ocorrência desse desarranjo, aí.

A SRA. SARA MARINA MORENO CHACON ANDRADE – Essa ocorrência não pode acontecer. Porque nós abrimos vendas, simultaneamente; o nosso sistema, a nossa plataforma, é única, e é válida para todos os canais de venda.

O que ocorre é o seguinte. Por exemplo, se um cliente cancela o ingresso, esse ingresso vai voltar à venda para todos os canais de compra. No entanto, o cliente foi até a bilheteria; não conseguiu comprar; num outro momento, ele ficou consultando, no “site”, que é muito mais fácil, né, pra ele consultar pelo celular, pelo “tablet”, enfim... E, aí, ele consulta e acha o ingresso. Ele fala, “Ah, não tinha na bilheteria, e tem, agora, pela ‘internet”. Não é verdade. Esse ingresso está disponível, para venda, na bilheteria, também. Simultaneamente. Se algum cliente teve alguma desistência de compra, esse ingresso volta à venda na plataforma, para todos os canais.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Deputado Tito. Quer usar a palavra?

O SR. FRANCISCO CAMPOS TITO– PT – Eu só quero cumprimentar o Presidente, os Deputados, os componentes da Mesa. E, pedir desculpas pelo atraso. Eu estava, lá, em mais dois compromissos; porque, hoje, está tendo muita coisa na Casa.

Mas, acho que as questões levantadas, aí, estão suficientes. E acho que é só.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Então, vamos agradecer a presença das representantes da “Time for Fun” – a Sra. Sara Marina, e a Sra. Mônica Filgueiras. Agradecer a presença, como, também, mais uma vez, do Sr. Mauro Gonzalez.

Srs. Deputados. Nada mais havendo a tratar, está encerrada a reunião.

COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO

COMPRA E VENDA DE INGRESSOS

PRESIDENTE

DEPUTADO MAURO BRAGATO – PSDB

02/07/2014

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Havendo número regimental declaro abertos os trabalhos da segunda reunião da Comissão Parlamentar de Inquérito constituída com a finalidade de investigar os problemas relacionados aos grandes eventos musicais, esportivos e de lazer em geral, realizados no estado. Registro a presença da nobre deputada Maria Lúcia Amary, nobre deputada Célia Leão, nobre deputado Professor Tito.

Acho que fica mais simpático né Tito? E o deputado Chico Sardelly, e solicito à secretária a leitura da ata da última reunião.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Pela ordem, presidente.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Pela ordem, deputada Maria Lúcia Amary.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Pedir a dispensa de leitura da ata.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Se houver consenso, está dispensada a leitura da ata. Vamos partir para a eleição. Eleição, não. Japonesa você errou aqui.

(Risos.)

A japonesa colocou aqui. Vamos partir, vamos oficializar a indicação da deputada Célia Leão como relatora desta Comissão. Coloco em votação, se os senhores e senhoras concordaram, a deputada Célia Leão ser relatora desta Comissão Parlamentar de Inquérito.

O SR.CHICO SARDELLI - PV - Com louvor. E muito louvor.

O SR. FRANCISCO CAMPOS TITO – PT - Pela ordem, presidente.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Deputado, professor Tito.

O SR. FRANCISCO CAMPOS TITO – PT – Não só concordo e indico, como quero parabenizar à Célia Leão. Deputada da nossa região de Campinas conhecida já há muito tempo e creio que pela competência e capacidade dela, ela vai fazer um grande trabalho nessa CPI dos Ingressos.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Pela ordem, presidente.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Deputada Maria Lúcia Amary com a palavra.

A SRA. MARIA LÚCIA AMARY – PSDB – Para elogiar mais uma vez a nossa grande companheira, Deputada Célia Leão. Em melhores mãos não poderia estar. Ponto para a gente, parabéns pela escolha.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Ok. Bom.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Obrigada, pela ordem, senhor Presidente.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Deputada Célia Leão com a palavra.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Eu queria agradecer a presidência do deputado Mauro Bragato, mais uma vez parabenizá-lo pelo trabalho, não só da CPI, mas nessa Casa, os quantos e quantos anos, quantos mandatos, não só no Legislativo como no Executivo.

Mas enfim, de forma muito breve agradecer a indicação de V. Exa., presidente, também à anuência, concordância de nobres pares, o Deputado Chico Sardelli, Professor Tito, Deputada Maria Lúcia Amary, e dizer que recebemos isso como mais uma tarefa, uma missão, um trabalho, e queremos encerrar em um momento oportuno com esse nosso relatório de forma satisfatória a todos aqueles que tem o trabalho voltado, a escolha voltada a essa questão de ingressos em eventos, sejam eles de musicais, desportivos, de lazer.

Ainda mais nesse momento em que o Brasil vive essa questão positiva da Copa do Mundo no país e que ainda ouvimos todos os dias na nossa imprensa escrita, falada, televisionada a questão mesmo, um exemplo simples mais corriqueiro e lamentável de ingressos que acabam sendo superfaturados pelas mãos de cambistas como um dos problemas que se vive com essa questão, e também das próprias empresas que fazem a venda dos mesmos.

Então, nós recebemos isso, Professor Tito, como tarefa e queremos, ao final, entregar o melhor trabalho possível. Muito obrigada pela confiança.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Ok. Registro a presença do nobre Deputado Adriano Diogo.

O SR. ADRIANO DIOGO – PT – Pela Ordem.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Deputado com a palavra.

O SR. ADRIANO DIOGO – PT – Quero me manifestar sobre a indicação da Deputada Célia Leão, como uma pessoa, como um ser humano, lógico, da melhor qualidade, e toda a confiança no trabalho que ela foi indicada pelo seu currículo, pela sua reputação, pela sua seriedade e tudo o que ela significa para todos nós.

O SR. PRESIDENTE MAURO BRAGATO – PSDB – Muito obrigado. Então, senhores Deputados, ficando então indicada a Deputada Célia Leão como relatora desta CPI. Nada mais havendo a tratar, está encerrada a reunião. E fica cancelada a reunião das 16 horas.

* * *

COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO

COMPRA E VENDA DE INGRESSOS

05/08/2014

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – ... reunião da Comissão Parlamentar de Inquérito constituída com a finalidade de investigar os problemas relacionados aos grandes eventos musicais, esportivos e os de lazer em geral, realizados no estado.

Registro a presença do deputado professor Tito, deputada Célia Leão, deputado João Caraméz e deputado Chico Sardelli.

Solicito à secretária a leitura da Ata da última reunião.

O SR. JOÃO CARAMEZ – PSDB – Pela ordem, senhor presidente.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Pela ordem, tem a palavra o nobre deputado João Caraméz.

O SR. JOÃO CARAMEZ – PSDB – Para solicitar a dispensa da leitura da Ata.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – O pedido é regimental. Havendo consenso, está dispensada a leitura e considerada aprovada a Ata da última reunião.

O SR. FRANCISCO CAMPOS TITO – PT – Pela ordem, senhor presidente.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Pela ordem, tem a palavra o nobre deputado professor Tito.

O SR. FRANCISCO CAMPOS TITO – PT – Solicito que fizessemos apenas a leitura das conclusões finais do relatório.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – A Ordem do Dia, a reunião foi convocada com a finalidade de apresentação, discussão e votação do relatório final dos trabalhos da CPI, formulado pela Sra. Deputada Célia Leão, que está com a palavra. (Pausa.)

Por sugestão do deputado, havendo consenso, fazer a leitura das conclusões, deputada, até porque todos tiveram acesso ao relatório de vossa excelência.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Obrigada, presidente. Quero cumprimentar V. Exa., cumprimentar os nobres pares desta comissão, da CPI, chamada CPI dos Ingressos, cumprimentar o deputado Tito, o deputado João Caraméz, o deputado Chico Sardelli, V. Exa. que preside esta CPI.

E dizer que ao longo desta trajetória, desde abril, nós tivemos aí um trabalho, que não foi sozinho, um trabalho junto com os deputados, que tiveram a possibilidade, a obrigação, e cumpriram à risca toda a avaliação das oitivas, dos documentos que aqui na CPI chegaram, ou as pessoas que por aqui passaram, para que nós pudéssemos chegar a este relatório final, e entregar a vossa excelência. E V. Exa., como presidente da CPI, colocar para debate, discussão e avaliação dos nobres pares para sua votação, ou sua posição.

Então, como solicitado pelo deputado Tito, e com a anuência dos demais pares da comissão, e de V. Exa. também, nós passaremos a ler somente as conclusões, até porque já é de conhecimento, na verdade, dos deputados e das assessorias que fazem o trabalho com os próprios deputados.

Então, das conclusões, portanto, de tudo quanto nos foi possível analisar, no decorrer dos trabalhos desta Comissão Parlamentar de Inquérito, confirmam-se as denúncias de inúmeras irregularidades do modo de operar a compra e venda de ingressos dos eventos realizados no estado de São Paulo, conforme exaustivamente comprovado pelos depoimentos, além da farta documentação produzida, e que implica em indicar caminhos, através de sugestões, encaminhamentos e proposições legislativas.

Assim, considerando as implicações, de natureza social e de consumo, que permeiam o tratamento conferido à compra e venda de ingressos em tais eventos, e os limites de competência legislativa inscritos na Constituição Federal e Estadual, somos compelidos a adotar os seguintes procedimentos.

Primeiro. Decide esta comissão propor uma reunião dos membros desta mesma comissão com os membros do Colégio de Líderes no sentido de fazê-los ver a importância e a relevância da aprovação do Projeto de Lei nº 478/2012, que tramita nesta Casa e se encontra na Ordem do Dia para deliberação.

Segundo. Decide esta comissão encaminhar este relatório aos seguintes órgãos públicos: ao Ministério da Educação, ao Ministério da Cultura, ao Ministério dos Esportes, ao Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, ao Ministério Público do Estado de São Paulo, às fundações de proteção ao consumidor, Procons estaduais e municipais, ao Senado Federal, ao Ministério do Turismo, ao Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, ao Ministério da Justiça, a entidades civis, Instituto Brasileiro do Consumidor, Idec, e ao Fórum Nacional de Entidades Cíveis de Defesa do consumidor.

Terceiro. Decide esta comissão propor a seguinte moção ao presidente da Câmara dos Deputados, sugerindo um texto mais compatível com os princípios do Código de Defesa do Consumidor, ao Projeto de Lei nº 3.323/2012, de autoria do deputado Anthony Garotinho, nos moldes do projeto da Lei Estadual nº 478/2012, de autoria do nobre deputado estadual Mauro Bragato, da Assembleia Legislativa de São Paulo.

Junto disso, nós também fazemos e apresentamos uma moção, obviamente, deste ano, de agora. A chamada taxa de conveniência cobrada pelos prestadores de serviços de compra e venda de ingressos nos eventos esportivos, culturais, artísticos e de lazer em geral, como o próprio nome sugere, deve ser uma taxa, preço cobrado ao usuário pela prestação de um serviço efetivamente prestado ao consumidor.

Nesse viés, analisando-se a origem da palavra conveniência, é aquilo que atende ao gosto, às necessidades, ao bem estar do indivíduo, aquilo que é útil. Há de se lembrar que, inicialmente, quando surgiu a aludida taxa, existia, de fato, uma conveniência em razão do pequeno número de consumidores que se utilizavam do sistema eletrônico e compravam ingressos utilizando esse moderno canal e beneficiando-se por não ter de aguardar horas de filas, além de retirar seus ingressos no local do espetáculo, posteriormente, sem atropelos.

Entretanto, o cenário modificou-se, transformando uma modalidade especial de compra de ingressos para uma operação corriqueira e normal, implicando em horas das infundáveis filas para retirada dos ingressos adquiridos no local do espetáculo, quando não optam pela entrega em domicílio, que gera cobrança adicional. Ou seja, aquilo que deveria ser uma conveniência tornou-se um transtorno para o consumidor.

Destarte, a taxa de conveniência nos moldes atualmente adotados o benefício exclusivo do fornecedor, não existindo nenhuma comodidade ao consumidor, que este precisa se locomover até os locais de venda tão somente para retirar os ingressos ou arcar com a sua impressão e entrega em domicílio.

Por outra senda, destacamos que não mais configura prática do mercado cobrar preços superiores para vendas via internet ou telefone. Pelo contrário, é comum a redução de preços nesses tipos de atividades, a exemplo dos grandes sítios eletrônicos das lojas de departamentos, pois possibilitam a otimização dos custos do fornecedor, por exemplo, com investimento das instalações físicas e até mesmo mão humana, não havendo, portanto, mais a justificativa para a cobrança de taxa de conveniência, sobretudo, no modelo atualmente operado.

Deste modo, podemos asseverar que, no momento atual, a cobrança da taxa de conveniência contraria os preceitos do código de defesa do consumidor, além de caracterizar prática abusiva, por exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva, nos termos do art. 39, inciso V, do Código de Defesa do Consumidor, e por ferir o princípio da harmonização dos interesses das partes na relação de consumo, a boa-fé objetiva e o equilíbrio entre consumidores e fornecedores, art. 4º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor.

Por outro lado, preocupado com a questão, o nobre deputado Anthony Garotinho, propôs a regulamentação da taxa de conveniência através do Projeto de Lei nº 3.223/2012, que se encontra em tramitação na Câmara dos Deputados.

Todavia, valendo-se dos resultados das investigações perpetradas por esta Comissão Parlamentar de Inquérito da Assembleia Legislativa de São Paulo visando apurar irregularidades nas operações de compra e venda de ingressos nos eventos esportivos, culturais, artísticos e de lazer em geral, achamos por bem oferecer sugestões à iniciativa legislativa no sentido de contribuir para seu aprimoramento, oportunidade que o fazemos nos moldes do Projeto de Lei nº 478/2012, de autoria do nobre deputado Mauro Bragato, que tramita perante a Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.

E agora vem o projeto de lei do nobre deputado Mauro Bragato, 478/2012, que disciplina a cobrança de taxa de conveniência ou similar e a concessão de exclusividade aos clientes de patrocinadores ou de qualquer parceiro comercial pelas empresas prestadoras de serviço de venda de ingressos no Estado, e dá outras providências.

Me parece oportuno, senhor presidente, fazer a leitura do projeto de V. Exa., até porque ele não é longo, e para que haja nos Anais da Casa, já que faz parte das nossas conclusões do nosso relatório, além de ser um bom projeto, conveniente, oportuno, até porque nós acatamos o projeto de V. Exa. com o importante parecer final desta CPI.

“Artigo 1º. A cobrança de taxa de conveniência ou similar na venda de ingressos para espetáculos culturais, artísticos, desportivos, recreativos ou atividades congêneres, no Estado de São Paulo, será admitida somente se corresponder ao fornecimento do serviço de entrega do ingresso na residência do consumidor ou em outro local por ele indicado, ficando ao seu critério

exclusivo a contratação ou não desse serviço, sendo vedada a fixação do seu preço em percentual do valor facial do ingresso, bem como sua cobrança quando o consumidor optar pela retirada do ingresso no local do evento ou adquiri-lo em outros pontos de venda presenciais.

§ 1º - O valor da taxa de conveniência praticado por um mesmo fornecedor não poderá variar entre os espetáculos oferecidos.

§ 2º - Caso o consumidor opte pela contratação do serviço de entrega, a taxa de conveniência poderá ser cobrada somente uma única vez por compra realizada pelo consumidor, independentemente da quantidade de ingressos adquiridos.

Artigo 2º. A venda de ingressos por meios não presenciais, tais como Internet ou telefone, deverá ser realizada concomitantemente com a abertura dos postos de venda presenciais, não sendo permitida a diferenciação de setores disponibilizados para venda e de valores de ingressos entre esses canais.

Artigo 3º. A venda antecipada de ingressos e a opção preferencial na escolha de lugares proporcionada aos clientes de patrocinadores de tais eventos ou de qualquer parceiro comercial das empresas prestadoras de serviço de venda de ingresso, só poderá ser realizada mediante a divulgação prévia e adequada, em toda oferta relacionada ao espetáculo, da carga total de ingressos por setor e, finalizado esse período, da carga disponível por setor aos demais consumidores, quando da abertura dessa nova etapa de vendas.

Artigo 4º. O fornecedor de serviço que infringir ou de qualquer forma concorrer para a infração das normas previstas nesta Lei ficará sujeito às sanções previstas no artigo 56 da Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor.

Artigo 5º. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.”

A justificativa que apresenta o nobre deputado Mauro Bragato, na apresentação do projeto.

“O mercado brasileiro, hoje em grande ascensão, tem recebido os grandes shows de artistas internacionais, para deleite de uma legião de fãs, mas, em contrapartida, pouco tem a oferecer a esses ávidos consumidores que, acabam pagando muito caro por tais espetáculos.

As constantes reclamações registradas na Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor do Estado de São Paulo - Fundação Procon São Paulo, contra as empresas prestadoras de serviço de venda de ingressos pela internet ou telefone em nosso Estado, começam com a venda dos ingressos, especialmente pelos sites, que raramente prestam um serviço adequado aos consumidores e continuam com a falta de informações corretas e claras, a

cobrança de taxas, além da discriminação entre consumidores titulares e não-titulares de determinadas bandeiras de cartão de crédito, situações estas que acabam lesando os consumidores.

Uma reclamação corrente diz respeito à dificuldade encontrada na compra de ingressos, principalmente com a cobrança de taxas como, por exemplo, a de conveniência, que chega a 20% do valor do ingresso. Como tal prática é considerada abusiva, nesses casos deve ser assegurada a opção de quem não quer pagar a taxa, oferecendo a possibilidade de se comprar o ingresso na bilheteria.

Para a Fundação Procon São Paulo a cobrança de taxa de conveniência é uma verdadeira afronta ao direito já que cobrada de acordo com o custo do assento, em percentual do valor do ingresso, quanto mais caro o lugar escolhido, maior será o valor pago a esse título, de forma ilógica e abusiva, portanto, pois, ainda que para diferentes acomodações, a conveniência é a mesma, bem como é justificada como contraprestação dos serviços da empresa pela venda em outro ponto que não aquele onde ocorrerá o espetáculo, e como se tal remuneração já não houvesse sido prevista, e a de entrega, exigida pelo simples fato de estar o ingresso disponível ao consumidor nas bilheterias do evento e sem que outro meio e sem tal imposição lhe fosse oferecido como opção, verdadeiro absurdo.

Para o Procon São Paulo ainda, outros artifícios criados vieram a onerar ainda mais o produto final aos consumidores e a engordar ainda mais os lucros desses empreendedores. Um deles diz respeito à exclusividade oferecida aos clientes de instituições financeiras que administram cartões de crédito e que patrocinam esses eventos, em adquirir com antecipação, descontos e preferência de lugares os ingressos sob sua patronagem. A ação de marketing tem por consequência a flagrante discriminação do adquirente não possuidor desse diferencial, pois estarão disputando uma quantidade muito inferior de ingressos, a qual sequer é informada, ferindo princípios básicos de igualdade e liberdade de contratação aos demais interessados.

Diante do exposto, contamos com o apoio dos nossos nobres pares, para a aprovação da presente propositura, que tem por escopo criar mais um mecanismo em defesa do consumidor.”

Esse projeto foi apresentado em 1º de agosto de 2012, e foi autor do projeto o nobre deputado Mauro Bragato.

Assim sendo, assim assegura que a sensibilidade política do atual presidente da Câmara dos Deputados saberá encontrar meios para consagrar semelhante concepção e cõnscia de que sopesará ao seu alcance e utilidade para a economia de mercado do país.

A Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo manifesta seu apoio ao Projeto de Lei nº 3.323/2012, de autoria do deputado federal Anthony Garotinho, e apela, por conseguinte, ao Exmo. Sr. Presidente da Câmara dos Deputados que encaminhe sugestão à Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania, no sentido de que aquela comissão formular alterações do texto original do Projeto de Lei nº 3.323/2012, a admitir a cobrança de taxa de conveniência ou similar na venda de ingressos para espetáculos culturais, artísticos, desportivos, recreativos ou atividades congêneres, somente se corresponder ao fornecimento do serviço de entrega do ingresso na residência do consumidor ou em outro local por ele indicado, ficando ao seu critério exclusivo a contratação ou não desse serviço, sendo vedada a fixação do seu preço em percentual de valor facial do ingresso, bem como sua cobrança quando o consumidor optar pela retirada do ingresso no local do evento, ou adquiri-lo em outros pontos de vendas presenciais, conferindo-lhe, assim, teor mais compatível com o Código de Defesa do Consumidor.

Comissão Parlamentar de Inquérito Compra de Ingressos, sala das sessões, com a data a ser colocada.

Queremos também fazer alguns agradecimentos. Primeiramente quero agradecer a colaboração e dedicação dos excelentíssimos senhores deputados e deputadas membros desta CPI, que com suas sugestões e críticas deram o subsídio para esta relatora concluir, a bom termo, essa missão.

Tenho a certeza de que as propostas e conclusões aqui apresentadas refletem o pensamento de todos os membros da CPI.

O trabalho realizado foi fruto do consenso, do espírito de equipe, tendo como objetivo a busca do bem comum, ou seja, da população do estado de São Paulo, a quem representamos de forma delegada.

Não posso deixar de render meus agradecimentos àqueles que colaboraram com os trabalhos da CPI e na elaboração do relatório final, técnicos e servidores da procuradoria e do departamento de comissões, a todos os servidores da Assembleia Legislativa, em especial à Sra. Angela Nakamura, Marcelo Bôscoli Batista e Sônia Maria Oliveira, integrantes do departamento de comissões, à Fundação Procon São Paulo, aos assessores das lideranças partidárias e dos gabinetes dos deputados, o reconhecimento pelo excelente trabalho de assessoria parlamentar, bem como a todos os que, direta ou indiretamente, colaboraram com o nosso resultado final desta Comissão Parlamentar de Inquérito, os nossos sinceros agradecimentos.

Senhor presidente deputado Mauro Bragato, este é o nosso relatório apresentado ao senhor, a V. Exa., como presidente da CPI, e aos membros desta CPI, aos nobres deputados,

agora também conosco também a deputada Telma de Souza, e um agradecimento especial, já foi feito aqui, mas a todas as assessorias dos nossos gabinetes, que não pouparam esforços pessoais, de data, de dia, de hora, para que nós pudéssemos cumprir à risca, dentro do prazo legal que nós temos dentro da Assembleia para a entrega deste relatório para aprovação ou para deliberação, melhor dizendo, deste relatório. Então, queremos fazer um agradecimento especial a todos.

E, de forma também singular, e de forma muito importante, da nossa parte, tenho certeza que falo dos nobres deputados, também à nossa deputada Maria Lúcia Amary, que é vice-presidente desta CPI, e de forma absolutamente especial ao senhor, que propôs o mesmo trabalho e que agora chegamos ao final entregando a V. Exa. o nosso relatório. Muito obrigada.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Muito obrigado.

Em discussão. (Pausa.) Não havendo oradores inscritos, está encerrada a discussão. Em votação. Os senhores deputados que estiverem de acordo permaneçam como se encontram. (Pausa.) Aprovado.

Para finalizar, agradecer à deputada Célia Leão pelo excelente relatório, as dificuldades de termos realizado esta CPI neste período pré-eleitoral, agradecer a presença do deputado João Caramez, do deputado Chico Sardelli, do professor Tito, da deputada Telma de Souza e a deputada Maria Lúcia Amary.

Parabéns, deputada Célia Leão, e os nossos agradecimentos a toda a assessoria, que possibilitou este relatório, que vai dar o que falar, seguramente. Como também queria agradecer à Fundação Procon pelo apoio e pela assessoria nos trabalhos.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Pela ordem, senhor presidente.

Antes que V. Exa. encerre, já estamos finalizando, os últimos minutos.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Vossa excelência está com a palavra.

A SRA. CÉLIA LEÃO – PSDB – Muito obrigada, e já passou até o momento de fazer algum comentário, mas queria aproveitar que V. Exa. ainda não encerrou.

Só para lembrar que nós desta comissão, todos os deputados, de forma especial aqui o deputado Tito, a deputada Telma de Souza, o deputado Chico Sardelli, o deputado João Caramez, esta deputada que vos fala, enfim, os membros desta comissão, que possamos fazer, como já está no próprio relatório, não somente junto ao Colégio de Líderes, mas de forma direta à Mesa Diretora dos trabalhos, onde os deputados que compõem essa Mesa Diretora, e de forma específica o presidente da Assembleia, deputado Samuel Moreira, que possa colocar, obviamente que oportunamente, esse projeto de V. Exa. também em pauta para ser deliberado, para ser aprovado.

Porque, como conta no relatório, quem vai sair, não diria ganhando, mas quem vai sair com justiça no dia a dia é a população de São Paulo, que aproveita do momento de lazer para a sua compra de ingressos para shows, para eventos, seja o que for, e de forma justa, de forma honesta.

O que esta Casa prima sempre, em qualquer atividade, em qualquer trabalho, os 94 deputados, de todos os partidos aqui representados, independente de ser situação ou oposição, o que esta Casa prima, sempre, é que a sociedade de São Paulo seja respeitada, que viva com justiça.

E como representantes de 42 milhões de habitantes, brasileiros e estrangeiros, das diversas regiões do estado de São Paulo que moram no nosso estado, esperam de nós, desses 94 homens e mulheres que, de fato, possamos representá-los com dignidade.

Me parece, não pelo nosso relatório, mas pelo todo feito da CPI, até porque o relatório não é nosso de forma específica, foi feito com todas as mãos e inteligências dos pares, além das assessorias e de V. Exa., e da sua assessoria também, para que a gente possa mostrar de prática, na prática, palavras convencem, o exemplo arrasta, e penso que o relatório final e o trabalho da CPI é o exemplo, na prática, de fazer justiça com a sociedade, afinal de contas, já é sabido, por pesquisas, tanto na área da saúde quanto em todas as áreas, de que o trabalho é importante para qualquer cidadão, para que ele cresça, para que ele tenha o seu subsídio, para que ele tenha a sua cabeça ocupada, o seu dia a dia, mas tão importante quanto o trabalho também é o lazer.

Uma pessoa sem lazer se estressa, e do estresse aparecem diversas, lamentavelmente, enfermidades que podem levar até ao óbito.

Então, que essas pessoas possam ter o lazer do tamanho e da proporção de que é oferecido esse entretenimento.

Do mais, só parabenizá-lo, e mais uma vez parabenizar os deputados desta comissão. Muito obrigada.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Obrigado.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Pela ordem, senhor presidente.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Pela ordem, tem a palavra o nobre deputado Chico Sardelli.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Primeiramente, de forma tardia, expressar meus sentimentos pelo falecimento do seu pai, na última semana. Fiquei sabendo hoje. Então, meu fraterno abraço e sentimentos.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Obrigado.

O SR. CHICO SARDELLI – PV – Segundo, parabenizar V. Exa. pelo trabalho, CPI muito importante na Casa. Tivemos a oportunidade de perceber que a taxa de conveniência, efetivamente, é um pega bobo, no resumo da palavra mais chula possível, e nós percebemos também, durante os nossos trabalhos, que tem uma forma de que essa taxa possa não ser cobrada, como nós vimos um dos depoentes que aqui estiveram convidados a prestar o seu esclarecimento, e nos ajudou muito.

Então, por isso tenho certeza que a palavra da maioria das pessoas, dos nobres parlamentares que trabalharam nesta CPI expressam quase o mesmo sentimento.

Parabenizar a vice-presidente, teve oportunidade também de participar ativamente, Maria Lúcia Amary, e a nossa querida e sempre amada Célia Leão, relatora desta matéria tão importante.

Parabéns e à luta.

O SR. PRESIDENTE – MAURO BRAGATO – PSDB – Obrigado.

Senhores deputados, nada mais havendo a tratar, está encerrada a reunião, cancelando a reunião marcada para as 16h.

* * *

io | tecnologia

Soluções Imprensa Oficial em tecnologia da informação e comunicação



Aliamos nossa experiência desde 1891 na publicação da informação às mais modernas tecnologias, oferecendo serviços inteligentes para o setor público com a excelência e inovação de sempre.

-  Certificação Digital - Autoridade Certificadora Oficial do Governo do Estado de São Paulo
-  Soluções em Documento Digital: GED (Gestão Eletrônica de Documentos), ECM (*Enterprise Content Management*) e BPM (*Business Process Management*)
-  Desenvolvimento de portais
-  Consulta gratuita ao Diário Oficial
-  e-negócios públicos
-  e-juntacomercial

www.imprensaoficial.com.br



Aproveite as vantagens do e-CPF.

Faça seu **Certificado Digital** na
Imprensa Oficial e realize
transações *on-line* seguras
em bancos e na Receita Federal.

Confira nossos preços.

www.imprensaoficial.com.br

io | certificação digital

SAC 0800 01234 01

imprensaoficial
GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO



Certificação Digital Imprensa Oficial

**Segurança e agilidade na
administração da sua empresa.**

- Substituição dos documentos em papel pelo equivalente eletrônico conservando sua validade jurídica
- Assinatura digital de documentos
- Transações eletrônicas seguras
- Adequação às exigências da Receita Federal
- Emissão de procurações eletrônicas de qualquer lugar do mundo

www.imprensaoficial.com.br

io | certificação digital

SAC 0800 01234 01

imprensaoficial
GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

Assine o Diário Oficial

Tabela de preços do Diário Oficial impresso

Diários Oficiais	Anual	Semestral	Trimestral
Executivo I	R\$ 1.059,30	R\$ 556,13	R\$ 291,97
Executivo II	R\$ 1.059,30	R\$ 556,13	R\$ 291,97
Empresarial	R\$ 1.059,30	R\$ 556,13	R\$ 291,97
Cidade de São Paulo	R\$ 1.059,30	R\$ 556,13	R\$ 291,97
Ordem dos Advogados do Brasil	_____	R\$ 556,13	_____

Imprensa Oficial, garantia de
transparência e segurança
de informação

Central de atendimento ao cliente

SAC 0800 01234 01
fax 11 2799 9734

A Imprensa Oficial não possui revendedores autorizados.

www. imprensaoficial.com.br

Diário Oficial

acesso gratuito

Todo o acervo do Diário Oficial está disponível gratuitamente para pesquisa, inclusive o que você quiser saber sobre os balanços das empresas.



Imprensa Oficial, garantia de transparência e segurança da informação

www.imprensaoficial.com.br



Prêmio Mario Covas 2008
DO. online - A transparência dos atos do Governo disponível ao cidadão.



Adquira já o seu Certificado Digital

Sua certificação digital pelo tempo que você precisa e o valor que você pode pagar.

Acesse nosso site e compre seu Certificado Digital com validade de 12, 18, 24 ou 36 meses. Aproveite os valores promocionais!

Para você que é microempresário, empresário de pequeno porte, empreendedor individual e microempreendedor individual o desconto é especial. Confira!

www.imprensaoficial.com.br

Diário Oficial

Estado de São Paulo

Volume 124 • Número 171 • São Paulo, sábado, 13 de setembro de 2014



IMAGENS ILUSTRATIVAS

Certificação Digital. Segura, ágil e 100% confiável.

Imprensa Oficial, a Autoridade Certificadora Oficial do Governo do Estado de São Paulo.

Modernidade: empresa pioneira no uso da Tecnologia de Certificação Digital na administração pública.

Solidez e credibilidade: mais de 100 anos atuando com empreendedorismo, transparência e compromisso social.

Excelência em qualidade: Autoridade Certificadora com ISO 9001:2008 em Certificação Digital.

Garantia: alto nível em Segurança da Informação.

Conheça tudo o que a Certificação Digital da Imprensa Oficial pode oferecer para você.

www.imprensaoficial.com.br

imprensaoficial
GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO