

Rafael de Oliveira Lins

Técnico judiciário do Tribunal de Justiça do Estado do Amazonas
Graduação em Direito pela Universidade do Estado do Amazonas
Mestrando em Direito, na área de função social do Direito
pela Faculdade Autônoma de Direito de São Paulo – FADISP
Especialista em Direito Penal e Processo Penal
pela Escola Superior Batista do Amazonas

RESUMO

O presente artigo irá abordar o aparecimento e crescimento do direito empresarial ao longo do decorrer do tempo da sociedade humana. Irá ser abordado sobre assuntos relevantes para se contextualizar a evolução do Direito Comercial para a Direito Empresarial na Sociedade Digital, bem como institutos correlatos ao assunto, como os conceitos de atividade empresária e os sujeitos empresariais, a regulação externa e interna e o atual cenário que se desenvolve o direito empresarial.

Palavras-chave: Direito Empresarial; Atividade Empresarial; Evolução Empresarial; Sociedade Digital;.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho por meio de método de pesquisa bibliográfica e citações diretas, pretende expor nestas linhas o desenvolvimento do Direito Empresarial por meio de uma atividade econômica e com a conjugação de agentes econômicos e a dedicação para atividade rentável com mais eficiência, levam a formação de uma sociedade empresarial que pode, ou não, advir de uma pessoa jurídica.

Importante mencionar que o sentimento mercantilista dos homens existe desde antiguidade, sendo posteriormente positivados por meio de convenções e normas escritas.

Dito isto, o presente trabalho irá abordar a evolução histórica do direito empresarial, comentando seus saltos evolutivos e regulamentações nacionais e internacionais até o presente momento da era da sociedade digital, analisando a pessoa jurídica e sociedade empresarial, noções sobre a atividade empresarial, a sociedade digital e o desenvolvimento empresarial das startups.

Considerem que a evolução das atividades econômicas, especialmente com a demanda de volume crescente de capital, como que forçaram que "comerciantes" reunissem seus esforços e recursos para, atendendo a esta demanda, participarem destas atividades mais amplas e complexas. Vê-se que gradativamente se vai dando a distinção entre a empresa, conjunto organizado de recursos materiais e imateriais (tecnologia) destinada a realização de atividade econômica lucrativa, e, aqueles que operam o sistema - administrando este organismo direcionado às suas finalidades, repartindo entre si os lucros. Aos poucos vai acontecendo, também, "uma separação" entre o proprietário dos recursos e a organização e funcionamento desses recursos.

A construção da figura do empresário vem abarcando (extensivamente) a pessoa que empreende, organiza e dirige a atividade, detendo a integralidade do capital aplicado, o não. A evolução da técnica, especialmente, de gestão, consolida o surgimento da função do gestor - administrador - profissional, gizando a separação entre o capital e a administração dele na atividade produtiva.

É importante destacar que o fundo de comércio alcança a toda a universalidade de bens e recursos aplicados na atividade, o estabelecimento é a base física onde acontecem as coisas. A seu turno o "aviamento" é o chamado direito de clientela, a capacidade de atração e participação concreta no mercado, da atividade - em palavras simples - a capacidade que aquela unidade produtiva tem de oferecer vantagens comparativas em relação as demais.

É importante levar em conta, na abordagem desse tema, que entre nós, na linha do que aconteceu na Itália, a matéria empresarial foi incorporada ao Código Civil, que na mesma linha do Código Civil Italiano, dá o conceito formal de empresa e empresário, como que uma definição legal. A título de curiosidade, o mesmo se encontra no atual Código Civil Argentino.

A regulamentação constitucional da atividade empresarial, que André Ramos Tavares identifica como sendo Direito Constitucional Empresarial, tem como referência estabelecer as linhas gerais da atividade econômica, preferentemente privada (o público apenas estratégico e supletivo), situada no contexto do Mercado Nacional, que é considerado, constitucionalmente como patrimônio nacional. Perceptível é que estabelece como que uma tutela mínima para a atividade empresarial e daqueles que a exercem. Dá, também, as regras de busca do equilíbrio de mercado pela concorrência livre.

PESSOA JURÍDICA E SOCIEDADE EMPRESÁRIA

A definição de pessoa jurídica abrange criações legislativas de direito público, seja interno ou externo, e de direito privado, conforme aquelas elencadas no artigo 40 a 44 do Código Civil de 2002. Entre as de direito privado se encontram as sociedades inscritas no registro público respectivo.

Art. 40. As pessoas jurídicas são de direito público, interno ou externo, e de direito privado.

Art. 41. São pessoas jurídicas de direito público interno:

I - a União;

II - os Estados, o Distrito Federal e os Territórios;

III - os Municípios;

IV - as autarquias, inclusive as associações públicas; (Redação dada pela Lei nº 11.107, de 2005)

V - as demais entidades de caráter público criadas por lei.

Parágrafo único. Salvo disposição em contrário, as pessoas jurídicas de direito público, a que se tenha dado estrutura de direito privado, regem-se, no que couber, quanto ao seu funcionamento, pelas normas deste Código.

Art. 42. São pessoas jurídicas de direito público externo os Estados estrangeiros e todas as pessoas que forem regidas pelo direito internacional público.

Art. 43. As pessoas jurídicas de direito público interno são civilmente responsáveis por atos dos seus agentes que nessa qualidade causem danos a terceiros, ressalvado direito regressivo contra os causadores do dano, se houver, por parte destes, culpa ou dolo.

Art. 44. São pessoas jurídicas de direito privado:

I - as associações;

II - as sociedades;

III - as fundações.

IV - as organizações religiosas; (Incluído pela Lei nº 10.825, de 22.12.2003)

V - os partidos políticos. (Incluído pela Lei nº 10.825, de 22.12.2003)

VI - as empresas individuais de responsabilidade limitada. (Incluído pela Lei nº 12.441, de 2011) (Vigência)

Deste modo, sociedade é o contrato celebrado entre pessoas físicas ou jurídicas ou somente entre pessoas físicas, segundo o artigo 1039, caput, CC/02, pelo qual os contraentes se vinculam a contribuir, seja por meio de bens ou serviços, para o exercício da atividade econômica e a partilhar os resultados entre reciprocamente.

Tal conceito é derivado do Código Civil de 2002, com base no artigo 981, caput. Neste sistema, nem todas as sociedades são de pessoas jurídicas, como era no Código Civil de 1916, tendo sido previstas duas espécies não personificadas: sociedade comum e sociedade em conta de participação

Na primeira, o Código reconhece a existência de relações negociais entre os sócios antes mesmo de inscritos os atos constitutivos. A essa espécie de sociedade sem personalidade o legislador optou por denominar de sociedade comum, prevista nos artigos 986 a 990, do CC/02, elaborando regras pacificadoras para os potenciais conflitos entre os próprios sócios e os sócios e terceiros.

Na segunda, a legislação assenta o entendimento de que os contratos em conta de participação, mesmo sem ter personalidade jurídica, regulamenta-se nos artigos 991 a 996, do CC/02.

Art. 991. Na sociedade em conta de participação, a atividade constitutiva do objeto social é exercida unicamente pelo sócio ostensivo, em seu nome individual e sob sua própria e exclusiva responsabilidade, participando os demais dos resultados correspondentes. Parágrafo único. Obriga-se perante terceiro tão-somente o sócio ostensivo; e, exclusivamente perante este, o sócio participante, nos termos do contrato social.

Art. 992. A constituição da sociedade em conta de participação independe de qualquer formalidade e pode provar-se por todos os meios de direito.

Art. 993. O contrato social produz efeito somente entre os sócios, e a eventual inscrição de seu instrumento em qualquer registro não confere personalidade jurídica à sociedade.

Parágrafo único. Sem prejuízo do direito de fiscalizar a gestão dos negócios sociais, o sócio participante não pode tomar parte nas relações do sócio ostensivo com terceiros, sob pena de responder solidariamente com este pelas obrigações em que intervier.

Art. 994. A contribuição do sócio participante constitui, com a do sócio ostensivo, patrimônio especial, objeto da conta de participação relativa aos negócios sociais.

§ 1º A especialização patrimonial somente produz efeitos em relação aos sócios.

§ 2º A falência do sócio ostensivo acarreta a dissolução da sociedade e a liquidação da respectiva conta, cujo saldo constituirá crédito quirografário.

§ 3º Falindo o sócio participante, o contrato social fica sujeito às normas que regulam os efeitos da falência nos contratos bilaterais do falido.

Art. 995. Salvo estipulação em contrário, o sócio ostensivo não pode admitir novo sócio sem o consentimento expresso dos demais.

Art. 996. Aplica-se à sociedade em conta de participação, subsidiariamente e no que com ela for compatível, o disposto para a sociedade simples, e a sua liquidação rege-se pelas normas relativas à prestação de contas, na forma da lei processual.

Parágrafo único. Havendo mais de um sócio ostensivo, as respectivas contas serão prestadas e julgadas no mesmo processo.

O conceito “simples” faz distinção entre o empresário e o não empresário, na mesma linha da dicotomia anterior entre o ato comércio e o ato civil. Nesta estrutura, do Direito de Empresa a diferenciação ocorre no

confronto entre a atividade empresarial, que representa um complexo de atos de natureza econômica, realizados profissionalmente e seguindo uma sistematização, e os atos que não estão dentro desta organização.

Assim, a sociedade empresária destaca-se por três elementos formadores: a economicidade, pois evolva a criação de riquezas; a organização, visto que representa uma estrutura visível, de fatores objetivos e subjetivos de produção; e a profissionalidade, ou habitualidade de seu exercício, porque deve se configurar como uma atividade econômica comum a quem a prática. Segundo Ricardo Negrão, a sociedade empresária é o contrato celebrado entre pessoas físicas ou jurídicas, ou somente entre pessoas físicas, segundo o art. 1039, caput, do Código Civil de 2002, por meio do qual estas se obrigam reciprocamente a contribuir, com bens ou serviços, para o exercício de atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens e serviços.

NOÇÕES FUNDAMENTAIS DE EMPRESA, EMPRESÁRIO E ESTABELECIMENTO

Empresa

Empresa é a atividade de articular fatores de produção que são: capital, mão de obra, insumo e tecnologia. As organizações em que se produzem os bens e serviços necessários ou úteis à vida humana são resultado da ação dos empresários que por meio do aporte de capital particular ou alheio, realizam a compra de insumos, contratam funcionários e adquirem o desenvolve uma determinada tecnologia. Identificada uma determinada demanda que dê vocação lucrativa a atividade empresarial, deve-se mover este conjunto para a organização e produção de mercadorias ou serviços que cheguem aos consumidores destes itens.

Empresário

Empresário é definido legalmente, conforme o artigo 966, caput, do CC/02 como um profissional que exerce atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou se serviços.

Importante frisar que o empresário deve atuar com profissionalismos com habitualidade, pessoalidade e monopólio das informações.

A atividade econômica organizada voltada produção ou circulação de bens ou serviços refere-se empreendimento com capacidade de gerar lucros, por meio de uma estrutura articulada por fabricação industrial ou prestação de serviços e com a circulação destes até o consumidor.

Estabelecimento empresarial

Também conhecido como o fundo de comércio, é o instrumento da atividade do empresário, aparelhando este sujeito para o exercício da

empresa, formada pela base física da empresa, constituindo todo o complexo de bens organizado, para o exercício empresarial por empresário ou por sociedade empresária, consoante aos termos dados pela redação do artigo 1142, caput, do Código Civil de 2002.

Art. 1.141. Mediante autorização do Poder Executivo, a sociedade estrangeira admitida a funcionar no País pode nacionalizar-se, transferindo sua sede para o Brasil.

A natureza jurídica do estabelecimento comercial é uma questão polêmica, pois possui as seguintes classificações: Universalidade jurídica: conjunto de bens unidos pela lei, entretanto impossível de ocorrer no direito brasileiro por falta de previsão legal como a herança e a massa falida, conforme as lições de Rubens Requião; Universalidade de fato: conjunto de bens que se mantém unidos pela vontade do proprietário; Propriedade incorpórea: parte da doutrina Francesa; Direito de Clientela: parte da doutrina Francesa; Patrimônio separado ou sui generis: Rubens Requião e parte da doutrina alemã.

REGULAÇÃO JURÍDICA DAS RELAÇÕES EMPRESARIAIS INTERNAS E EXTERNAS, DIMENSÕES CONSTITUCIONAIS E INFRACONSTITUCIONAIS

Regulação interna

A regulação interna da atividade empresarial pauta-se uma parte no Código Civil de 2002, que unificou o Direito Comercial ao Direito Civil. Entretanto, existem leis extravagantes que tratam de temas específicos de direito empresarial, como a regulamentação do registro da atividade empresarial e da falência da sociedade empresária: artigos: 997 a 1149 do Código Civil Brasileiro de 2002 (Lei 10.406 de 10 de janeiro de 2002); a Lei 6404/1976 que trata sobre as Sociedades Anônimas; a Lei 11.101/2005 atualizada pela Lei 14112/2020 que regula a recuperação e falência da sociedade empresária; a Lei nº 8934/1994 atualizada pela Lei 13833/2019 que regulamenta o Registro Público de Empresas Mercantis.

Regulação externa

Tema tratado dentro do campo do Direito do Comércio Internacional, o qual regula a atividade mercantil internacional notadamente no aspecto macroeconômico e engloba temas essenciais para dinâmica dos fluxos comerciais internacionais. A principal entidade do sistema multilateral de comércio é a Organização Mundial do Comércio.

Temos como principais acordos comerciais: Acordo Geral de Tarifas do Comércio – GATT – 1994; Acordo Geral de Comércio de Serviços – GATS – 1994; Acordo sobre Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao

Comércio (TRIPS – 1994); Acordo sobre Medidas de Investimento relacionadas ao Comércio – TRIMS – 1994; Acordos sobre Barreiras Técnicas ao Comércio (TBT – 1994)

Dimensões constitucionais e infraconstitucionais

É pressuposto jurídico de um regime jurídico-comercial a adoção a nível constitucional de princípios do liberalismo no regramento da ordem econômica, sendo vital para a existência do próprio direito empresarial, ou como antigamente denominado de direito comercial.

Temos por exemplo o artigo 5, XIII, CF/88 que fundamenta o exercício da empresa e seus requisitos para continuar.

Desta forma, o direito complementa pressupostos constitucionais a fim de garantir a livre iniciativa e a livre competição por meio da repressão à deslealdade da concorrência e prevenção contra o abuso de poder econômico.

A Lei nº 12.529, de 30 de dezembro de 2011, regularizou o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, dispondo de assuntos como a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; alterou e revogou dispositivos, dentre outras providências, além de instituir o Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE.

Por fim, o Art. 179, caput, da CF/88 estabelece que o poder público dispensará tratamento diferenciado as microempresas e às empresas de pequeno porte, incentivando tais empresas e criando condições para o desenvolvimento de tais sujeitos empresariais, o que resultou na elaboração da Lei Complementar 123/2006, que trata do Estatuto Nacional da Pequena Empresa e Empresa de Pequeno Porte.

SOCIEDADE DIGITAL

A sociedade humana é dinâmica nas formas de organização e a cada momento diferente da história do Homem, ela molda a partir de um centro o qual é um motivo que irá determinar os rumos sociais.

Temos como primeiro exemplo de organização, aquelas oriundas da agricultura, baseadas na comercialização de produtos plantados e frutos recolhidos da terra. Assim, cada núcleo social humano fazia a permuta de produtos e itens agrícolas, configurando uma pioneira forma de prática de comércio entre as pessoas, gerando a chamada riqueza agrícola.

Como segundo exemplo e seguindo a evolução da tecnologia humana, atingiu-se o campo não apenas com instrumentos manufaturados, mas como máquinas a vapor e a eletricidade, ocorrendo o surgimento de fábricas e gerando uma nova forma de riqueza industrial que era o fruto artificial das indústrias e a produção de produtos a serem comercializados por compra e venda.

Num terceiro exemplo, o avanço gradual da tecnologia fez com que a riqueza pós-industrial estivesse pautada não apenas na capacidade de

produzir novos produtos, mas na possibilidade de oferecer serviços, como o bancário, educacional, consultoria jurídica, securitário e de convênios médicos.

Os três exemplos citados de organização nos servem para entender como a riqueza está pautada atualmente e como isto influencia a sociedade presente. Podemos dizer que a riqueza esta pautada na informação e no conhecimento, fundamentada na evolução tecnológica no processamento de dados, que criou instrumentos capazes de transmitir dados a velocidades extraordinárias, tornando a informação um novo elemento estruturante da organização social. A internet transformou-se num lugar destacado destas alterações digitais, que atingiu a economia e o modo de se estabelecer interações humanas.

Sobre este tema de como se organiza a riqueza e sua interação no mundo humano, tem William Bernstein traz as seguintes lições (BERNSTEIN, 2015, pg.23-24):

(...) Começando por volta de 1820, o ritmo do avanço econômico se acelerou de modo perceptível, o que tornou o mundo um lugar melhor para se viver. O que aconteceu? Uma explosão de inovações tecnológicas até então para inédita. Conta a lenda que uma jovem aluno, quando a professora solicitou que definisse a Revolução Industrial, respondeu afirmando que “em 1760, a Inglaterra foi varrida por uma onda de engenhocas”. O mitológico menino não estava errado. Novas tecnologias representam um poderoso incentivo ao crescimento econômico per capita; sem elas, não acontecem elevações na produtividade ou no consumo. Para começar, portanto, é necessário que perguntemos “o que é preciso para uma sociedade desenvolva aparelhos?” Quatro coisas. (...) Direitos de propriedade (...) Racionalismo científico (...) Mercados de Capital (...) Transportes e comunicações eficientes.

Neste contexto, surge a comunicação digital equipada com a evolução dos bits, linguagem binária, que em conjunto, formará a informação em si traduzido a partir do byte. Este novo tipo de linguagem permitiu a introdução dos computadores acarretando uma revolução de quantidade de dados processados, como acúmulo de dados gravados em Pen Drive, Drive de Computadores Particulares e no disco compactado, chamado pela sigla em inglês de CD.

Além disso, como efeito deste processo, ocorreu mudanças na ordem da qualidade de dados, pois a técnica binária possibilitou a organização e o acesso da informação, substituindo o antigo acesso por meio documental físico para o meio documental digital. Tal fato facilitou o acesso de informação e pesquisa que antigamente era feito por meio de fichas catalográficas e outros meios que necessitavam do papel físico para serem arquivadas.

Interessante mencionar que antes da Internet, preocupava-se em manter os dados no computador pessoal ou no disco rígido do computador,

chamados de HD, no objetivo de arquivar o maior número de possível de dados.

Entretanto, o avanço tecnológico e a inclusão promovida pela Rede Internacional de Computadores proporcionaram o acesso simultâneo de informações a várias pessoas do mundo. Temos como exemplo as redes de Broadcast Digital de canais jornalísticos, os programas de *home-brokers* do mundo financeiro que deixou mais dinâmicas as transações financeiras, e até mesmo os computadores pessoais dos funcionários de empresas e órgãos públicos, visto que uma vez com acesso a internet, podem ser localizados independente de telefone, viagens ou papeis.

Vale acrescentar também que, além das novas plataformas de acesso digital, ocorreu o fenômeno das redes sociais que promoveu um engajamento social começando com temas simples, como o mero compartilhamento de uma foto ou vídeo pessoal, até a convocação de pautas políticas e movimentos de combate ao racismo e a homofobia.

Tecidos estes comentários, a Sociedade Digital representa todo o arcabouço de plataformas comerciais ou não, e que pelo fato de estarem ligados a internet, depende da comunicação contínua com a Rede Internacional de computadores

Sobre este tema, é interessante mencionar os seguintes apontamentos: (PINHEIRO, 2016)

A Internet Hoje tem mais de 800 mil websites e são criadas mais de mil homepages por dia. Estamos falando não apenas de uma comunidade virtual, mas de várias comunidades virtuais que se aglomeram em torno de objetivos comuns, várias tribos com participantes de vários pontos do Planeta, de diversas culturas, sujeitos cada um a princípios de valor e normas distintas. A Globalização da economia e da sociedade exige a globalização do pensamento jurídico, de modo a encontrar mecanismos de aplicação de normas que possam extrapolar os princípios da territorialidade, principalmente no tocante ao Direito Penal e ao Direito Comercial. Essa tendência de globalização do próprio Direito não é nova. O direito Internacional Privado de algum modo, já vem de Convenções e Tratados Internacionais, tentando estabelecer critérios mais uniformes de análise jurídica entre os vários Estados Nacionais.

Portanto, A Sociedade Digital transcende uma sociedade pautada em bens materiais para uma sociedade baseada na posse da informação hegemônica frente a posse de bens de produção. Tal característica coloca em destaque o Direito à Informação, o qual é um dos princípios basilares do Direito Digital.

O direito à informação está dividido em três partes que são: o direito de informar; direito de ser informado e o direito de não receber informação, O

primeiro é um direito ativo que busca que o cliente saiba quais os aspectos de um determinado produto ou serviço, configurando como um dever do vendedor ou prestador de serviço em assegurar tal direito. O segundo é um direito passivo, pois visto da ótica do cliente, este deve receber todas as informações essenciais do objeto da relação jurídica negocial. Por fim, temos o terceiro direito que trata-se de um direito ativo e passivo, visto que o cliente tem o direito de não receber publicidade excessiva de produtos, bem como pode imputar ao vendedor ou prestador de serviço que pare com a publicidade excessiva.

EMPRESAS DIGITAIS E A NOVA FORMA DE ECONOMIA

Existe diferença entre Empresa Digital e extensão virtual da empresa real, pois esta se refere a empresas que existem no mundo físico, mas com página digitais na internet, enquanto aquela são empresas sem sede física, ou seja, são empresas digitais que possuem modelos da vida real, mas adaptados da realidade virtual. A empresa “amazon”, como exemplo, é uma livraria feita dentro de um negócio digital, visto que não há lojas em prédios físicos, fora que não possui existência além do mundo digital da internet.

As empresas digitais podem, inclusive, prever em seu objeto social o desenvolvimento do software que faz a relação comercial de oferta e demanda. Entretanto, tais negócios possuem um enquadramento específico legal, e não raro, a Secretaria da Receita Federal encontra irregularidades de alguns “websites”, pois não possuem regularização institucional e fiscal. Além disso, a falta de cadastro em cartórios dificulta localização para reclamações consumeristas, bem como ocorre conflitos das editoras digitais e relação com editoras de livro físicos.

O Negócio digital para ser mais confiável ao consumidor se faz necessário o correto enquadramento fiscal para a arrecadação de tributos e regularização jurídica, a fim de fazer as corretas distinções para os serviços prestados, distinção empresas comerciais e empresas de tecnologia. Aliás, quanto mais informações e dados das empresas existirem, melhor se entende os desafios da atividade empresarial na internet, visto que isto demanda estar preparado logisticamente e ter infraestrutura para atender demandas imediatas e a qualquer hora, lugar e cultura.

Esta “porta aberta comercial” requer estratégia jurídico e comercial para tanto, logo precisa de blindagem legal aderente a atividade empresarial Decreto nº 7962, de 15 de março de 2013, dispõe de requisitos para o comércio eletrônico a fim de atender as demandas e ter planos de contingência para eventuais dificuldades da atividade e não ir a bancarrota, vejamos alguns destes requisitos.

Art. 2º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo devem disponibilizar, em local de destaque e de fácil visualização, as seguintes informações:

I - nome empresarial e número de inscrição do fornecedor, quando houver, no Cadastro Nacional de Pessoas Físicas ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda;

II - endereço físico e eletrônico, e demais informações necessárias para sua localização e contato;

III - características essenciais do produto ou do serviço, incluídos os riscos à saúde e à segurança dos consumidores;

IV - discriminação, no preço, de quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros;

V - condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto; e

VI - informações claras e ostensivas a respeito de quaisquer restrições à fruição da oferta.

Art. 3º Os sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para ofertas de compras coletivas ou modalidades análogas de contratação deverão conter, além das informações previstas no art. 2º, as seguintes:

I - quantidade mínima de consumidores para a efetivação do contrato;

II - prazo para utilização da oferta pelo consumidor; e

III - identificação do fornecedor responsável pelo sítio eletrônico e do fornecedor do produto ou serviço ofertado, nos termos dos incisos I e II do art. 2º.

Art. 4º Para garantir o atendimento facilitado ao consumidor no comércio eletrônico, o fornecedor deverá:

I - apresentar sumário do contrato antes da contratação, com as informações necessárias ao pleno exercício do direito de escolha do consumidor, enfatizadas as cláusulas que limitem direitos;

II - fornecer ferramentas eficazes ao consumidor para identificação e correção imediata de erros ocorridos nas etapas anteriores à finalização da contratação;

III - confirmar imediatamente o recebimento da aceitação da oferta;

IV - disponibilizar o contrato ao consumidor em meio que permita sua conservação e reprodução, imediatamente após a contratação;

V - manter serviço adequado e eficaz de atendimento em meio eletrônico, que possibilite ao consumidor a resolução de demandas referentes a informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento do contrato;

VI - confirmar imediatamente o recebimento das demandas do consumidor referidas no inciso, pelo mesmo meio empregado pelo consumidor; e

VII - utilizar mecanismos de segurança eficazes para pagamento e para tratamento de dados do consumidor.

Parágrafo único. A manifestação do fornecedor às demandas previstas no inciso V do caput será encaminhada em até cinco dias ao consumidor.

Art. 5º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor.

§ 1º O consumidor poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados.

§ 2º O exercício do direito de arrependimento implica a rescisão dos contratos acessórios, sem qualquer ônus para o consumidor.

§ 3º O exercício do direito de arrependimento será comunicado imediatamente pelo fornecedor à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, para que:

I - a transação não seja lançada na fatura do consumidor; ou
II - seja efetivado o estorno do valor, caso o lançamento na fatura já tenha sido realizado.

Há pontos de preocupação em relação a dependência quanto a cadeia de fornecedores e empresas do “e-commerce”, principalmente controle de estoque, que pode ser estoque próprio ou de terceiro, e a atendimento da demanda sobre a existência do produto e a possibilidade de ser alienado. Um outro ponto a ser analisado são as formas de diminuir os riscos da atividade e manter transparência na relação consumerista, oferecendo assistência por meio de uma central de chamadas ou manter um número de pronto atendimento.

Quanto a questão de atendimento ao público, interessante notar que enquanto eu no mundo real o atendimento da demanda é instantâneo, ocasionando até mesmo o encarecimento dos produtos, no mundo virtual a demanda precisa ser atendida dentro de vinte quatro horas, pois o atendimento imediato é questão crucial neste tipo de atividade empresarial, demonstrando que nem sempre montar um negócio digital é mais simples que o real. Portanto, a falta de uma assessoria adequada pode levar jovens empresas digitais a falência, visto que a empresa tradicional, em tese, encontrar-se-ia com infraestrutura para de fornecimento, logística e entrega dos produtos previamente desenvolvidos.

As empresas digitais precisam de tutela comercial e jurídica específica e criteriosa, haja vista que algumas empresas não emitem notas fiscais, fato que gera desconfiança no mercado, projetando uma imagem de marginalização de serviços pela internet. Medidas devem ter tomadas para evitar que o comércio digital se torne uma espécie de “camelôs digitais”, porque a insegurança gera prejuízo tanto ao consumidor dos produtos ou serviços, como ao Estado que deixa de exercer a atividade fiscal. Logo, é necessária a exigência de padrões comerciais de qualidade.

Dado interessante é que majoritariamente o principal ativo das empresas digitais é o capital humano, e considerando uma situação de possível execução civil, é difícil executar o empresário por trás do negócio digital justamente por não se saber quem esta por trás desta atividade empresarial. Assim, é preciso dar mais credibilidade e confiança tanto ao empresário como para o consumidor destes serviços e produtos. Logo, uma das alternativas seria a criação de um cadastro “on line” de boas empresas,

como o site “Reclame aqui” que embora não seja um cadastro eletrônico de empresas, fornece boas informações quanto a qualidade e a prestação dos serviços. Outro exemplo o selo “CSI”, criado pelo SESCON- SP, que visa a implementação de melhores práticas de segurança da informação dos empresários que se associam. Portanto, estes tipos iniciativas ajudam a dar credibilidade ao mercado digital e não podem ser situações isoladas

Na sociedade digital, existe a tendência de criação de associações comerciais específicas para o segmento de novos negócios digitais. Tais associações buscam mais transparência e a geração de um mercado sustentável para este ramo empresarial. O mercado norte-americano, por exemplo, incentiva a transparência principalmente com a intenção de promover investimentos na bolsa e alavancar a atividade empresarial. Vale frisar que o anonimato favorece uma contracultura comercial, afasta investidores nacionais e internacionais e distancia o capital financeiro que aposta em ideias de novos negócios que poderiam ser propulsores de uma economia sólida.

Na cultura norte-americana há interação entre as empresas e os projetos empresariais universitários, conhecidos como “incubadoras empresariais” e são formadas por empreendedores que dedicam muito tempo para desenvolver ideias de novos negócios ou produtos. No Brasil, o conceito de incubadora foi importado, no entanto, pela facilidade do lucro imediatista e a contínua irregularidade fiscal, ocorreu o favorecimento das incubadoras de modo as avessas, pois surgiram os atravessadores de ideais, que são pessoas que não pretendem ficar no negócio e comercializam projetos comerciais sem certeza que o negócio irá vingar.

Assim, é preciso vincular o criador do negócio jurídico continue no projeto de desenvolvimento da empresa até a consolidação do negócio. Outra opção seria a alternativa jurídica de recompra de parte dos títulos da empresa dentro de prazo determinado pela empreendedora ou pela própria incubadora. Considerando que o Direito tem a função de apresentar soluções jurídicas constantes com fins de aperfeiçoamento e atendimento especial aos casos concretos

O Direito Digital, por sua vez, vem para suprir as necessidades da Sociedade Digital, certo de que as mudanças jurídicas influenciam não apenas o direito digital, mas os demais ramos jurídicos também, entende a necessidade empresarial de entrar num regime de cooperação empresarial para fazer frente ao mercado global, e superar a dificuldade que uma empresa isolada teria para se manter. Difícil é detectar, no âmbito da sociedade digital, a existência de “Trust”, Cartéis, “dumping” e monopolização de mercados, pois com a presença global da internet ocorre a existência de “metamercados” e competição desenfreada, gerando uma “carnificina virtual”. Tal evento gera prejuízo para ambas as partes, materializando-se no caso da localização de sites, fato que eclodiu uma guerra de comunicação, e que movimentou milhões investidos em publicidade.

Tal postura predatória pode desvirtuar o mercado e o sucesso de agentes empresariais, visto que neste cenário digital existe limitações por

conta da numerosa concorrência, podendo ocasionar falência generalizada ou fusões forçadas para a existência do mercado. A Internet segue um ciclo comum do capitalismo, com problemas jurídicos e importância de garantir de direitos e deveres dentro deste sistema.

Assim, empresas precisam seguir um modelo estruturalmente e juridicamente bem resolvido que sirva para o mundo real e digital, sendo instrumento para a fixação de método de avaliação de negócios. Vale lembrar que dos ativos imateriais e intangíveis das empresas como marca, softwares, banco de dados, conteúdos, know-how. Tais ativos geram uma expectativa do valor de uma empresa em sintonia com a realidade e inovação, visto que tal aspecto influencia o investimento em negócios digitais, como no caso do Google frente a aquisição do Youtube.

Outros pontos a serem analisados também é a possibilidade de compra do código fonte e parceria com os gênios da tecnologia, a busca de dados e valores como fator essencial nos negócios digitais, e, por fim, a importância de regularização de empresa digitais, considerando a realidade emergente de uma nova forma de economia.

CONCLUSÃO

No final deste estudo, buscou-se expor a forma como o direito empresarial se desenvolveu e se forma e renova na sociedade. Mostrou-se que a atividade empresarial necessitava de regras específicas que se distanciavam da regulação contratual genérica do Direito Civil e, por isso, a necessidade de estar sempre buscando renovação.

Ressalvo que a sociedade empresária se destaca por três elementos formadores que são a economicidade, visto que movimentam riquezas; a organização, pois é uma estrutura visível de fatores objetivos e subjetivos de produção; e a profissionalidade ou habitualidade de seu exercício, considerando a configuração de uma atividade econômica comum a quem a pratica.

Discutiu-se sobre os conceitos de Empresa, Empresário e Estabelecimento Empresarial com o objetivo de revisitação dos termos para lembrar antigos conceitos, bem como a regulação do Direito Empresarial no âmbito interno e externo.

Dedicou-se uma parte deste artigo também para. Sociedade Digital e a atividade empresarial envolvida, enfatizando que as empresas precisam seguir um modelo estruturalmente e juridicamente bem resolvido que sirva para o mundo real e digital, sendo instrumento para a fixação de método de avaliação de negócios.

Destarte, o principal objetivo deste trabalho foi analisar as deficiências e virtudes deste novo modo de fazer a atividade empresarial e suas consequências para a sociedade, pois se por um lado ficou mais fácil montar o próprio negócio usando para tanto as chamadas lojas virtuais, é preciso também dar segurança ao consumidor destes produtos tomando iniciativas de regulação digital da atividade, bem como demonstrando regularidade fiscal

da atividade. Por meio de um negócio transparente e claro, gera segurança para o consumidor continua aceitando as ofertas daquele empresário e gera a fidelização do mesmo para futuras demandas.

Além disso, a transparência da atividade gera maior confiança da sociedade e do Poder Público, chancelando a atividade para continuar e prosperar.

Entretanto, considerando que tal ideia ainda está mais perto do campo do “deve ser”, a realidade mostra tantos empresariais digitais que aproveitam o falso anonimato das plataformas digitais para vender produtos que não existem ou, quando existem, chegam defeituosos. Tal fato, pode ser vencido com conscientização da sociedade para praticar uma visão crítica destas novas relações, cobrando melhores serviços e atendimentos, e denunciando o serviço mal-feito para os órgãos estatais competentes.

REFERÊNCIAS:

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 16.08.2021;

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Código Civil Brasileiro de 2002, DF: Congresso Nacional. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm. Acesso em: 16.08.2021;

BRASIL. Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013. DF: Congresso Nacional. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm. Acesso em: 01.12.2021;

BERNSTEIN, William J. Uma breve história da riqueza / William J. Bernstein; [versão brasileira da editora] - 1. ed. - São Paulo, SP: Editora Fundamento Educacional Ltda., 2015.

COELHO, Fábio Ulhoa. Manual de Direito Comercial: direito de empresa. 25 ed. São Paulo: Saraiva. 2013;

NEGRÃO, Ricardo. Manual de Direito Comercial e de Empresa. Volume 1. 9 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2012;

PORTELA, Paulo Henrique Gonçalves. Direito Internacional Público e Privado: Incluindo Noções de Direitos Humanos e Direito Comunitário. 10 ed. ver., atual., e ampl. Salvador: Juspodivm, 2018;

REQUIÃO, Rubens. Curso de Direito Comercial: volume 1. 33 ed. Ver e atual. São Paulo: Saraiva, 2014;

PINHEIRO, Patricia Peck. Direito Digital. 6 ed. Ver. Atual. E ampl. São Paulo: Saraiva, 2016,