



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS III  
CENTRO DE HUMANIDADES  
CURSO DE DIREITO**

**ALDERLANE DE SOUZA OLIVEIRA**

**EMPRESAS VIRTUAIS E LICITUDE MERCANTIL**

**GUARABIRA  
2018**

**ALDERLANE DE SOUZA OLIVEIRA**

**EMPRESAS VIRTUAIS E LICITUDE MERCANTIL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Direito da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Direito.

Área de concentração: Direito Empresarial.

Orientador: Prof. Me. Mariana Tavares de Melo.

**GUARABIRA  
2018**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

O48e Oliveira, Alderlane de Souza.  
Empresas virtuais e licitude mercantil [manuscrito] : /  
Alderlane de Souza Oliveira. - 2018.  
23 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) -  
Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Humanidades,  
2018.

"Orientação : Profa. Ma. Mariana Tavares de Melo,  
Coordenação do Curso de Direito - CH."

1. Empresa virtual. 2. Registro mercantil. 3. Comércio  
eletrônico. 4. Licitude mercantil. 5. Segurança jurídica e  
consumerista.

21. ed. CDD 384.33

ALDERLANE DE SOUZA OLIVEIRA

EMPRESAS VIRTUAIS E LICITUDE MERCANTIL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Direito da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Direito.

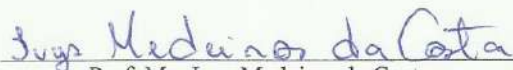
Área de concentração: Direito Empresarial.

Aprovada em: 13/06/2018.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Me. Mariana Tavares de Melo (Orientadora)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Me. Ivys Medeiros da Costa  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Me. Renan Aversari Câmara  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A todos aqueles que buscam a justiça e a igualdade,  
DEDICO.

## AGRADECIMENTOS

À Deus, por sempre dar forças, orientar e proteger durante todos esses anos.

À professora Mariana Tavares pelas leituras sugeridas ao longo dessa orientação e pela dedicação.

À minha família por toda a contribuição, em especial a minha irmã, Arislane, minha maior crítica e incentivadora.

Às amigas e amigos pela amizade e apoio nos momentos bons e ruins, sempre incentivando e estando presente em todos os momentos.

Aos professores do Curso de Graduação em Direito da UEPB, que contribuíram ao longo de todo o curso, por meio das disciplinas e debates, para o desenvolvimento desta pesquisa.

Aos colegas de classe pelos momentos de amizade e apoio, pelo compartilhamento dos momentos de felicidade e tristeza, pelas lágrimas e sorrisos, pelos abraços nas épocas de dificuldade, o empurrão e suporte nos períodos de insegurança, a ajuda nos momentos difíceis e as piadas sempre presentes, levantando o ânimo até nas fases complicadas.

“Toda mudança tecnológica é uma mudança social, comportamental, portanto jurídica. Quando a sociedade muda, o Direito também deve mudar.” Patricia Peck Pinheiro

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	07
2	EVOLUÇÃO DA EMPRESA .....	08
2.1	Conceito de empresa .....	10
2.2	Conceito de empresa virtual .....	11
3	LEGALIZAÇÃO DE EMPRESA: REGISTRO MERCANTIL .....	13
4	PROBLEMA DAS EMPRESAS VIRTUAIS .....	16
4.1	Insegurança: jurídica e consumerista .....	17
5	CONCLUSÃO .....	19
	REFERÊNCIAS .....	22



## EMPRESAS VIRTUAIS E LICITUDE MERCANTIL

Alderlane de Souza Oliveira\*

### RESUMO

Além de um assunto jurídico pertinente o comércio eletrônico é parte da rotina de quase todos atualmente. O exercício da atividade mercantil no meio virtual tem gerado diversas divergências, discussões e lides jurídicas, em razão da subjetividade que permeia essas relações comerciais. Os resultados obtidos nessa pesquisa foram alcançados através de uma busca analítica bibliográfica sobre o assunto. Assim, o objetivo deste trabalho é analisar a licitude mercantil no que diz respeito às empresas virtuais, considerando institutos como o registro mercantil e o princípio da segurança jurídica. Observando-se a ausência de regulamentação e de exigência de registro mercantil, gerando incerteza no comércio eletrônico e insegurança jurídica e consumerista. Apresentando como principal fator a necessidade de controle das empresas virtuais e a garantia jurídica oferecida pelo Registro Público de Empresas Mercantis.

**Palavras-Chave:** Empresa virtual. Registro mercantil. Comércio eletrônico. Licitude mercantil. Segurança jurídica e consumerista.

### 1 INTRODUÇÃO

O Direito modifica-se com as transformações e mudanças de comportamento pelas quais passa a sociedade, em especial no que tange a revolução tecnológica, as alterações no modo da vida em sociedade foram substanciais, gerando novas questões a serem tratadas pelo direito, o qual deve acompanhar as vertentes atuais, acompanhando as modificações da coletividade.

As novas tecnologias vêm influenciando e se fazendo presentes em todas as áreas da vida dos indivíduos, e dessa forma tem sido também na seara empresarial. O comércio se modifica cada vez mais, inclusive como forma de adaptação necessária, uma vez que o uso do meio virtual se tornou parte da rotina dos indivíduos se fazendo cada vez mais essencial, inclusive no meio comercial, em razão da busca cada vez maior de facilitação de aspectos da vida, nesse caso da compra e venda de produtos e mercadorias.

Como tudo, essa tendência da transformação da forma de comercializar possui contra pontos às vantagens do comércio eletrônico, trazendo novos desafios ao direito em especial

---

\* Aluna de Graduação em Direito na Universidade Estadual da Paraíba – Campus III.  
Email: alderlane96@hotmail.com

em relação a dois grandes fatores, primeiro a dificuldade de aplicação normativa, tendo em vista serem novas situações e não haver diploma legal tutelando a situação, um segundo ponto diz respeito à ausência de segurança jurídica nesse âmbito do comércio eletrônico, com a falta de fiscalização, regulamentação e controle das atividades mercantis praticadas no ambiente virtual.

Necessário se faz o desenvolvimento de estudo e busca de soluções para compreender essa problemática, que se faz presente na rotina da sociedade moderna. Sendo preciso analisar todos os pontos em uma discussão jurídica até se chegar a possíveis soluções plausíveis. Possuindo como objetivo analisar a licitude mercantil em relação às empresas virtuais, por meio dos institutos do registro mercantil e do princípio da segurança jurídica.

O caminho é traçado partindo das raízes do direito empresarial em uma construção histórica da empresa, analisando sua evolução e conceituação, indo até a análise do instituto do registro empresarial e da segurança jurídica. Utilizando para tal de pesquisas bibliográficas, através de livros, doutrina e produções acadêmicas referentes às empresas virtuais e a licitude mercantil.

## **2 EVOLUÇÃO DA EMPRESA**

A base do direito empresarial inicialmente era o comércio, o qual existe muito antes da formação dessa área jurídica, tendo seus primórdios na Idade Antiga, uma vez que as relações comerciais se insurgem desde os tempos antigos, se aperfeiçoando na Idade Média (RAMOS, 2012).

A Idade Média constitui para o direito comercial a sua 1ª fase, na qual a jurisdição mercantil ficava a cargo das Corporações de Ofício, as quais tinham seus próprios usos e costumes, os aplicando por meio de cónsules eleitos pelos próprios associados, para reger as relações entre os seus membros (RAMOS, 2012). O direito comercial então se apresenta como o direito dos comerciantes, além de possuir um caráter subjetivista, com a mercantilidade da relação jurídica definida pelos seus sujeitos.

Conforme leciona Ramos (2012) foi durante esse período que o comércio atingiu um estágio mais avançado, se tornando característica de todos os povos, surgindo então às raízes do direito comercial, ou seja, surge daí o regime jurídico específico para a disciplina das relações mercantis.

Outra fase do direito se inicia na Idade Moderna, com a formação dos Estados Nacionais monárquicos. O monopólio da jurisdição então passa para os Estados, ao tempo em

que ocorre a codificação napoleônica, a qual divide o direito privado em direito civil e direito comercial. O critério delimitador do âmbito de incidência do regime jurídico-comercial passa então a ser a teoria dos atos de comércio, construção de origem francesa, a partir do Código Comercial de Napoleão, de 1807 (NEGRÃO, 2014).

A teoria dos atos de comércio influenciou legislações no mundo inteiro centrando-se “no conceito objetivo de comerciante – aquele que pratica atos de comércio com habitualidade e profissionalidade” (NEGRÃO, 2014). Essa teoria atribuía ao direito comercial à regularização das “relações jurídicas que envolvessem a prática de alguns atos definidos em lei como atos de comércio” (RAMOS, 2012).

O direito comercial modifica-se novamente em 1942 com o Código Civil Italiano, que traz novos vetores a essa área jurídica (RAMOS, 2012). O direito privado com a edição desse código sofre uma unificação formal. E a teoria dos atos de comércio é ultrapassada e dá espaço a teoria da empresa, a qual se torna o novo critério delimitador do âmbito de incidência do regime jurídico-empresarial, passando, portanto a adotar o critério da empresarialidade, causando uma abrangência bem maior de relações jurídicas nessa seara. A empresa começa a ser vista como sendo atividade econômica organizada.

No Brasil, a matéria mercantil antes do Código Civil de 2002, era disciplinada pelo Código Comercial de 1850, a Lei Imperial n. 556, regida pela teoria dos atos de comércio, embora antes mesmo da promulgação da legislação unificando o direito privado por meio do Código Civil a jurisprudência já se sedimentava no sentido da teoria da empresa, seguindo as tendências modernistas, sendo a codificação apenas a expressão da linha de pensamento que se seguia nos tribunais (RAMOS, 2012).

A última fase do direito comercial, regida pela teoria da empresa, persiste em suas formas e teorias até hoje no ordenamento jurídico brasileiro. Tendo, no entanto no início do século XXI, com a revolução da informação, surgido uma nova forma de comércio o virtual, também chamado de e-commerce, realizado por meio da empresa virtual.

O comércio eletrônico no Brasil se desenvolve apenas após 1995 quando o governo por intermédio do Ministério das Comunicações e do Ministério de Ciência e Tecnologia cria o primeiro provedor de acesso no Brasil (FERREIRA, 2015).

Pode-se ver a relação da empresa física com a empresa virtual da mesma forma que Alves (2009) coloca o direito e a informática.

Demonstrando que no concernente às relações que envolvem o direito e a informática os entendimentos dividem-se. Havendo aqueles que entendem serem esses casos decorrentes de condutas já regularizadas, encaixando-se nas áreas jurídicas tradicionais,

devendo ser compreendidas como um meio e não um fim. Bem como também existem aqueles que percebem essas relações como sendo totalmente novas e diferentes das já existentes, os quais precisam ainda ser tutelados, da forma adequada à situação em questão. Embasando o segundo ponto o fato de que são novas relações estabelecidas, cabendo nesse caso à máxima de que o direito digital não é uma nova forma de regular o direito, mas um novo direito a ser regulado.

Da mesma forma se dá com o comércio eletrônico uma vez que são muitas as particularidades das empresas virtuais, em relação ao comércio tradicional.

A legislação aplicada ao direito comercial no Brasil atualmente é o Código Civil, legislação extravagante e a parte ainda vigente do Código Comercial, que diz respeito apenas a comércio marítimo. No país a tendência é de separação de direito comercial, com um Projeto de Código Comercial em andamento no sistema legislativo brasileiro. Poucas são as normatizações tutelando o comércio eletrônico.

## 2.1 Conceito de empresa

Ao mesmo tempo em que possui uma grande importância no âmbito do direito empresarial não é tarefa fácil conceituar empresa, uma vez que essa terminologia é utilizada de forma genérica no direito comercial, adquirindo diversas acepções. Diversos são os conceitos estabelecidos pela doutrina.

Segundo Alberto Asquini citado por Ricardo Negrão a determinação conceitual de empresa consiste em:

Conceito poliédrico desenvolvido por Alberto Asquini concebe quatro perfis à empresa, visualizando-a, como objeto de estudos, por quatro aspectos distintos, a saber: a) perfil ou aspecto subjetivo; b) perfil ou aspecto objetivo; c) perfil ou aspecto funcional; e d) perfil ou aspecto corporativo ou institucional.

O primeiro aspecto – subjetivo – compreende o estudo da pessoa que exerce a empresa, isto é, a pessoa natural ou a pessoa jurídica (sociedades empresárias) que exerce atividade empresarial.

O segundo aspecto – objetivo – concentra-se nas coisas utilizadas pelo empresário individual ou sociedade empresária no exercício de sua atividade. São os bens corpóreos e incorpóreos que instrumentalizam a vida negocial. É essencialmente o estudo da Teoria do Estabelecimento Empresarial.

O terceiro aspecto – funcional – refere-se à dinâmica empresarial, ou seja, a atividade própria do empresário ou da sociedade empresária, em seu cotidiano negocial. O termo empresa é concebido nesta acepção: exercício de atividade. Atividade nada mais é do que o complexo de atos que compõem a vida empresarial.

O quarto aspecto – corporativo ou institucional – volta-se ao estudo dos colaboradores da empresa, empregados que, com o empresário, envidam esforços à consecução dos objetivos empresariais. (ASQUINI, 1996, apud, NEGRÃO, 2014, p. 23)

Tendo o quarto aspecto perdido sua aplicação, dessa forma no Brasil essa teoria abrange tão somente os perfis subjetivo, objetivo e funcional.

Para Ricardo Negrão empresa é “a atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços. Será empresário aquele que exercer profissionalmente esta atividade” (2014), excluindo desse conceito as atividades desse tipo decorrentes de profissão de cunho intelectual, de natureza científica, literária ou artística.

Consistindo a empresa em “uma criação humana, resultado da evolução instrumental e conceitual da sociedade que a constituiu como meio otimizado para a constituição de resultados visados para o trabalho humano.” (MAMEDE, 2012).

Uma das conceituações traz a empresa como “um fenômeno econômico que compreende a organização dos chamados fatores de produção: natureza, capital, trabalho e tecnologia” (ASQUINI, 1996, apud, RAMOS, 2012, p. 11).

O Código Civil não se preocupou em determinar o significado de empresa, trazendo apenas o conceito de empresário em seu art. 966, o qual dispõe que “considera-se empresário quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços”.

Assim, se depreende da doutrina o conceito de empresa, uma vez que a legislação se eximiu dessa tarefa. Esses, no entanto, são os conceitos atribuídos à empresa na sua vertente tradicional, ocorre que as empresas se modificaram e evoluíram, em especial com o desenvolvimento digital, surgiram às empresas virtuais e novas situações jurídicas a serem tuteladas pelo direito.

## **2.2 Conceito de empresa virtual**

O fenômeno da globalização teve como um dos expoentes o comércio, subsequente a isso veio à revolução da informação, com novas tecnologias se fazendo presentes no cotidiano da vida dos cidadãos.

É então que as empresas passam a se modificar, acompanhando o desenvolvimento da sociedade, inovando, e se sobressaindo umas as outras, como expressão da livre iniciativa, no início o comércio eletrônico se expressou na forma das empresas convencionais com estabelecimento físico desenvolvendo uma nova forma de venda de produtos e serviços.

Assim, advindo “com a globalização ocorreu uma ligação entre os indivíduos de todas as partes do mundo. A partir disso, os empresários elaboram uma forma de aproximar as empresas ao consumidor, criando assim o *virtual store* (loja virtual)” (VALENTE, 2013).

Ainda é comum essa forma de atividade mercantil em que o comércio eletrônico é desenvolvido como derivado da empresa convencional, no entanto, com o desenvolvimento e aumento do uso da internet na vida das pessoas, surge um novo tipo empresarial, a empresa passa a ganhar uma nova forma, surgindo à empresa virtual. Originalmente com um estabelecimento físico prestando suporte, hoje podendo também atuar de forma totalmente virtual, sem matriz, sem sede, sem ponto físico, atuando única e exclusivamente no meio virtual.

O E-commerce ou comércio eletrônico pode ser definido como “o processo de compra, venda e troca de produtos, serviços e informações por redes de computadores ou pela internet” (FERREIRA, 2015).

Podendo também ser definido de modo mais amplo como:

Quanto ao comércio eletrônico, ou e-commerce, Rogério Montai de Lima (2008, p. 58) assim o conceitua: “Por comércio eletrônico entendem-se todas as relações negociais que são realizadas tendo como instrumento o computador. Tais relações se dão via fac-símile, telefone ou vídeo-fone; correio eletrônico; interação de uma pessoa com um banco de dados programado para receber pedidos de compra; ou interação de dois computadores programados para contratarem sem interferência humana. Em sentido lato, considera-se comércio eletrônico como todas as transações comerciais efetuadas eletronicamente, com o objetivo de melhorar a eficiência e a efetividade do mercado e dos processos comerciais. Este processo engloba a venda à distância e a venda realizada por máquinas”. (LIMA, 2008, apud, FERREIRA, 2015, p. 2)

Diversos são os conceitos de empresa virtual, ocorrendo discussões inclusive sobre a perspectiva que se deve analisar, essa nova forma de empreendimento.

A empresa virtual “Para Corrêa, ao citar Bynea et.al., [...] é uma rede contingente de empresas individuais (abastecedor-freguês), que mesmo competindo entre si, relacionam-se com a Tecnologia da Informação, com o objetivo de compartilhar conhecimentos vinculados a rede de computadores” (CORRÊA, 1999, apud, VALENTE, 2013, p. 07).

No que diz respeito à composição da empresa virtual, é possível perceber uma série de características e toda uma logística diferente da empresa convencional.

Conforme Azevedo, o ambiente virtual é formado pelos fornecedores, clientes e tudo que engloba produção e serviços, algo visto em qualquer empresa. Entretanto, sua diferença está na integração do núcleo geográfico ou físico (a possibilidade de compras em outros países), funcional ou de processo (a comodidade de comprar em

qualquer hora e dia) e da informação (facilita a comparação de preços). A comodidade na compra é um dos principais fatores de sucesso deste tipo de empresa. (AZEVEDO, 2012, apud, VALENTE, 2013, p. 07)

No comércio eletrônico, em geral a empresa não possui estabelecimento físico, ainda que apresente os mesmos elementos, ponto diferencial da empresa virtual e da convencional, consistindo em característica marcante a inexistência de deslocamento do consumidor para aquisição do produto ou serviço comercializado.

Apesar da diferente composição, e necessidade basicamente de bens incorpóreos a empresa virtual precisa de elementos mínimos para o seu funcionamento e de uma organização mesmo que básica, como é o caso de mão de obra especializada, bem como de um espaço físico ainda que reduzido e apenas para operacionalização dos computadores que darão acesso ao site da empresa. Consistindo em fator diferencial, que tem atraído cada vez mais empresários a utilizar o meio virtual para empreender, a empresa virtual possui uma facilidade maior de operacionalização, além de gasto reduzido para funcionar, apresentando grande crescimento da última década em todo o mundo.

Dessa forma, “O Estabelecimento Virtual é uma nova espécie de Estabelecimento Empresarial, contudo, apresenta características específicas como: mão de obra especializada, estrutura física reduzida, e um administrador específico este novo tipo de instituição” (VALENTE, 2013).

### **3 LEGALIZAÇÃO DE EMPRESA: REGISTRO MERCANTIL**

O meio utilizado no ordenamento jurídico brasileiro como forma de controlar e regulamentar a atividade empresarial é o registro mercantil. Dispositivo regido pelo Código Civil, o qual traz normas gerais e mais especificamente pela Lei n. 8.934/94, que dispõe sobre o registro público de empresas mercantis e atividades afins, sua regulamentação encontra-se no Decreto n. 1.800, de 30 de janeiro de 1996.

Consiste o registro mercantil em “uma obrigação do empresário e da sociedade empresária (artigo 1.150 do Código Civil), servindo mesmo como meio para externar o *intuito de empresa* ou *intenção empresária*” (MAMEDE, 2012).

Possuindo as suas finalidades discriminadas nos incisos do art. 1º, Lei n. 8.934/94, que são:

I- dar garantia, publicidade, autenticidade, segurança e eficácia aos atos jurídicos das empresas mercantis, submetidos a registro na forma desta lei;

- II - cadastrar as empresas nacionais e estrangeiras em funcionamento no país e manter atualizadas as informações pertinentes;
- III - proceder à matrícula dos agentes auxiliares do comércio, bem como ao seu cancelamento. (BRASIL, 1994)

A competência de desenvolvimento do registro público de empresas mercantis e atividades afins, determinada no art. 3º, Lei n. 8.934/94, é dos órgãos que integram o Sistema Nacional de Registro de Empresas Mercantis (SINREM), quais sejam o Departamento Nacional de Registro do Comércio (DNRC) e as Juntas Comerciais de cada unidade da Federação.

Conquanto o DNRC é competente por: supervisionar; orientar; coordenar e normatizar, no plano técnico; e coordenar e suplementar, no plano administrativo.

As Juntas Comerciais integram a estrutura administrativa dos Estados-membros, e de acordo com o art. 8º da Lei n. 8.934/94:

- Art. 8.º Às Juntas comerciais incumbe:
- I – executar e administrar os serviços de registro;
  - II – elaborar a tabela de preços de seus serviços;
  - III – processar a habilitação e a nomeação dos tradutores públicos e intérpretes comerciais;
  - IV – elaborar os respectivos regimentos internos e suas alterações, bem como resoluções de caráter administrativo necessárias ao fiel cumprimento das normas legais, regulamentares e regimentais;
  - V – expedir carteiras de exercício profissional de pessoas legalmente inscritas no Registro Público de Empresas Mercantis e Atividades Afins; e
  - VI – o assentamento dos usos e práticas mercantis. (BRASIL, 1994)

De acordo com o art. 6º, Lei n. 8.934/94, a subordinação das Juntas Comerciais será no plano técnico ao DNRC, enquanto que no plano administrativo a administração estadual, apenas a Junta Comercial do Distrito Federal se submete em ambos os planos ao DNRC.

Entendimento consolidado no STJ sobre a competência para apreciar as ações em razão dessa natureza híbrida de subordinação, é no sentido de que em se tratando de matéria administrativa, é da Justiça comum estadual, e em caso de matéria técnica a competência é da Justiça Federal.

A inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis deve obedecer às exigências do art. 968, CC, o qual dispõe que está deve ser realizada por requerimento que contenha:

- I – o seu nome, nacionalidade, domicílio, estado civil e, se casado, o regime de bens;
- II – a firma, com a respectiva assinatura autógrafa que poderá ser substituída pela assinatura autenticada com certificação digital ou meio equivalente que comprove a sua autenticidade, ressalvado o disposto no inciso I do § 1º do art. 4º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006; (Redação dada pela Lei Complementar nº 147, de 2014)



III – o capital;  
IV – o objeto e a sede da empresa. (BRASIL, 2002)

Conforme se observa no inciso II, do supracitado art. 968, CC, uma inovação trazida pela LC n. 147, de 2014, demonstra a necessidade de adaptação do direito as novas situações bem como de normatização delas, incluindo a certificação digital como nova ferramenta ao direito comercial, a qual se faz imprescindível atualmente como garantia de autenticidade de ações no âmbito virtual.

O instrumento da certificação digital consiste em um sistema que substitui a assinatura no meio digital, sendo de uso tanto nas relações comerciais como na esfera processual na prática de atos jurídicos.

O registro público da empresa se faz imperativo na medida em que segundo o art. 967, CC “é obrigatória a inscrição do empresário no Registro Público de Empresas Mercantis da respectiva sede, antes do início de sua atividade”. O descumprimento dessa norma implica na descaracterização da licitude mercantil, pois aquele que começar suas atividades empresariais sem o devido registro estará exercendo a empresa irregularmente.

A desobediência desse dispositivo não vai implicar na descaracterização da prática empresarial, mas vai gerar restrições ao empresário ou sociedade empresária próprias da clandestinidade, impostas pela legislação administrativa, processual e mercantil.

As consequências da inadimplência do requisito de registro mercantil se dará nos mais diversos âmbitos como, por exemplo, o direito empresarial que ira vedar a este o requerimento de sua recuperação judicial, conforme previsão do art. 48, caput, da Lei n. 11.101/05, também conhecida como Lei de Recuperação Judicial e Extrajudicial e de Falência, vedando também no art. 97, § 1º, do referido diploma legal o requerimento de falência de outro, incorrendo ainda em caso de falência, conforme o art. 178 dessa lei, a pena de detenção de um a dois anos, e multa.

Também é vedado à empresa irregular que não possui registro mercantil participar de licitações públicas em conformidade com o descrito no art. 28, II e III, Lei n. 8.666/93, do mesmo modo fica proibido de enquadrar-se como microempresário, de acordo com o art. 4º, III, Lei n. 9.841/99, tendo em vista ser o registro documentação indispensável para tal configuração.

O art. 1.179, CC, diz que “o empresário e a sociedade empresária são obrigados a seguir um sistema de contabilidade, mecanizado ou não, com base na escrituração uniforme de seus livros, em correspondência com a documentação respectiva, e a levantar anualmente o balanço patrimonial e o de resultado econômico” (BRASIL, 2002).

Preceitua Ricardo Negrão em relação ao descumprimento da exigência de registro mercantil que “a configuração do crime de omissão de documentos contábeis obrigatórios decorre da não autenticação de sua escrituração contábil na Junta Comercial, faculdade somente concedida aos titulares de “empresas mercantis registradas” (Lei n. 8.934/94, art. 32, III)” (2014).

Para a sociedade empresarial os efeitos serão de impedimento da personalização da associação mercantil, de acordo com o art. 990, Código Civil, nesse caso a responsabilidade entre os sócios será solidária e ilimitada, gerando também a exclusão do benefício de ordem para aquele que contratou pela sociedade.

Conforme pondera Ricardo Negrão “no tocante às sociedades, do registro decorre a personalidade jurídica, isto é, faz nascer no âmbito do direito, pessoa capaz de direitos e obrigações, detentora de patrimônio próprio, distinto do patrimônio dos sócios” (2014).

Em relação a titular da Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI) as consequências são: se pessoa natural, ele responderá de forma ilimitada pelas obrigações sociais; se pessoa jurídica, está responde pelas obrigações sociais assumidas em nome da EIRELI não registrada.

A prática de atividade empresarial sem o registro mercantil será irregular, implicando em uma serie de restrições e penalidades em determinados casos, tal legislação, no entanto foi desenvolvida voltada para a empresa nos seus moldes tradicionais, com o surgimento da empresa virtual após a edição dos textos legais, a discussão se divide em aplicar a norma por analogia ao comércio eletrônico e a inaplicabilidade dos dispositivos legais em razão da diferença de situações.

O que acontece de fato é que poucas são as empresas regulamentadas atuando no ambiente virtual, em especial em razão dessa falta de exigência de uma regularização, expondo os consumidores a situações de risco, os quais ficam totalmente dependentes de critérios subjetivos quando fazem uso do meio virtual para efetuar uma transação comercial.

#### **4 PROBLEMA DAS EMPRESAS VIRTUAIS**

Seja como uma derivação das empresas tradicionais, ou como uma nova forma de atividade empresarial, as empresas virtuais vem se tornando uma constante na vida de todos, apresentando o comércio eletrônico um nível mais alto de crescimento e faturamento que o comércio por meio de empresas convencionais.

São inegáveis as diversas facilidades oferecidas pelo comércio eletrônico, mas também grandes são os problemas jurídicos decorrentes da falta de regulamentação.

Aqueles que se utilizam do meio virtual para estabelecer relações virtuais acabam ficando presos a subjetividade de opiniões que podem ser verdadeiras ou não, pois inexistem uma forma mais substancial que garanta a idoneidade da empresa virtual.

No tocante as empresas convencionais o registro mercantil é o meio de controlar a veracidade das informações prestadas e manter um registro das empresas em funcionamento, atribuindo penalidades para aqueles que funcionarem de forma irregular.

As empresas virtuais por ser um novo caso não dispõem de normatização estabelecendo limites para o seu funcionamento, deixando espaço para que funcionem de forma ampla, sem restrições legais, abrindo margem para ilicitudes.

Em relação ao comércio eletrônico é escassa a existência de diplomas legais, correspondendo em importante inovação legislativa nesse sentido a Lei n. 7.962/13, que Regulamenta a Lei n. 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor - CDC), para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico.

O princípio da informação, constante no art. 4º, IV (CDC), “é responsável pelo esclarecimento acerca dos direitos e deveres dos consumidores e fornecedores, com vistas a harmonizar a relação de consumo” (FERREIRA, 2015), já constante na forma inicial do código, se faz cada vez mais atual e embasa toda essa inovação legislativa.

Definindo algumas imposições no que diz respeito à contratação no comércio eletrônico, exigências, por exemplo, como as previstas no art. 2º, o qual traz as informações que devem ser disponibilizadas em local de destaque e de fácil visualização nos sítios eletrônicos ou demais meios eletrônicos utilizados para oferta ou conclusão de contrato de consumo.

Entretanto essa normatização é apenas em relação a algumas exigências, sem uma regularização muito abrangente e incisiva.

Assim, a falta de normatização cuidando das novas situações jurídicas decorrentes do comércio eletrônico, e a ausência de controle abre espaço para casos de fraudes e de consumidores lesados. Em caso de um possível problema por vezes é difícil até mesmo obter as informações necessárias para se exigir o que for de direito no sistema judiciário. Tal situação acaba colidindo no princípio da segurança jurídica, uma vez que a instabilidade causada pelas circunstâncias gera insegurança tanto jurídica como consumerista e impedindo a garantia de direitos individuais e coletivos.

#### 4. 1 Insegurança: jurídica e consumerista

O princípio da segurança jurídica consiste em um princípio geral de direito, que se expressa como meio de garantir a estabilidade e certeza nas relações e atos jurídicos, seja no meio processual, civil, penal, do consumidor, empresarial ou qualquer outro.

O princípio da segurança jurídica, também conhecido como princípio da confiança legítima (proteção da confiança), é um dos subprincípios básicos do Estado de Direito, fazendo parte do sistema constitucional como um todo e, portanto, trata-se de um dos mais importantes princípios gerais do Direito. Ele tem por objetivo assegurar a estabilidade das relações já consolidadas, frente à inevitável evolução do Direito, tanto em nível legislativo quanto jurisprudencial. Trata-se de um princípio com diversas aplicações, como a proteção ao direito adquirido, o ato jurídico perfeito e a coisa julgada. Além disso, é fundamento da prescrição e da decadência, evitando, por exemplo, a aplicação de sanções administrativas vários anos após a ocorrência da irregularidade. Ademais, o princípio é a base para a edição das súmulas vinculantes, buscando por fim a controvérsias entre os órgãos judiciários ou entre esses e a administração pública que acarretem “grave insegurança jurídica e relevante multiplicação de processos sobre questão idêntica” (art. 103-A, § 1º, CF). (PATRIOTA, 2017)

Nos termos do art. 5º, XXXII, CF “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor” (BRASIL, 1988), ficando assim a cargo do Estado cuidar das relações de consumo, prezando pela defesa do consumidor, devendo lhe garantir os meios necessários para que este não termine prejudicado.

O conceito de consumidor se encontra no art. 2º, CDC, como sendo “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (BRASIL, 1990).

Como a “relação jurídica de consumo pode ser definida como aquela relação firmada entre consumidor e fornecedor, possuindo como objeto a aquisição de um produto ou contratação de um serviço” (LIMA, 2014), cabe ao Estado tutelar tanto a relação jurídica de consumo como cuidar da garantia do direito do consumidor.

Trabalha o direito empresarial com o princípio da confiança, sendo à base das relações empresariais, porém se utilizado apenas esse princípio como garantia nas relações jurídicas em que se baseiam as empresariais e consumeristas, a segurança que deve advir do Poder Judiciário garantindo a todos o acesso à justiça e a efetivação dos seus direitos perderá sua efetividade.

O princípio da confiança vai enfatizar a expectativa dos consumidores, pois alguém não contrata acreditando que será lesado, ou seja, o consumidor contrata um serviço

acreditando que o mesmo será bem sucedido, e que o outro polo agirá com lealdade no decorrer da execução do contrato, de modo que não fira a sua confiança.  
(FERREIRA, 2015)

Outro princípio aplicável nas relações de consumo é o da boa-fé, constante no art. 4º, III, Lei 8.078/90 (CDC) e um dos poucos com que conta o comércio virtual, mas também insuficiente em caso de ação de má-fé praticada contra consumidor.

Em uma sociedade em que é necessário se resguardar de todas as formas não contar com uma garantia efetiva de idoneidade é um fator que prejudica o consumidor na medida em que este fica exposto a possíveis fraudes e atos que possam vir a lesá-lo, bem como não efetivar os seus direitos.

O princípio da segurança jurídica é o meio de garantir a prestação jurisdicional, uma vez que sem restrições legais e sem um controle se torna “fácil” criar uma empresa fantasma, sem falar na dificuldade em se localizar os responsáveis pela empresa, em um possível caso de fraude ou de necessidade de ressarcimento de danos. Essa situação vai incidir em uma insegurança jurídica em razão da dificuldade de possíveis dados ocultos.

## 5 CONCLUSÃO

A sociedade evoluiu, o mundo modificou-se e o direito precisa acompanhar essas transformações, novas tecnologias surgem para facilitar a vida do ser humano, criando, porém para o direito novas situações a serem tuteladas.

O direito digital e a nova fase do direito comercial, voltada para o seu desenvolvimento no ambiente virtual, são carentes de leis.

Algumas legislações extravagantes já tutelam algumas situações decorrentes das relações estabelecidas no meio virtual, no entanto não há nenhuma que trate do comércio eletrônico e garanta segurança ao consumidor gerando conseqüentemente uma insegurança jurídica.

No ordenamento jurídico brasileiro uma das poucas legislações inovadoras é o decreto, que altera o CDC, de n. 7.962/13, o qual exigindo a clara exposição dos dados veio tentar impor formas de garantir ao consumidor acesso a informação e reduzir as ilicitudes causadas pela falta de regulamentação das empresas virtuais, no entanto, ainda não foi suficiente para garantir segurança ao consumidor que utiliza-se do meio virtual para estabelecer relação de consumo.

A ausência de regulamentação e de exigência de registro mercantil gera incerteza no comércio eletrônico, fato que prejudica tanto o consumidor que se encontra dependente da boa-fé do empresário como o comerciante que mediante a insegurança da relação comercial nesse meio perde clientes.

Essa incerteza resulta em insegurança jurídica e consumerista, tendo em vista a inexistência de suporte legal efetivo.

Uma regularização do comércio eletrônico com exigência de efetuação de registro mercantil geraria um controle das empresas virtuais, e um suporte garantidor ao consumidor, efetivando o princípio da segurança jurídica, assim como oferecendo uma garantia de concretização de direitos, fornecendo o acesso à informação e exercendo controle legal sobre a venda e comercialização de produtos e serviços.

É o registro mercantil uma forma de garantir a licitude mercantil, devendo ser criado uma norma própria de registro mercantil para a aplicação as empresas virtuais em razão de possuir toda uma estrutura própria e fugir da realidade apresentada no ato normativo. Ao estabelecer critérios para a operacionalização da empresa e sua regular atuação é criada uma barreira de impedimento de atuações mercantis de forma avulsa sem o menor cuidado, como vem ocorrendo constantemente.

Também imperioso observar a necessidade de criação de um novo Código Comercial que tutele as novas situações jurídicas que hoje são parte da rotina de todos, se fazendo imprescindível para solucionar as questões inerentes ao assunto.

Mesmo conflitando no contraponto de a internet possuir uma grande abrangência e ser difícil esse domínio, em âmbito regional uma legislação específica que tutele e apresente certos requisitos pode ser um bom meio de controle da situação.

A necessidade de registro mercantil e o controle das empresas virtuais é o meio de garantir a licitude mercantil na prática dos atos empresariais realizados pelas empresas virtuais. É o registro uma camada de proteção, um mecanismo de freio para situações de abuso da facilidade de comercializar pela ferramenta da internet, e garante idoneidade a empresa e segurança jurídica e consumerista.

## VIRTUAL ENTERPRISES AND COMMERCIAL LAW

**ABSTRACT**

In addition to a pertinent legal matter e-commerce is part of everyone's routine these days. The exercise of mercantile activity in the virtual environment has generated several divergences, discussions and legal disputes, due to the subjectivity that permeates these commercial relations. The results obtained in this research were achieved through an analytical bibliographic search on the subject. Thus, the objective of this work is to analyze the mercantile legality with regard to virtual companies, considering institutes such as the commercial registry and the principle of legal certainty. The main factor is the need to control virtual companies and the legal guarantee offered by the Public Registry of Mercantile Companies.

**Keywords:** Virtual company. Business registration. E-commerce. Business mercy. Legal and consumer security.

## REFERÊNCIAS

- ALVES, Marcelo de Camilo Tavares. *Direito digital*. 2009. Dissertação (Graduação em Ciência da Computação) – Departamento de computação, Universidade Católica de Goiás. Goiânia.
- BRASIL. Decreto nº 7.962, de 15 de março de 2013. *Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico*. Brasília, DF, mar. 2013. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm)>. Acesso em: 30 abr. 2018.
- BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. *Institui o Código Civil*. Brasília, DF, jan. 2002. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm)>. Acesso em: 29 abr. 2018
- BRASIL. Lei nº 11.101, de 9 de fevereiro de 2005. *Regula a recuperação judicial, a extrajudicial e a falência do empresário e da sociedade empresária*. Brasília, DF, fev. 2005. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2005/lei/111101.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/111101.htm)>. Acesso em: 04 mai. 2018.
- BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. *Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências*. Brasília, DF, set. 1990. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm)>. Acesso em: 30 abr. 2018.
- BRASIL. Lei nº 8.934, de 18 de novembro de 1994. *Dispõe sobre o Registro Público de Empresas Mercantis e Atividades Afins e dá outras providências*. Brasília, DF, nov. 1994. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8934.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8934.htm)>. Acesso em: 29 abr. 2018.
- BRASIL. Lei nº 9.841, de 5 de outubro de 1999. *Institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, dispondendo sobre o tratamento jurídico diferenciado, simplificado e favorecido previsto nos arts. 170 e 179 da Constituição Federal*. Brasília, DF, out. 1999. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L9841imprensa.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9841imprensa.htm)>. Acesso em: 04 mai. 2018.
- CRUZ, Anderson. *Lei do E-commerce: legislação para abrir uma loja virtual*. 2014. Disponível em: < <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/lei-e-commerce-legislacao-para-abrir-uma-loja-virtual/>>. Acesso em: 30 abr. 2018.
- FERREIRA, Jackson Pereira de Castro. *Insegurança jurídica do consumidor no comércio eletrônico brasileiro*. NIP. 2015. Disponível em: <<http://nippromove>>.



hospedagemdesites.ws/anais\_simposio/arquivos\_up/documentos/artigos/e443bf729090ade86c61e8d09ad8b691.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2018.

LIMA, Rafaela Silva. A Relação Jurídica de consumo em consonância com o Princípio da Confiança: confiança como fator indispensável da Relação Jurídica de consumo. *Jus.com.br*. 2014. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/33939/a-relacao-juridica-de-consumo-em-consonancia-com-o-principio-da-confianca>>. Acesso em: 05 mai. 2018.

MAMEDE, Gladston. *Direito empresarial brasileiro: empresa e atuação empresarial*. Volume 1. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MELO, Lília Maranhão Leite Ferreira de; VASCONCELOS, Fernando Antônio de. *As relações de consumo eletrônicas e a proteção do consumidor virtual sob o prisma do código de defesa do consumidor*. 2012. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=f87e955fd6b89f89>>. Acesso em: 02 mai. 2018.

NEGRÃO, Ricardo. *Direito empresarial: estudo unificado*. 5. Ed. rev. São Paulo: Saraiva, 2014.

PATRIOTA, Caio César Soares Ribeiro Borges. O princípio da Segurança Jurídica. *Jusbrasil*. 2017. Disponível em: <<https://caiopatriotaadvocacia.jusbrasil.com.br/artigos/433454249/o-principio-da-seguranca-juridica>>. Acesso em: 04 mai. 2018.

RAMOS, André Luiz Santa Cruz. *Direito empresarial esquematizado*. 2. Ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2012.

VALENTE, Carolina Caldeira. O contexto da nova empresa virtual no ordenamento jurídico nacional. In: 2º Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade: mídias e direitos da sociedade em rede, 2013, Santa Maria. *Anais...* UFMS. Santa Maria - RS. 2013. Disponível em: <<http://coral.ufsm.br/congressodireito/anais/2013/6-15.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2018.