

O RECONHECIMENTO JURÍDICO DO ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL VIRTUAL

Acsa Maria Pedreira Silva¹
Cláudio Roberto Camperlingo de Araújo²
Fábio da Silva Santos³

RESUMO

O presente artigo consiste em apresentar informações a respeito do Estabelecimento Empresarial, bem como as importantes inovações tecnológicas e transacionais que possibilitaram o crescimento dos estabelecimentos virtuais no Brasil, além da interpretação correta no teor dessa temática e suas principais características. O objetivo deste trabalho é esclarecer o que é o estabelecimento virtual, distingui-lo do estabelecimento físico, dissertar sobre suas organizações, eficácias e sua legitimidade na esfera jurídica. Sendo assim, este artigo tem como escopo responder ao questionamento inquietador: Em que medida é cabível o reconhecimento, como estabelecimento empresarial, de um sítio eletrônico comercial que não possua qualquer aspecto voltado à estrutura física? Em uma primeira perspectiva, imagina-se que a interpretação do termo “Estabelecimento Empresarial” diz respeito ao local em que o empresário exerce a sua atividade comercial. No entanto, será apresentado ao longo desta pesquisa que para a classificação de um Estabelecimento Empresarial é necessário estabelecer alguns elementos, para além de um aspecto físico. À vista disso, todas as questões discutidas neste trabalho foram apresentadas de maneira simples e objetiva, para a compreensão de todos os leitores.

Palavras-chave: Estabelecimento Empresarial. Dados Eletrônicos. Mercado Virtual. Comércio. Trepasse.

ABSTRACT

This present article consist of introduce informations about the Business Establishment, as well as the important technological and transactional innovations that enabled the growth of virtual establishments in Brazil, in addition to the correct interpretation of the content of this theme and its main characteristics. The objective of this work is to clarify what the virtual establishment is, to distinguish it from the physical establishment, to discuss its organizations, effectiveness and its legitimacy in the legal sphere. Thus, this thesis aims to answer the disturbing question: To what extent is it appropriate to recognize, as a business establishment, a commercial electronic site that does not have any aspect related to the physical structure? In a first perspective, it is imagined that the interpretation of the term “Business Establishment” concerns the place where the entrepreneur carries out his commercial activity. However, it will be demonstrated throughout this research that for the classification of a Commercial Establishment it is necessary to establish some

¹ Graduanda em Direito, Centro Universitário Nobre (UNIFAN), acsamariapedreira@outlook.com.

² Especialista em Docência do Ensino Superior (Faculdade João Calvino), Centro Universitário Nobre (UNIFAN), claucamper@gmail.com

³ Mestre em Desenvolvimento Regional e Urbano (Universidade Salvador), Centro Universitário Nobre (UNIFAN), fabiosantosdireito@gmail.com

elements, in addition to a physical aspect. Therefore, all the issues discussed in this work will be presented in a simple and objective way, for the understanding of all readers.

Keywords: Business Establishment. Electronic Data. Virtual Market. Business. Trepass.

1 INTRODUÇÃO

Com o advento da revolução tecnológica constante, a qual integrou a *Internet* de maneira íntima na vida de todos, naturalmente, no setor de negócios empresariais não seria diferente. O mercado logo cuidou de se adaptar a essa nova mudança. A possibilidade de realizar compras a partir da *Internet* também tem sido cada vez mais requerida por causa, principalmente, da celeridade no momento da realização da venda. Com a ascensão da tecnologia, as mercadorias alcançaram um público muito maior, além do conforto e regalo trazidos por essa inovação, não sendo necessário o indivíduo sair da sua residência para fazer a aquisição do produto.

O mercado digital proporciona a execução de operações por meio do chamado estabelecimento virtual. Esta espécie de estabelecimento é, sem dúvidas, um catalisador no que se refere à venda das mercadorias ou serviços do empresário. Considerando o ambiente corporativo atual, verifica-se que os recursos tecnológicos se tornaram necessários para o desenvolvimento da atividade comercial, passando a integrar o estabelecimento empresarial, figurando dentro do que se compreende como bens corpóreos e incorpóreos, com organização própria do empresário, conforme preconiza o art. 1.142 do Código Civil.

À vista disso, o estudo visa verificar em que medida é cabível o reconhecimento, como estabelecimento empresarial, de um sítio eletrônico comercial que não possua qualquer aspecto voltado à estrutura física. Para tanto, evidencia-se a Lei nº 14.382 de 27 de junho de 2022, a qual delibera sobre o Sistema Eletrônico de Registros Públicos – SERP, tratado no art. 37 da Lei nº 11.977, de 7 de julho de 2009, como também, revoluciona e descomplexifica os mecanismos inerentes aos registros públicos de ações e acordos jurídicos, expostos na Lei nº 6.015, de 3 de dezembro de 1973, e de associações imobiliárias, evidenciadas na Lei nº 4.591, de 16 de dezembro de 1964.

Na definição trazida no bojo do Código Civil, precisamente em seu art. 1.142, o qual conceitua estabelecimento, não há que se discutir sobre espaço físico como elemento necessário para a configuração de um estabelecimento, sendo fundamental que haja apenas um complexo de bens, os quais não são determinados quanto ao fato de serem corpóreos ou incorpóreos (BRASIL, 2002).

Nesta senda, compreende-se que a legislação não inviabiliza a possibilidade de reconhecer que seria aceitável que um *site* de vendas que existe somente no campo digital, sem que exista qualquer aspecto físico, seja reconhecido como estabelecimento empresarial, sendo inquestionável a existência de uma organização de bens em uma localidade, mesmo sendo limitada ao campo virtual.

Cumprе salientar, que apesar dessa nova “porta digital” ter surgido para facilitar e estender o contato que existe na relação entre o comerciante (estabelecimento virtual) e o cliente, a legislação deve, paralelamente, buscar se adaptar a essa nova roupagem do mercado, atuando para inibir que ocorram eventuais excessos a parte vulnerável da relação.

Para tanto, estabelece os seguintes objetivos específicos: a) Analisar o conceito técnico-jurídico da noção de estabelecimento empresarial; b) Identificar os bens afetos ao estabelecimento e ao patrimônio empresarial; c) Identificar as características do estabelecimento empresarial virtual; d) Analisar o volume de transações comerciais realizadas por meio dos estabelecimentos empresariais virtuais; e) Comparar as vantagens e as desvantagens quanto ao funcionamento do estabelecimento empresarial físico e virtual; f) Verificar a (des)necessidade de registro comercial do estabelecimento empresarial virtual.

No que diz respeito à metodologia, o estudo utiliza, por meio de um método bibliográfico, livros e artigos de autores com amplo conhecimento e que tratem do assunto de maneira aprofundada, permitindo uma compreensão mais consolidada e coerente sobre o estabelecimento empresarial e seus desafios frente à ascensão do mercado virtual. Por intermédio desse método, foi desenvolvida uma análise geral dos estabelecimentos empresariais em seu aspecto virtual, bem como as implicações dessa mudança no aspecto jurídico, a partir do exame da legislação e de decisões judiciais inerentes ao tema, o que caracteriza o estudo como sendo documental.

Por fim, foi discutida sobre a ideia do trespasse do estabelecimento virtual, e quais componentes têm a possibilidade de serem alienados – e como são alienados – perante a ordenação jurídica vigente.

2 A COMPREENSÃO ACERCA DO ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL

Em se tratando de um conceito genérico, Santa Cruz (2020, p. 237) estabelece que, sob uma interpretação vulgar, o estabelecimento empresarial parece estar relacionado ao fato deste ter uma localização em um espaço físico. Entretanto, esta perspectiva não condiz com o conceito efetivo. O autor cita o Código Civil, que por sua vez, em seu art. 1.142, determina que o estabelecimento é um complexo de bens organizado para o exercício da empresa, por empresário ou por sociedade empresária. Stolze e Pamplona (2022, p. 205) dissertam que os bens que compõem o estabelecimento são classificados como corpóreos, ou seja, que tenham existência material ou incorpóreos, abstratos. Para tanto, faz-se necessário tecer algumas ponderações no que concerne a natureza jurídica do estabelecimento.

São duas teorias as quais se amoldam a partir da ideia trazida no bojo do Código Civil, que se debruçam sobre as teses conhecidas como Teorias Universalistas, isto pois, sobre o escopo dessas teorias, o estabelecimento empresarial trata-se de uma universalidade, sendo este subdividido entre a caracterização que assume o papel da universalidade de direito: a reunião de bens que a integram é prevista por norma legal, ou como uma universalidade de fato: a reunião de bens que a constitui é determinada pelo exercício de um interesse próprio. A doutrina brasileira majoritária sempre conceituou o estabelecimento empresarial como uma universalidade de fato, compreendendo os integrantes como partes que o constituem uma coisa de caráter unitário tão somente em razão da finalidade que lhe é conferida, e não em razão das normas jurídicas.

Santa Cruz define que:

A doutrina brasileira majoritária, seguindo mais uma vez as ideias suscitadas pela doutrina italiana sobre o tema, sempre considerou o estabelecimento empresarial uma universalidade de fato, uma vez que os elementos que o compõem formam uma coisa unitária exclusivamente em razão da destinação que o empresário lhes dá, e não em virtude de disposição legal. (SANTA CRUZ, 2020, p. 241).

A natureza jurídica do estabelecimento sempre foi alvo de muitas controvérsias, todavia, não apenas controvérsias brasileiras. No ensinamento de Barreto (1988, p. 78), existem várias teorias que fundamentam a natureza jurídica do estabelecimento.

Além do mais, Santa Cruz (2020, p. 238) elucida que o estabelecimento é definido por um conceito distinto de empresa, uma vez que esta se relaciona a atividade exercida pelo empresário. Da mesma forma que o estabelecimento não se confunde com o empresário, visto que este é uma pessoa física ou jurídica, que atua na exploração da atividade empresarial, sendo titular dos direitos e obrigações dela recorrentes.

2.1 DISTINÇÃO DE BENS DO PATRIMÔNIO E DO ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL

De acordo com o estudo realizado por Santa Cruz (2020, p. 238), é necessário fazer uma observação acerca das regras do Código Civil à constituição dos estabelecimentos empresariais. Isso envolve a importância de não confundir um estabelecimento empresarial com o patrimônio do empresário. O autor define o estabelecimento empresarial como todos os bens, direitos, ações e posses de uma pessoa física ou jurídica que sejam propensos de valorização econômica. Assim, percebe-se que nem todos os bens que compõem o patrimônio fazem necessariamente parte também do estabelecimento empresarial, pois para isso, os bens, sejam tangíveis ou intangíveis, devem permanecer vinculados com o exercício da atividade principal do empresário: a obtenção de lucro.

Diante do exposto, entende-se que o estabelecimento empresarial é uma ferramenta manuseada pelos empresários, para a execução de suas atividades empresariais, motivo pelo qual apenas os bens associados à atividade o constituem. Santa Cruz afirma:

Esta distinção é percebida com mais facilidade quando analisamos a figura do empresário individual. Com efeito, o patrimônio do empresário individual – que é pessoa física – constitui-se de todos os bens, direitos e tudo o mais que seja de sua titularidade. O seu patrimônio, portanto, engloba tanto aqueles bens usados para o exercício da atividade empresarial quanto os

seus bens particulares, não afetados ao exercício da empresa. (SANTA CRUZ, 2020, p. 239).

A mistura entre as conceituações acerca dos bens do patrimônio e do estabelecimento empresarial sempre esteve presente nas discussões doutrinárias. Há uma grande diferença entre o patrimônio da sociedade empresária e o patrimônio dos sócios que a compõem. O art. 1.024 do Código Civil dispõe que os bens particulares dos sócios, em princípio, não podem ser executados por dívidas da sociedade, senão depois de executados os bens sociais (BRASIL, 2002). Por outro lado, o empresário individual não possui essa garantia, responsabilizando-se com os bens do estabelecimento. Entretanto, não havendo condições para lidar com os riscos do empreendimento, o empresário responderá com o seu patrimônio pessoal.

Insta salientar, de acordo com a doutrina de Santa Cruz:

Pode-se concluir que a responsabilidade dos sócios de uma sociedade empresária é subsidiária (já que primeiro devem ser executados os bens da própria sociedade), enquanto a responsabilidade do empresário individual é direta. (SANTA CRUZ, 2020, p 153).

Desta maneira, vê-se, claramente, que apenas os bens associados às atividades comerciais integram o estabelecimento, e os bens dos sócios pertencem ao seu patrimônio pessoal. Pois bem. Conforme afirmado por Coelho (2020, p. 75), no que tange ao Princípio da Autonomia Patrimonial, ou seja, da personalização da sociedade empresária, os sócios, em regra, não respondem pelas obrigações desta. Se a pessoa jurídica for solvente, ou seja, se os bens em seu patrimônio forem suficientes para cumprir integralmente todas as suas obrigações, os bens de patrimônio privado de cada sócio são totalmente inacessíveis à dívida social. Mesmo em caso de falência, a eventual responsabilidade dos sócios só pode ser considerada depois de esgotado o capital social.

Este princípio é a base do direito das sociedades. A sua relevância para a execução da atividade econômica, para o desenvolvimento e fluxo de bens e serviços é imprescindível, desde que limite a possibilidade da perda em investimentos de alto risco. A partir do pressuposto legal de que, por ser uma

pessoa jurídica, a sociedade possui patrimônio próprio, assim, não se confundindo com o patrimônio dos sócios que a integram. (SANTA CRUZ, p. 153).

Além da distinção entre o estabelecimento empresarial e os bens do patrimônio dos sócios, abrir-se-á uma discussão sobre as diferenças entre os bens corpóreos e os bens incorpóreos.

Flávio Tartuce elucida as seguintes conceituações:

Bens corpóreos, materiais ou tangíveis – são aqueles bens que possuem existência corpórea, podendo ser tocados. Exemplos: uma casa, um carro. Bens incorpóreos, imateriais ou intangíveis – são aqueles com existência abstrata e que não podem ser tocados pela pessoa humana. Ilustrando, podem ser citados como bens incorpóreos os direitos de autor, a propriedade industrial, o fundo empresarial, a hipoteca, o penhor, a anticrese, entre outros. (TARTUCE, 2021, p. 333)

Sob outra perspectiva, opinam Pablo Stolze e Pamplona:

Como o próprio nome já infere, bens corpóreos são aqueles que têm existência material, perceptível pelos nossos sentidos, como os bens móveis (livros, joias etc.) e imóveis (terrenos etc.) em geral. Em contraposição aos mesmos, encontram-se os bens incorpóreos, que são aqueles abstratos, de visualização ideal (não tangível). Tendo existência apenas jurídica, por força da atuação do Direito, encontram-se, por exemplo, os direitos sobre o produto do intelecto, com valor econômico. (STOLZE; PAMPLONA, 2022, p. 205)

Sob uma perspectiva empírica, para a efetiva constituição de um estabelecimento, faz-se necessário a materialidade de um local para a realização da atividade empresarial. Não obstante, a caracterização dos bens que guarnecem o estabelecimento empresarial independe da sua tangibilidade. O §1º do art. 1.142 do Código Civil, incluído pela Lei 14.382/2022, afirma que o estabelecimento não se confunde com o local onde se exerce a atividade empresarial, que poderá ser físico ou virtual. (BRASIL, 2002).

2.2 IMPORTÂNCIA DO ESTABELECIMENTO PARA A MANUTENÇÃO DAS ATIVIDADES EMPRESARIAIS

De acordo com Santa Cruz (2020, p. 1.170), logo após as guerras mundiais, nos meados do século XX, iniciou-se o processo de globalização, onde se estabeleceram grandes indústrias, importantes mudanças na sociedade, cultura, ideologia, política e, principalmente, economia, onde as realizações das atividades

empresariais passaram por um processo evolutivo de alta relevância. Assim, a partir da atividade industrial foi possível identificar a promoção da extensão do comércio; e com o desenvolvimento das tecnologias, fez-se necessário o fornecimento de novas atividades. Com a figura do comerciante individual, deu-se uma oportunidade ao empresário e ao desenvolvimento da atividade empresarial.

Em 1942, a Itália editou o Código Civil, que trouxe um novo método para definir a ocorrência do sistema jurídico comercial: a teoria da empresa. Essa teoria pretende colocar um fenômeno socioeconômico: estabelecimentos como centros facilitadores do comércio. De acordo com Teixeira (2018, p. 52), a teoria da empresa abrange a atividade econômica, sistematizada afim de promover a execução do fluxo de bens ou de serviços.

Todavia, nem sempre os cenários econômicos apresentam aspectos favoráveis para os empreendedores. Posto isto, mediante doutrina apresentada por Santa Cruz (2020, p. 1.170), nota-se, no cenário dentro do contexto onde foram estabelecidas as grandes indústrias, que em determinado momento surgiu uma crise proporcionada pela concorrência entre mercados, ocasionando assim, falência do empresário. O autor afirma que este conceito foi reestabelecido, onde o foco deixa de ser do comerciante, passando a ser do impacto socioeconômico, desencadeado pelo exício das atividades do estabelecimento.

Diante do exposto, os estabelecimentos em si empregam um papel importante para o crescimento econômico, visto que contribuem para a circulação de capital, além de gerar oportunidades de emprego e ser uma forma de obter autonomia para aqueles que desejam empreender.

3 ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL VIRTUAL

A globalização ocasionou um avanço tecnológico, que promoveu a ascensão do comércio, e a *Internet* teve um papel fundamental para o mundo dos negócios. Coelho (2020, p. 52) cuida de salientar esse entendimento, explicando que a interligação da rede de computadores ocupa larga escala em se tratando de circulação de mercadorias. E para tanto, com a finalidade de construir um entendimento acessível a todos os usuários, foi implementado o conceito de estabelecimento virtual. Dentro do ambiente digital, a oferta do produto bem como o contrato, são realizados a partir da recepção eletrônica e transmissão de dados.

Diante do vertiginoso crescimento da *Internet*, os estabelecimentos virtuais atualmente se caracterizam como uma ferramenta essencial da atividade empresarial, promovendo uma grande revolução no que se refere a economia e também no comércio; e devido a sua característica metafísica, tem a capacidade de alcançar milhares de pessoas, em diversos lugares, se estas possuírem dispositivos com capacidade de conexão *on-line*. E é neste diapasão que o empresariado é capaz de alcançar uma infinidade de possíveis compradores.

Santa Cruz esclarece que:

As negociações/contratações eram, tradicionalmente, instrumentalizadas em meio físico (papel), de modo que o contato pessoal entre as partes contratantes se fazia quase sempre imprescindível. Com a *internet*, entretanto, permite-se o contato e a manifestação de vontade por meio virtual. A esse tipo de negociação/contratação dá-se o nome de comércio eletrônico. (SANTA CRUZ, 2020, p. 1500)

O autor compreende a *Internet* como um instrumento facilitador das transações comerciais, a qual promove uma relação entre vendedor e comprador, sem a necessidade de contato físico direto ou deslocamento de ambos.

Em sentido semelhante, verifica-se o entendimento de Fábio Ulhoa Coelho. Para ele, assim como as negociações feitas por intermédio de um estabelecimento físico, o estabelecimento virtual tem total autonomia para realizar tais transações:

Um estabelecimento acessível exclusivamente por transmissão eletrônica de dados (enquanto o estabelecimento físico se acessa pelo deslocamento no espaço). Atualmente, com a difusão do comércio eletrônico, o paralelo não é mais significativo. A *internet* é vista, hoje, não mais como um estabelecimento virtual, mas como um canal de negócios (compras, vendas, prestação de serviços) específico. (COELHO, 2020, p. 52)

Segundo Coelho, o caráter metafísico que é inerente ao estabelecimento virtual; não é direcionado aos componentes, os quais podem ou não ser materiais, melhor dizendo, em ambiente físico ou virtual. Longe disso, o aspecto imaterial inerente ao estabelecimento virtual é no tocante ao acesso a aquisição de bens e serviços, sem precisar se deslocar até o estabelecimento, enquanto espaço físico.

3.1 CARACTERÍSTICAS E DISTINÇÃO PARA COM OS ESTABELECEMENTOS FÍSICOS

De acordo com o cenário empresarial atual, pode-se identificar que o caráter metafísico é a principal característica do estabelecimento empresarial virtual, e que tem, como prioridade, facilitar a acessibilidade às compras a partir de um sítio eletrônico. Além do mais, beneficia aos clientes, de forma que estes possam adquirir um produto sem que saia dos seus aposentos. Teixeira (2018, p.132) disserta que o estabelecimento virtual é um local não físico onde consumidores se dirigem. O autor afirma que não se trata do deslocamento de forma literal, mas por meio virtual, onde é realizada a aquisição de bens ou serviços ofertados dentro dessas plataformas.

Segundo estudo realizado por Santa Cruz (2020, p. 1.500), a partir da *Internet*, a distância entre ofertante e demandante deixou de ser um fator limitador para a expansão do *e-commerce*. Atualmente, a circulação de bens e serviços podem ser alcançadas por pessoas de diversos países e até mesmo, de outros continentes, possibilitando de maneira célere a realização dos processos de compra e venda.

É notório que o estabelecimento empresarial virtual é distinto de um estabelecimento físico em termos de materialidade, porque no que diz respeito a um *site*, este não precisa necessariamente ter uma boa localização na avenida principal, muito menos de uma franquia, em uma loja física.

Diferentemente dos estabelecimentos virtuais, segundo Teixeira (2018, p. 123) as características determinantes dos estabelecimentos físicos estão voltadas para os bens materiais que os constituem, sendo estes: mercadorias, instalações, máquinas, entre outros.

Apesar da grande distinção entre um e outro, ambos possuem o objetivo primordial que é: a obtenção de lucro. Cada empresário ou sociedade empresária sabe como melhor gerir uma empresa. Enquanto alguns optam pelo comércio eletrônico, outros optam pelo espaço físico do estabelecimento, preservando assim, o contato direto com a clientela. Sem embargos, não há limitações para que o comércio eletrônico garanta a credibilidade dos consumidores.

3.2 VOLUME DE TRANSAÇÕES COMERCIAIS REALIZADAS

O conceito de comércio eletrônico ou *e-commerce* definido por Teixeira (2020, p. 374) é estabelecido como parte do presente e futuro dentro da realidade do mundo dos negócios. O autor afirma que este método de comércio possibilita a

pesquisa específica e detalhada, por intermédio da *Internet*, dos preços e da diversidade de bens e serviços ofertados *on-line*, como também, que existem aspectos positivos e negativos ao uso dos meios virtuais para a circulação comercial, entretanto, o mercado eletrônico vem crescendo exponencialmente. De acordo o autor:

É muito provável que uma pesquisa de preços da *internet* lhe trará não só o menor preço, com o melhor produto. Apesar do gargalo representado pelo “analfabetismo digital” de uma grande parcela da população, o *e-commerce* já desponta junto com uma geração que nasceu com o computador no colo. O crescimento do número de internautas na última década é espantoso. (TEIXEIRA 2020, p. 374)

De acordo com a reportagem realizada pelo G1 (2021), o setor de vendas pelos meios digitais cresceu de maneira significativa, dentro do cenário desencadeado pela COVID-19 e a pesquisa aponta que várias empresas optaram por iniciar suas atividades dentro do *e-commerce*.

Desde 2020, muitos países, incluindo o Brasil, foram forçados a implementar medidas de distanciamento social à medida que o novo coronavírus (COVID-19), doença infecciosa causada pelo vírus SARS-CoV-2, avançava nas sociedades. O primeiro caso mundial de infecção pelo vírus, foi registrado na China em outubro de 2019. No Brasil, o primeiro caso da doença foi registrado em fevereiro de 2020. O vírus se espalhou rapidamente pelos continentes e, em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) classificou o fenômeno como uma pandemia. (UNASUS, 2020).

Dessa forma, o mundo sofreu impacto econômico, onde muitos empresários foram a falência e não conseguiram dar continuidade as suas atividades. Assim, os empreendedores tiveram que se reinventar para manter o seu negócio. Mesmo diante de um cenário adverso, 2021 foi o 3º ano com maior interesse para empreendimento nas buscas do *Google*, onde nos três primeiros meses de 2022, mais de 1 milhão de estabelecimentos foram abertos no Brasil, sendo dos 79% destes, compostos por Microempreendedores Individuais. (G1 2022). Uma das alternativas em meio a esta crise foi a venda por meio de sítios eletrônicos, que proporciona a circulação de mercadoria e serviços sem o contato físico direto entre o demandante e o ofertante.

Existem, atualmente, vários sítios virtuais que realizam vendas 100% *on-line*. Dentre eles pode-se destacar a *Shopee* e o Mercado Livre. A *Shopee*, é uma ferramenta de *e-commerce* lançada em 2015, adaptada para cada país, dando aos consumidores a possibilidade de aquisição de produtos de forma fácil, segura e eficaz. O propósito do estabelecimento virtual foca nas possibilidades que a tecnologia possui para conectar compradores e vendedores de todo o mundo, onde a personalidade deste é oferecer uma experiência jamais vivenciada pelos usuários, mediante uma infinidade de produtos de lojas oficiais e reconhecidas em vários continentes. (SHOPEE, 2022).

Por sua vez, o Mercado Livre é um estabelecimento virtual fundado em 1999, na Argentina, que atua em 18 países. A plataforma reúne milhões de consumidores e comerciantes que dispõe de mais de 60 milhões de produtos e serviços em tempo real. De acordo com a ferramenta, cerca de 111 mil pessoas no mundo sobrevivem a partir das oportunidades ocasionadas pela venda de produtos e serviços dentro desta forma de comércio. Este estabelecimento possui cerca de 15.480 vendedores dentro do Brasil, ofertando 98.648 postos de trabalho, representando 0,12% do PIB do país. O seu diferencial é realizar entregas céleres, que chegam a ser efetuadas em 24 horas. (MERCADO LIVRE, 2022).

3.3 VIABILIDADE DE REGISTRO COMERCIAL

De acordo com o arts. 966, 967 e 968 do Código Civil, o empresário é quem exerce profissionalmente a atividade econômica organizada para a circulação de bens e serviços. Para a execução dessas atividades, este deve estar devidamente regularizado. Além disto, existem obrigações que devem ser cumpridas pelos sócios. A norma dispõe sobre as incumbências da inscrição do sócio no Registro Público de Empresas Mercantis, dentre estas, o seu nome, sua nacionalidade, estado civil, e, se casado, regime de bens. Esses procedimentos devem ser realizados antes do início das atividades empresariais. (BRASIL, 2002).

Coelho (2020, p. 79) afirma que tanto o empresário individual, quanto à sociedade empresária devem estar devidamente registrados na Junta Comercial, onde seu ato constitutivo será o objeto a ser registrado, devendo ser executado antes do início da atividade comercial, corroborando assim, com o que está estabelecido no Código Civil. O autor faz menção aos empresários individuais e às

sociedades empresárias que estão atuando no mercado de forma irregular. É considerada irregular a atividade empresarial que não possui ato constitutivo ou até mesmo a que possui, porém, este não está devidamente registrado.

Santa Cruz (2020, p. 187), porém, destaca que a irregularidade de registro na Junta Comercial, não impede o reconhecimento como empresário individual e sociedade empresarial, tão pouco, acarretará na isenção do regime jurídico empresarial.

Sem embargos, os empresários que estiverem exercendo suas atividades de forma irregular não poderão requerer a recuperação judicial, conforme exposto no art. 48 da Lei 11.101 de 09 de fevereiro de 2005, pois esta exige que para requerer a recuperação judicial, o empresário ou sociedade deve estar em situação regular, por no mínimo, 2 (dois) anos. Além disso, não ser falido, se o foi, estejam declaradas extintas, por sentença transitada em julgado, as responsabilidades daí decorrentes; não ter, há menos de 5 (cinco) anos, obtido concessão de recuperação judicial; não ter, há menos de 5 (cinco) anos, obtido concessão de recuperação judicial com base no plano especial; não ter sido condenado ou não ter, como administrador ou sócio controlador, pessoa condenada por qualquer dos crimes previstos nesta Lei, dentre outros requisitos.

4 TRESPASSE

O contrato do trespasse é conceituado por Santa Cruz (2020, p. 243) como um contrato oneroso de transferência do estabelecimento empresarial. Em conformidade com o art. 1.144 do Código Civil, o contrato, cujo o objeto é a alienação, usufruto ou arrendamento do estabelecimento, só terá efetividade quanto a terceiros, após averbação à margem da inscrição do empresário ou da sociedade empresarial no Registro Público de Empresas Mercantis, e publicação na imprensa oficial. (BRASIL, 2002). Segundo Santa Cruz, o registro do contrato de trespasse na Junta Comercial e a sua posterior publicação é condição de eficácia perante terceiros, não de validade.

O Código Civil, em seu art. 1.145, dispõe que se o alienante não possuir bens suficientes para adimplir com suas dívidas, a alienação do estabelecimento só poderá ser realizada mediante pagamento de todos os seus credores; ou, de

consentimento, de forma expressa ou tácita, no prazo de 30 (trinta) dias após a sua notificação. (BRASIL, 2002).

Em casos de alienação do estabelecimento virtual, deve-se levar em conta se este é o único meio para a comercialização ou uma extensão de um estabelecimento físico. Para isto, Teixeira (2020, p. 425) abre um questionamento sobre o *trespasse* do estabelecimento *e-commerce*. O autor afirma que no caso dos estabelecimentos que atuam somente por meios virtuais, é plausível a alienação da marca, que corresponde ao nome do domínio e ao endereço virtual, sem necessariamente, nessa perspectiva, vender seus equipamentos que lhe dão suporte. Por outro lado, em questão dos *sites* que atuam como extensão de um estabelecimento físico, na perspectiva do autor, não é recomendável a ser alienados separadamente do seu ambiente físico, pois este fator causaria insegurança pela parte dos usuários, que seriam induzidos a erro, afetando a confiabilidade destes, em relação aos comerciantes.

Ainda sobre Teixeira (2020, p. 426), o autor traz uma perspectiva sobre o Código Civil de 2002, onde é afirmado que a disciplina deste supre as necessidades básicas para a regulamentação do estabelecimento virtual, sendo ele originário ou uma extensão de um estabelecimento físico. Porém, no que diz respeito ao *trespasse*, a norma poderia trazer algumas inovações para erradicar a insegurança jurídica quando houver a necessidade de venda do estabelecimento virtual.

5 CONCLUSÃO

O nascimento do comércio, bem como o gradual aperfeiçoamento dos meios de comunicação, que ocorreu com maior celeridade no final do século XX, promoveu uma revolução na sociedade, sendo que esta deixou de ser baseada em pequenas permutas e transações. O que ficou evidente neste primeiro instante, foi uma enorme expansão do mercado, o qual alcançou proporções ainda maiores, expandindo de maneira vertiginosa não só a máxima de “compra e venda” afim de atingir o lucro, mas também relações que outrora eram impossíveis para povos tão diferentes e distantes -, fator que de maneira alguma viria a acontecer sem a consolidação da *Internet* como ferramenta tecnológica mais utilizada nos dias atuais.

Embora o comércio virtual não disponha necessariamente de um espaço físico, ou sequer uma legislação específica, ele tem se mostrado um dos meios mais utilizados e lucrativos atualmente. Diante disso, conclui-se que o estabelecimento virtual há muito tempo deixou de ser uma ficção; longe disso, caminha para se tornar cada vez mais real na vida das pessoas.

Nota-se que esta ferramenta, a partir dos seus algoritmos, é capaz de determinar com precisão cirúrgica por qual consumidor o produto tem mais chances de ser adquirido.

O fato de uma pessoa poder adquirir um produto com um valor consideravelmente menor sem se quer sair de casa, tendo que visitar somente os endereços eletrônicos que disponham em seu catálogo o objeto desejado, só demonstra a comodidade que advém desse novo estilo de compra. A ascensão do estabelecimento empresarial virtual não só representou um desenvolvimento do mercado, mas paralelamente, instigou o advento de uma nova gama, de conceitos e oportunidades ao ser humano, que é facilmente seduzido por novidades, o que direciona a sociedade para a utilização em larga escala de recursos tecnológicos.

Fica evidenciado que o estabelecimento virtual é uma ferramenta inerente ao exercício da atividade empresarial, a qual ajuda a alcançar o seu resultado esperado, qual seja: o lucro. É razoável supor que no tocante a natureza do estabelecimento virtual é relevante compreendê-lo como parte integrante da universalidade de fato.

Diante do que foi apresentado nesse trabalho, observa-se a importância deste tema para elucidar e debater os entendimentos sobre esse assunto.

Cabe salientar a inseparabilidade do estabelecimento empresarial e a atividade empresarial. Verifica-se que não há que se falar em atividade empresarial sem que exista também o estabelecimento, mesmo este sendo virtual.

Verificou-se a iminente necessidade de uma mudança significativa na legislação no sentido de permitir o reconhecimento do estabelecimento virtual como parte integrante do estabelecimento empresarial, e caso não haja essa possibilidade, dispor de ferramentas legais para identificá-lo minimamente como um estabelecimento secundário, assumindo assim o caráter de filial. Neste caso, o estabelecimento virtual mostra-se dependente da sede, assim como as filiais são

subordinadas a matriz, agrupando assim, o patrimônio que é preciso para o pleno funcionamento da empresa.

Dessa forma, a quantidade de pessoas que acessam o estabelecimento virtual e sua qualidade como consumidores prováveis, vêm se tornando cada vez mais frequentes, afetando assim, de forma positiva, a circulação da moeda, contribuindo para o desenvolvimento econômico, gerando oportunidades de emprego, bem como, a realização, segurança e estabilidade profissional aos operantes dessas plataformas digitais. Além disso, a aquisição a partir das plataformas *on-line* proporciona um mercado tecnológico cada vez mais preciso, seguro e eficaz, tornando a experiência dos usuários satisfatória, visto que, as grandes marcas que apenas possuíam o estabelecimento físico também aderiram ao estabelecimento virtual, para a comercialização de bens e produtos, alcançando, simultaneamente, pessoas de diversos lugares, sendo uma extensão potencializadora de lucro.

Para responder ao questionamento inquietante, referente à medida que se torna cabível o reconhecimento do estabelecimento virtual, sem que possua qualquer aspecto voltado para uma estrutura física, é válido ressaltar a afirmação de Teixeira, que por sua vez, cita o reconhecimento do estabelecimento virtual, independentemente de este ter uma sede que ocupe um espaço geográfico. Mediante o que foi discorrido em todo este trabalho, identifica-se que além dos requisitos dispostos no Código Civil, o estabelecimento virtual não possui muitas distinções de um estabelecimento físico. Sendo assim, a sua única assimetria está voltada para a estrutura onde se efetua a sua atividade comercial. Diante disso, o estabelecimento virtual sendo o único meio de obtenção de lucro pelo empresário, torna-se cabível de reconhecimento.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, Darlan. Com pandemia, comércio eletrônico tem salto em 2020 e dobra participação no varejo brasileiro. **Portal do G1**, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/02/26/com-pandemia-comercio-eletronico-tem-salto-em-2020-e-dobra-participacao-no-varejo-brasileiro.ghtml> Acessado em: 06 de julho de 2022.

BARRETO FILHO, Oscar. **Teoria do estabelecimento comercial**: fundo de comércio ou fazenda mercantil. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 1988.

BRASIL. Lei nº 14.382 de 27 de junho de 2022. Dispõe sobre o Sistema Eletrônico dos Registros Públicos (Serp). **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 27 de junho de 2022. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2022/Lei/L14382.htm. Acesso em: 08 de julho de 2022.

BRASIL. Lei nº 10.406, 10 de janeiro de 2002. Código Civil. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 11 jan. 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm. Acesso em: 06 de julho de 2022.

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. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 9 de fevereiro de 2005. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/l11101.htm. Acesso em: 06 de julho de 2022.

COELHO, Fábio. **Novo manual de direito comercial: direito de empresa** / Fábio Ulhoa Coelho. 31. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020.

GAGLIANO, P.; FILHO, R.; **Manual de Direito Civil**. 6. Ed. São Paulo: Saraiva, 2022. p. 205.

MARTINEZ, Fernanda. O que é empreendedorismo? Especialistas respondem. **Portal do G1**, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/empreendedorismo/noticia/2022/05/26/o-que-e-empreendedorismo-especialistas-respondem.ghtml>. Acesso em: 06 de julho de 2022.

MERCADO LIVRE. Site Institucional do Mercado Livre. Disponível em: <https://www.mercadolivre.com.br/institucional/nos-comunicamos/noticia/tudo-sobre-o-mercado-livre/>. Acesso em: 06 de julho de 2022.

SANTA CRUZ, André. **Direito Empresarial**. 10. Ed. São Paulo: Editora Forense Ltda, 2020.

SHOPEE Carreiras. Site Institucional da Shopee. Disponível em: <https://careers.shopee.com.br/about>. Acesso em: 06 de julho de 2022.

TARTUCE, Flávio. **Manual de Direito Civil**. 11. Ed. Rio de Janeiro: Forense; Método. 2021.

TEIXEIRA, Tarcisio. **Direito Digital e Processo Eletrônico**. 5. Ed. São Paulo: Saraiva. 2020.

TEIXEIRA, Tarcisio. **Direito Empresarial Sistematizado: doutrina, jurisprudência e prática**. 7. Ed. São Paulo: Saraiva. 2018.

UNA-SUS. Organização Mundial de Saúde declara pandemia do novo Coronavírus. 11 mar. 2020. Disponível em: <https://www.unasus.gov.br/noticia/organizacao-mundial-de-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>. Acesso em: 06 de julho de 2022.