

COMISSÃO ESPECIAL DESTINADA A PROFERIR PARECER AO PROJETO DE LEI Nº 1572, DE 2011, QUE INSTITUI O "CÓDIGO COMERCIAL".

PROJETO DE LEI Nº 1.572, DE 2011.

Institui o Código Comercial.

EMENDA ADITIVA

Acrescentem-se a seguinte seção VIII e seus artigos abaixo ao Capítulo II - Dos Contratos de Colaboração Empresarial, do Subtítulo II – Dos contratos empresariais em espécie, do Título II – Dos Contratos Empresariais, do Livro III – Das obrigações dos Empresários do Projeto de Lei 1.572/2011, renumerando-se os dispositivos subsequentes:

“Seção VIII - Do Contrato de Venda Direta

Art. 400. Pelo contrato de venda direta, o empresário estrutura a rede de distribuição de seus produtos ou serviços com as seguintes características:

I - a intermediação deve ser feita por pessoa natural ou jurídica, inscrita ou não no Registro Público de Empresas;

II - a dimensão da rede não pode superar aquela que se mostrar necessária ao atendimento da demanda, no mercado consumidor regionalizado, pelo produto ou serviço distribuído;

III - os riscos comercial e financeiro da intermediação são assumidos integralmente pelo intermediário.

Art. 401. A rede de venda direta deve ser estruturada em níveis diferenciados, segundo critérios objetivos que considerem, entre outros:

I - a colaboração onerosa do intermediário, na organização e aprimoramento da rede;

II - a produtividade do intermediário;

III - o grau de comprometimento do intermediário relativamente ao desenvolvimento de sua atividade de intermediação.

Art. 402. O intermediário, no contrato de vendas diretas, auferir ganhos resultantes da diferença entre os preços de compra e de venda dos produtos ou serviços praticados na respectiva rede de distribuição em que atua.

Parágrafo único. No caso de estruturação em níveis diferenciados, o intermediário será remunerado pelo empresário contratante, em base fixa ou variável, nomeadamente quando prestar serviços de colaboração na organização e aprimoramento da rede”.

JUSTIFICAÇÃO

A venda direta é o sistema de comercialização baseado no contato pessoal, em que o revendedor é uma pessoa natural ou jurídica que compra os produtos diretamente de uma ou mais sociedades empresariais e os revende a seus clientes fora de um estabelecimento comercial fixo por preço superior ao da compra, sem exclusividade e sem vínculo empregatício.

O revendedor não possui demarcação geográfica de sua área de atuação, nem quotas de vendas e nem controle de tempo de horas de trabalho, sendo livre para exercer a atividade nos dias e horários que lhe aprouver.

A venda direta tem um importante papel empreendedor e social, pois além de proporcionar a possibilidade de trabalho formal também gera renda para mais de quatro milhões de pessoas no Brasil, sendo constituído, em sua grande maioria, por mulheres.

O volume de negócios do setor de vendas diretas no Brasil atingiu, em 2011, a expressiva marca dos R\$ 27,2 bilhões, ficando 5,4% acima dos resultados apurados no ano anterior. Além disso, o Brasil é o quarto país em volume de vendas diretas, representando 8% do mercado mundial.

No mundo, a venda direta movimentou a impressionante cifra de US\$ 153,7 bilhões em 2011 e alcançou o número de 91,5 milhões de revendedores.

Atualmente, a atividade exercida por esses revendedores é amparada pela Lei nº 6.586, de 6 de novembro de 1978, que em seu artigo 1º dispõe ser a natureza jurídica do vendedor direto a de vendedor ambulante, que considera comerciante ambulante aquele que, por conta própria, revende produtos em via pública, ou porta-a-porta, auferindo lucros e assumindo os riscos e prejuízos decorrentes de sua atividade.

Por essa razão, faz-se necessária a urgente regulamentação específica para esse tipo de contratação comercial, sendo certo que sua inclusão no novo Código Comercial é o momento oportuno para tanto, quando se permitirá um aprimoramento do disciplinamento legal existente e que é muito esperado pelo mercado que atua nesse segmento importante do comércio brasileiro.

Sala da Comissão, em de fevereiro de 2013.

Deputado **JUNJI ABE**