

PROJETO DE LEI N° , DE 2013

(Dos Srs. Deputados Acelino Popó, Angelo Agnolin, Afonso Florence, Marcelo Matos, Perpétua Almeida, Renato Molling e Rosinha da Adefal)

Regulamenta o Marketing Multinível, estabelece normas de proteção aos empreendedores de Marketing Multinível, e dá outras providências.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Capítulo I

DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Esta lei regulamenta o exercício da atividade econômica denominada marketing multinível, ou marketing de rede, estabelece normas de proteção à pessoa natural ou jurídica que atue como empreendedor de marketing multinível, e dá outras providências.

§ 2º Para os fins desta lei, entende-se por:

I - marketing multinível ou marketing de rede: modalidade de comercialização de bens ou serviços por meio de vendas diretas ramificadas em vários níveis de remuneração, sendo bonificados pela revenda ou pelo consumo próprio, bem como pelo recrutamento de novos

F372228102

F372228102

empreendedores para integrarem a rede, podendo ainda haver participação no lucro líquido, de acordo com a política de remuneração da operadora, o contrato de adesão do empreendedor e o plano de viabilidade econômico-financeira da operação.

II - operadora: a sociedade empresária ou empresário que organize, promova e controle determinada atividade de marketing multinível, mantendo o equilíbrio do funcionamento da rede e observando as disposições de lei ou regulamentares e, havendo, o código de ética estabelecido pelas operadoras do segmento econômico;

III - empreendedor de marketing multinível: a pessoa natural ou jurídica que, aderindo aos termos contratuais propostos, se filiar à rede organizada pela operadora, com pagamento de taxa de adesão, caso exigível, e observância das disposições de lei ou regulamentares e, havendo, o código de ética estabelecido pelas operadoras do segmento econômico.

§ 3º Integram o rol de produtos comercializados pela rede de empreendedores referida neste artigo, sem qualquer restrição, desde que lícitos e, quando exigível, previamente aprovados pelo órgão ou entidade incumbido por lei, de acordo com as especificações regulamentares:

I - os bens de consumo, com ou sem mensalidade de manutenção;

II - a prestação de serviços em geral;

III - os produtos ditos virtuais, a saber, aqueles comercializados e usufruídos via rede mundial de computadores (internet);

F372228102

F372228102

IV - outros que vierem a ser criados com base em novas tecnologias.

Capítulo II

DOS REQUISITOS PARA OPERAÇÃO DO MARKETING MULTINÍVEL

Art. 2º Para realizar atividade de marketing multinível, a operadora deve depositar, no órgão designado pelo Poder Executivo, plano de viabilidade econômico-financeira endossado por ao menos um banco comercial integrante do sistema financeiro nacional, com rede de agências de ampla cobertura no território nacional, que centralizará as operações financeiras de recebimento dos créditos das vendas, assim como de pagamento, aos empreendedores, dos valores a que tiverem direito em decorrência dos resultados obtidos na operação da rede.

§ 1º O plano a que se refere o “caput” conterà obrigatoriamente a previsão da forma de constituição de fundo garantidor da operação de marketing multinível (FMMN), com aporte de parcela do capital social da operadora, a elevação dos recursos depositados com parte do resultado das vendas individuais de bens ou serviços, sua manutenção e a auditoria periódica, no máximo em periodicidade mensal.

§ 2º As reservas do fundo referido no § 1º serão acumuladas, no mínimo, com o valor equivalente a 1% (um por cento) das receitas derivadas de aquisições de bens ou serviços por parte dos empreendedores aderentes.

F372228102

F372228102

§ 3º O plano de que trata este artigo, em qualquer hipótese, deverá assegurar que o fundo referido nos parágrafos anteriores possua reservas equivalentes, no mínimo, às vendas realizadas por toda a rede de empreendedores nos últimos 6 (seis) meses de operação.

§ 4º Assegurado o equilíbrio econômico-financeiro da operação de modo a resguardar todos os direitos dos afiliados à rede, a operadora poderá sacar o excedente porventura existente no fundo de que trata este artigo.

§ 5º O contrato entre a operadora e o banco comercial, para os fins do disposto neste artigo, terá a duração mínima de 12 (doze) meses, sendo obrigatória a observância do prazo de antecedência de 90 (noventa) dias em relação ao termo final do contrato para ser firmada a repactuação, o aviso da rescisão e a efetivação de ajuste com outro banco, devendo também nesse prazo serem expressamente comunicados todos integrantes da rede.

Art. 3º Todo e qualquer forma pagamento de bens ou serviços adquiridos no âmbito da operação de que trata esta lei deverá ser feito diretamente à empresa, pelos meios por ela disponibilizados em consonância com o contrato firmado com o banco comercial referido no art. 2º.

Parágrafo Único. É vedada a transferência de valores entre empreendedores como forma de operação do negócio, especialmente a criação de novas contas e seu cadastro na rede.

F372228102

F372228102

Art. 4º A toda e qualquer adesão ou aquisição de produto ou serviço deve corresponder a emissão da respectiva nota fiscal, com a discriminação dos tributos incidentes.

Art. 5º Toda operadora de marketing multinível é obrigada a:

I – praticar preços compatíveis com os do mercado em geral;

II - treinar o empreendedor, em forma presencial ou à distância;

III - comprovar que o candidato a empreendedor de marketing multinível obteve presença às aulas e atividades complementares (exercícios, cálculos, pesquisas, apresentações) de, no mínimo 90% (noventa por cento) dos eventos previstos, bem como aproveitamento na nota final de avaliação de competência de pelo menos 70% (setenta por cento) da pontuação máxima previamente estabelecida, sem o que não poderá ser acatada sua adesão à rede;

IV - expor, com clareza e por escrito, esclarecendo em entrevista individual, com expressa ciência e assinatura por parte do candidato a empreendedor, os riscos e possibilidades do negócio;

V - em caso de desistência por parte do empreendedor, efetuar a devolução dos valores pagos por este, exceto a taxa de adesão, mediante a entrega dos bens adquiridos;

F372228102

F372228102

VI - atuar preventiva e cautelosamente, limitando a duração dos contratos com os empreendedores sempre que isto for recomendado para que não dê ensejo a pirâmide financeira ou qualquer outra modalidade de crime contra a economia popular;

VII - disponibilizar amplo e permanentemente acessível serviço de atendimento ao empreendedor e ao consumidor final.

§ 1º Quando exercida a atividade de marketing multinível por empresa estrangeira, esta deverá manter escritório de representação legal no Brasil.

§ 2º A atuação ilegal de empresa estrangeira no Brasil implica o bloqueio imediato de todas as remessas de recursos financeiros, bem como dos meios de pagamento disponibilizados ao consumidor, pela autoridade competente.

Art. 6º É vedado à operadora de marketing multinível:

I - divulgar, por qualquer meio, a ideia ou possibilidade de ganho como o principal negócio da operação, da rede ou de qualquer componente do empreendimento;

II - utilizar a taxa de adesão para remuneração da rede de empreendedores.

Capítulo III

DO EMPREENDEDOR DE MARKETING MULTINÍVEL

F372228102

F372228102

Art. 7º Pode ser empreendedor de marketing multinível ou de rede a pessoa natural ou jurídica, sendo aquela e os representantes desta devidamente treinados pela operadora nos procedimentos de venda direta aos consumidores dos produtos ou serviços ou a novos empreendedores.

Parágrafo único. O empreendedor poderá alterar sua personalidade jurídica sem perda de seu posicionamento na rede e sem prejuízo dos valores a que fizer jus até o momento da alteração cadastral.

Art. 8º Caberá ao empreendedor de marketing multinível se utilizar de todos os meios lícitos disponíveis para comercializar os bens ou serviços da operadora à qual se afiliou, inclusive meios eletrônicos ou digitais, salvo aqueles expressamente excluídos da política de marketing da operadora.

Capítulo IV

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 9º Fica proibida toda e qualquer atividade que inviabilize, restrinja ou impeça o livre exercício do marketing multinível ou marketing de rede, salvo se prevista em lei.

Art. 10. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação oficial.

JUSTIFICATIVA

As vendas através do Sistema de Marketing Multinível ou de Rede já é uma realidade na maioria dos países desenvolvidos e em desenvolvimento.

F372228102

F372228102

Para coibir abusos e fraudes contra empreendedores individuais e consumidores se faz necessária a regulamentação dessa atividade, visando a dar segurança jurídica a todos os envolvidos e regulando o mercado.

Hoje, mais de uma centena de empresas atua no país sem a devida regulamentação e milhares de pessoas estão envolvidas direta ou indiretamente na atividade, sendo mister que o Poder Público legisle, organizando e disciplinando esse mercado em expansão.

O Marketing Multinível ou de Rede será a nova realidade do mundo corporativo do século XXI.

Pelos motivos expostos, contamos com o apoio dos eminentes Pares para a aprovação deste projeto de lei.

Sala das Sessões, 30 de outubro de 2013.

Acelino Popó

Afonso Florence

Angelo Agnolin

F372228102

F372228102

Marcelo Matos

Perpétua Almeida

Renato Molling

Sebastião Bala Rocha

F372228102

F372228102