

O ESTABELECIMENTO VIRTUAL E SUA CONDIÇÃO DE ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL SECUNDÁRIO (FILIAL)

THE VIRTUAL STORE AND ITS STATUS AS A SECONDARY STORE (BRANCH)

ANA CAROLINE FARIA GUIMARÃES¹
RÚBIA CARNEIRO NEVES²

RESUMO

O presente trabalho analisou sobre a possibilidade de se admitir que sítio eletrônico apresente a mesma natureza jurídica de estabelecimento empresarial. No desenvolvimento do trabalho, analisou-se a exigência de registro na Junta Comercial ou Cartório de Pessoas Jurídicas, no CNPJ, na Receita Estadual e na Receita Municipal, conforme seja o tipo de atividade, como condição para o exercício regular da atividade econômica, o que pressupõe necessariamente a informação da sede do empresário, da sociedade empresária, da sociedade simples ou da empresa individual de responsabilidade limitada. E partindo dessa exigência, desenvolveu-se a análise sobre o sítio eletrônico poder ser considerado autônomo ou se tratar de uma mera extensão do estabelecimento empresarial. Realizou-se uma breve abordagem sobre a *internet*, o comércio eletrônico e o *site*, de modo que foi apresentada uma sintética referência quanto à história do surgimento da *internet*, às vantagens e desvantagens do comércio eletrônico, bem como sobre o funcionamento da *internet* e dos sítios eletrônicos. Discorreu-se sobre o conceito e a natureza jurídica do estabelecimento empresarial, apresentando uma breve exposição sobre os elementos que integram sua composição e analisou-se a respeito da possibilidade de enquadrar os sítios eletrônicos na concepção de estabelecimento empresarial prevista no art. 1.142, do Código Civil de 2002. O trabalho foi desenvolvido utilizando-se da vertente metodológica jurídico-sociológica, pois, examinou em que medida a mudança de comportamento ocorrida com a celebração de negócios realizados através da *internet* vem influenciando na concepção de estabelecimento empresarial. Essa metodologia foi escolhida, pois se pretendeu compreender o fenômeno jurídico dos negócios realizados no ambiente virtual, admitindo o Direito como suscetível de adaptação a essas mudanças. A dogmática também esteve presente no desenvolvimento do trabalho, pois se analisou e interpretaram-se dispositivos legais inerentes à temática do trabalho. Da mesma forma, a vertente teórico-jurídica foi utilizada na medida em que o trabalho também se apoiou na revisão bibliográfica para analisar as teorias que explicam a natureza jurídica do estabelecimento empresarial e do estabelecimento virtual.

Palavras-chave: sítios eletrônicos. estabelecimento empresarial secundário. estabelecimento virtual. filial.

ABSTRACT

This study examines the possibility of admitting that an electronic web site has the same legal nature as that of a physical store. In the course of developing the study, the requirement to

¹ Graduanda do curso de Direito da Universidade FUMEC.

² Professora de Direito Empresarial da Faculdade de Direito da UFMG.

register at the Trade Board or Corporation Registry, in the Corporate Taxpayer's Registry (CNPJ), and with the State and Municipal Internal Revenue are reviewed, in accordance with the type of activity, as a condition for exercising economic activity, which necessarily presupposes information from the main office of the entrepreneur, the business company, simple corporation, or limited liability company. Based on this requirement, a review is made as to whether the electronic web site could be considered as a standalone or treated merely as an extension of the physical store. A brief overview is given with regard to the Internet, e-commerce, and web sites, which is presented as a synthetic reference to the history of the rise of the Internet, the advantages and disadvantages of e-commerce, and how the Internet and electronic web sites work. The study addresses the concept and legal nature of the store, with a brief statement about the elements that make up its composition, and the possibility of fitting electronic sites into the design of a store is examined, as provided for in Art. 1.142 of the 2002 Civil Code. The work draws from methodological-legal-sociological approaches, as it examines the extent to which behavioural change takes place whenever business is conducted over the Internet and how this has influenced the store's design. This methodology has been chosen because the study intends to understand the legal phenomenon of business being transacted in the virtual environment, assuming that the law is capable of adapting to these changes. Dogmatics is also present as the study is developed, as it is used to examine and interpret legal provisions related to its theme. Similarly, a theoretical and legal approach is applied in that the work is also supported in a review of the literature to analyze theories that explain the legal nature of the physical store and the virtual store.

Keywords: Electronic web sites. Secondary store. Virtual store. Branch.

SUMÁRIO: 1 Introdução. 2 Internet, sites e comércio eletrônico: breves considerações. 2.1 Internet, mundo virtual e sites. 2.2 Comércio Eletrônico. 3 Estabelecimento empresarial: conceito e natureza jurídica. 4 Sítio eletrônico e o seu enquadramento como estabelecimento empresarial secundário (filial) 5 Conclusão 6 Referências.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho se propôs a analisar sobre a possibilidade de se admitir que sítio eletrônico apresente a mesma natureza jurídica de estabelecimento empresarial.

Ao iniciar o desenvolvimento dessa análise, se verificou a partir do exame dos conceitos de *internet*, comércio eletrônico e sítio eletrônico (*site*) e com fundamento em Marco Aurélio Greco que existem três espécies de *sites*: passivos, canalizadores de mensagens e inteligentes.

Examinando as características dessas três espécies de *sites*, bem como do funcionamento da *internet* e do comércio eletrônico, procurou-se analisar se o *site* que apresente aparato técnico para interagir com o usuário e permitir que através dele seja realizado o comércio eletrônico, deva ser considerado um estabelecimento autônomo ou uma extensão do estabelecimento empresarial físico.

No desenvolvimento do trabalho, analisou-se a respeito da exigência de registro na

Junta Comercial ou Cartório de Pessoas Jurídicas, no CNPJ, na Receita Estadual e na Receita Municipal, conforme seja o tipo de atividade, como condição para o exercício regular da atividade econômica, o que pressupõe necessariamente a informação da sede do empresário, da sociedade empresária, da sociedade simples ou da empresa individual de responsabilidade limitada. E partindo dessa exigência, desenvolveu-se a análise sobre o estabelecimento virtual poder ser considerado autônomo ou se tratar de uma mera extensão do estabelecimento empresarial.

Para desenvolver a reflexão aqui proposta e responder ao problema colocado, utilizou-se da vertente metodológica jurídico-sociológica, pois, examinou em que medida a mudança de comportamento ocorrida com a celebração de negócios realizados através da *internet* vem influenciando na concepção de estabelecimento empresarial. A metodologia escolhida se justifica pelo fato de se pretender compreender o fenômeno jurídico dos negócios realizados no ambiente virtual, admitindo o Direito como suscetível de adaptação a essas mudanças.

A dogmática também esteve presente no desenvolvimento do trabalho, pois se analisou e interpretaram-se dispositivos legais inerentes à temática do trabalho. Da mesma forma, a vertente teórico-jurídica foi utilizada na medida em que o trabalho também se apoiou na revisão bibliográfica para analisar conceito de *internet*, de *site*, de comércio eletrônico, bem como, as teorias que explicam a natureza jurídica do estabelecimento empresarial e do estabelecimento virtual.

Além desta introdução, da conclusão e das referências, o trabalho foi dividido em três partes, sendo que na primeira, foi realizada uma breve abordagem sobre a *internet*, o comércio eletrônico e o *site*, de modo que foi apresentada uma sintética referência quanto à história do surgimento da *internet*, às vantagens e desvantagens do comércio eletrônico, bem como sobre o funcionamento da *internet* e dos sítios eletrônicos; na segunda parte, discorreu-se sobre o conceito e a natureza jurídica do estabelecimento empresarial, apresentando uma breve exposição sobre os elementos que integram sua composição, sem analisar a divergência doutrinária a esse respeito, justamente por não ser este o objetivo proposto; e finalmente, na terceira, analisou-se a respeito da possibilidade de enquadrar os sítios eletrônicos na concepção de estabelecimento empresarial prevista no art. 1.142, do Código Civil de 2002, sem adentrar no exame dos demais dispositivos do Código que tratam sobre o estabelecimento, como também não analisou sobre a possibilidade de aplicação desses dispositivos legais ao sítio eletrônico, pois no trabalho objetivou-se investigar tão somente a possibilidade de admitir o sítio eletrônico como estabelecimento empresarial, pelo que, se

inicia apresentação da primeira parte.

2 INTERNET, SITES E COMÉRCIO ELETRÔNICO: BREVES CONSIDERAÇÕES

O presente trabalho busca tecer breves apontamentos sobre o surgimento da *internet*, seu conceito e funcionamento, o comércio eletrônico, o conceito e o funcionamento do sítio eletrônico (*sites*)³ na busca de uma melhor compreensão do objeto de estudo.

2.1 Internet, mundo virtual e sites

Houve um tempo em que as relações humanas se limitavam a curtos espaços territoriais, com os povos de outrora se dedicando essencialmente às atividades agrárias. Essa realidade foi sendo paulatinamente alterada em virtude de vários fatores, dentre eles, podem ser citados o anseio pelo conhecimento do modo de vida de outras culturas e o desenvolvimento do comércio como atividade profissional.

Aliado a esses fatores, os meios de comunicação promoveram a intensificação das relações humanas em locais cada vez mais distantes, o que, aliás, decorreu da necessidade de facilitar o relacionamento entre pessoas situadas em locais geograficamente distintos e distantes. Primeiro adveio o telégrafo, depois o telefone, o *fax símile*, o telefone celular, até que foi desenvolvida uma rede de comunicação, entre computadores, que se tornou uma rede mundial, denominada, *internet* tendo promovido uma verdadeira revolução no desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação.

A palavra *internet* deriva da expressão em inglês *internetwork* que significa uma interligação entre uma rede de computadores permeada em todo o planeta, tendo sido criada a partir da concepção de uma rede de comunicação estabelecida entre bases militares norte-americanas durante a Guerra Fria, conhecida como *ARPANET*. Com o final da Guerra Fria, esse desenvolvimento deixou de ser um segredo e passou a ser tratado como uma comunidade pelos cientistas nas universidades dos Estados Unidos da América do Norte e na sequência em universidades de outros países.⁴

A rede *internet*, em contínuo desenvolvimento, comporta a *World Wide Web* onde é possível criar, armazenar, recuperar, acessar e transferir diversos tipos de arquivos, tais como texto, imagem em movimento, sons multimídia. A Web torna-se um sistema de comunicação disponível, via rede mundial *internet*, que permite a criação e comunicação de diversos

³ Embora a expressão sítio seja a expressão correta para a língua portuguesa, preferiu-se adotar no trabalho de forma aleatória tanto a expressão em português quanto a expressão em inglês *site*.

⁴FLORESS, Cristian. **História da Internet**. Disponível em: <https://sites.google.com/site/historiasobreossitesdebusca/historia-da-internet>. Acesso em: 19/12/2012.

registros de informação ou mídias, e onde se tem comunicação em hipermídia.

Com um sistema inteligente de localização de arquivos, o endereço na *internet* tornou-se individualizado, sendo acessado por qualquer pessoa.⁵

Mas o que é a *World Wide Web* (WWW)? Não se confunde com *internet*. Gustavo Testa Corrêa explica WWW como uma convergência de concepções relativas à grande rede, ou seja, é

o conjunto de padrões e tecnologia que possibilitam a utilização da *internet* por meio de programas navegadores, que por sua vez tiram todas as vantagens desse conjunto de padrões e tecnologias pela utilização do hipertexto e suas relações com multimídia, com sons e imagens, proporcionando ao usuário maior facilidade na sua utilização e também a obtenção de melhores resultados.⁶

Francisco Carlos Malosá Júnior⁷ diz que esse conjunto de padrões e tecnologia em que consiste a *World Wide Web* tornou a “cara” da internet mais simpática, acessível ao usuário comum.

Esse conjunto, isto é, a *World Wide Web* foi difundido primeiramente nas universidades americanas, depois o uso do mecanismo foi permitido em outras universidades do mundo, até que houve também permissão para que pessoas comuns acessassem a rede de computadores, a ponto de haver 100 *sites* em 1975.

Em 1991, a *internet* surgiu no Brasil, com o advento da RNP (Rede Nacional de Pesquisa), que era um sistema ligado ao MTC (Ministério de Ciência e Tecnologia).⁸

Em 1994, a Embratel lançou, de forma experimental, o acesso *online* para ampliar suas vendas em 1995, principalmente, na área de livros e CDs, sendo pioneira a área de livrarias: a Livraria Cultura.⁹

Hoje, a *internet* tem-se apresentado com uma forma de manifestação de vontade e de liberdade de expressão. Qualquer pessoa que tem acesso a esse meio de comunicação e aos conhecimentos básicos inerentes ao seu funcionamento pode publicar todo tipo de informação, reclamação, ideias, expectativas, teorias, frustrações e ideologias. Como afirma Carlos Alberto Rohrmann “a *internet* é uma entidade global: a partir do momento em que uma

⁵FLORESS, Cristian. **História da Internet.** Disponível em: <https://sites.google.com/site/historiasobreossitesdebusca/historia-da-internet>. Acesso em: 19/12/2012.

⁶ CORRÊA, Gustavo Testa. Aspectos jurídicos da *internet*. 2ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2002, p. 10 e 11. *Apud*: MALOSÁ JÚNIOR, Francisco Carlos. **A realidade virtual como elemento transformador de estabelecimento empresarial.** Anais do XVII Encontro Nacional do Conpedi. Salvador: Boiteux, Junho/2008. p.1201.

⁷ MALOSÁ JÚNIOR, Francisco Carlos. **A realidade virtual como elemento transformador de estabelecimento empresarial.** Anais do XVII Encontro Nacional do Conpedi. Salvador: Boiteux, Junho/2008. p.1201.

⁸FLORESS, Cristian. **História da Internet.** Disponível em: <https://sites.google.com/site/historiasobreossitesdebusca/historia-da-internet>. Acesso em: 19/12/2012.

⁹ IKEDA. Quem somos. Disponível em: <<http://www.ikeda.com.br/quem-e-ikeda/>>. Segundo explicitado pelo site da empresa Ikeda: “Pioneira em seu segmento, a Ikeda desenvolveu o primeiro e-commerce brasileiro elaborado para a Livraria Cultura.” Acesso em: 24/jun./2012.

página foi colocada na rede, todo o mundo tem pleno acesso a ela”.¹⁰.

A comprovação deste fato é o grande número de *blogs* e páginas existentes no meio virtual. Os internautas utilizam a *internet* para publicar suas impressões e visões de mundo, suas emoções, novidades, seus desabafos, principalmente nas famosas redes sociais como o *Facebook* e o *Twitter*.

Percebe-se que o princípio da liberdade de expressão é o motor de desenvolvimento da *internet*, além de ser o grande responsável por seu crescimento desde a criação. Mais do que um direito, a liberdade de se expressar é uma proposição elementar e fundamental que serve de base à democracia contemporânea na qual, a censura não tem respaldo moral.

Regis Magalhães Soares de Queiroz explica que numa primeira reação, a *internet* poderia ser entendida como um espaço de lugar qualificado por não ser físico, mas sim virtual. Reconhece que a Suprema Corte dos Estados Unidos afirmou não se tratar de “uma entidade física ou tangível, mas uma enorme rede de computadores (*network*) que interliga inúmeros pequenos grupos de redes de computadores (*networks*) por sua vez interconectados. Pode ser assim, definido com uma rede de redes de computadores.”¹¹.

O autor admite a importância dessa concepção que inclusive foi adotada na definição técnica de *internet* pela alínea “a” do item 3, da Norma 004/95, aprovada pela Portaria n. 148, de 31/5/95, do Ministério das Comunicações: “nome genérico que designa o conjunto de redes, os meios de transmissão e comutação, roteadores, equipamentos e protocolos necessários à comunicação entre computadores, bem como o *software* e os dados contidos nestes computadores.”¹².

Mas, para ele, a *internet* é muito mais que uma rede de computadores. Regis Magalhães Soares de Queiroz entende a *internet* como um

metaterritório – transcendente em relação ao território físico porque criado virtualmente por meio de maciça interligação de redes de computadores espalhados pelo mundo que, portanto, não conhecem fronteiras físicas –, onde é possível todo tipo de informação, pela transferência de arquivos de computador para computador, utilizando os meios e a infraestrutura de comunicação disponíveis e dessa forma, o usuário pode se relacionar bem como estabelecer toda sorte de relações jurídicas e sociais.¹³

¹⁰ ROHRMANN, Carlos Alberto. O Direito Comercial Virtual – A Assinatura Digital. **Revista da Faculdade de Direito Milton Campos**. Belo Horizonte: Del Rey, 1997. v. 4, p. 33.

¹¹ QUEIROZ, Regis Magalhães Soares. **Vedação da concorrência do trepassante do estabelecimento empresarial: seus limites e sua aplicação no espaço real e virtual**. 185 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2000. p. 147.

¹² QUEIROZ, Regis Magalhães Soares. **Vedação da concorrência do trepassante do estabelecimento empresarial: seus limites e sua aplicação no espaço real e virtual**. 185 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2000. p. 147.

¹³ QUEIROZ, Regis Magalhães Soares. **Vedação da concorrência do trepassante do estabelecimento empresarial: seus limites e sua aplicação no espaço real e virtual**. 185 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2000. p. 152.

Pierre Lévy explica a noção de virtual, dizendo que

é virtual toda entidade ‘desterritorializada’, capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem, contudo estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular. Para usar um exemplo fora da esfera técnica, uma palavra é uma entidade virtual. O vocábulo ‘árvore’ está sempre sendo pronunciado em um local ou outro, em determinado dia numa certa hora. Chamaremos a enunciação deste elemento lexical de ‘atualização’. Mas a palavra em si, aquela que é pronunciada ou atualizada num certo lugar, não está em lugar nenhum e não se encontra a nenhum momento em particular (ainda que ela não tenha existido desde sempre). Repetindo, ainda que não possamos fixá-lo em nenhuma coordenada espaço-territorial, o virtual é real. Uma palavra existe de fato. O virtual existe sem estar presente.¹⁴

Segundo o dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, o virtual¹⁵ tem por existência apenas em potência ou em faculdade, não como realidade ou com efeito real. Entretanto, o fato de não estar em lugar físico não caracteriza a sua “não existência”. Assim como, o fato de a informação ou o dado frequentar algum espaço não designável, não lhe retira a existência.

O que é virtual existe e é real, pode ser desprovido de presença material, mas existe em potência, ou seja, é revelado por meio de uma constante atualização, conferindo apenas duas possibilidades: ser, ou não, realizado. É também uma possibilidade ou tendência apresentada por qualquer realidade material no sentido de modificar-se ou ser modificada, de tal forma que ela possa perfazer todas as determinações que ainda se mantém apenas virtuais.

O sítio eletrônico ou *site*, objeto de investigação deste trabalho, está localizado nesse metaterritório, portanto virtual, mas é tão real quanto se estivesse localizado em qualquer lugar físico. Também conhecido como *website* é formado por um conjunto de páginas web, isto é, hipertextos geralmente acessíveis na *internet* pelo protocolo HTTP (*HyperText Transfer Protocol* - Protocolo de Transferência de Hipertexto)¹⁶, sendo que o conjunto de todos os *sites* públicos existentes compõe a *World Wide Web*.

As páginas de um *site* são organizadas a partir de um URL (*Uniform Resource Locator* - Localizador Uniforme de Recursos) básico, onde fica a página principal, e geralmente residem no mesmo diretório de um servidor. As páginas são organizadas dentro do *site* numa hierarquia observável no URL, embora as hiperligações entre elas controlem o modo como o leitor se apercebe da estrutura global, modo esse que pode ter pouco a ver com a estrutura hierárquica dos arquivos do *site*.

2.1 Comércio eletrônico

¹⁴ LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2000, p.47.

¹⁵ Houaiss, Antônio. Dicionário **Eletrônico Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: FL Gama Design Ltda Editora Objetiva, 2009.

¹⁶ Eckersley, Peter. **Encrypt the Web with the HTTPS Everywhere Firefox Extension**. Estados Unidos: EFF. 17 de junho de 2010. *Apud*: Tatsch, Fabiano. Discussão: HTTP. 26 de maio de 2011.

Principalmente através da utilização desses *sites* é que se realiza o comércio eletrônico ou e-commerce. Também conhecido como comércio virtual, surgiu com a evolução da *internet*, com o objetivo de complementar o processo de vendas e eliminar intermediários na atividade de compra e venda de mercadorias e de prestação de serviços, a fim de auxiliar na globalização da economia através da realização de parcerias, negócios e diminuição de limites geográficos.

O comércio eletrônico não deve ser confundido com a definição de *internet*, pois ela representa o meio pelo qual se desenvolve esse comércio. Podemos conceituar o comércio eletrônico como o conjunto de transações comerciais realizadas por meio de um computador, podendo abarcar a venda de produtos ou a prestação de serviços que ocorrem através do meio virtual. A natureza do serviço prestado ou do bem não é relevante para a definição de comércio eletrônico. Neste sentido, Fábio Ulhoa Coelho assevera:

comércio eletrônico é a venda de produtos (virtuais ou físicos) ou a prestação de serviços em que a oferta e o contrato são feitos por transmissão e recepção eletrônica de dados. O comércio eletrônico realiza-se no ambiente da rede mundial de computadores.¹⁷

A *Australian Reports and Analysis Centre* (AUSTRAC) conceitua comércio eletrônico como:

um termo geral aplicado ao uso do computador e tecnologias das Telecomunicações, particularmente em uma base inter-empresarial, desde o comércio de bens e serviços. O Comércio Eletrônico usa uma variedade de tecnologias tais como EDI, E-mail, transferência por fax, catálogos eletrônicos [...]. A criação e a gerência do relacionamento entre compradores e vendedores, facilitada por um meio interativo e persuasivo.¹⁸

A Organização Mundial do Comércio (OMC), em programas de trabalho no ano de 1998, apresentou sua definição sobre o comércio eletrônico que consiste na “produção, distribuição, propaganda, venda ou entrega de bens e serviços por meios eletrônicos”.¹⁹

No comércio eletrônico, podem ser negociados produtos virtuais ou físicos. São virtuais produtos como os jornais eletrônicos, os livros digitais, o *download* de programas, ou seja, aqueles em que são colocados à disposição do adquirente de forma imaterial, em disponibilidade eletrônica, por meio de transmissão de dados para um computador. Enquanto que os produtos físicos, obviamente, são aqueles materializados, tais como televisores, geladeiras, computadores, roupas, entre outros.

¹⁷ COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial**. v. 3. São Paulo: Saraiva, 2012. p. 48.

¹⁸ A general term applied to use of computer and telecommunications technologies, particularly on a inter-enterprises basis, to support trade in goods and services. Electronic commerce uses a variety of technologies such as EDI, e-mail, facsimile transfer, electronic catalogues and directory system [...]. **The creation and management of relationship between buyers and sellers, facilitated by an interactive and pervasive medium**. {Trad.}. In: CANELLA, Sergio Eduardo; LEWIS, Sandra Barbon. *Breves Anotações sobre o Comércio Eletrônico*. Londrina: Scientia Iuris. v. 9, p. 299-316, 2005.

¹⁹ Disponível em: <WWW.wto.org>. Acesso em : 12/jun./2012.

Além de produtos virtuais e físicos, o meio eletrônico propicia a contratação da prestação de serviços, cuja execução também pode ocorrer no meio virtual, como, por exemplo, o *homebanking*, através do qual as instituições financeiras colocam à disposição de seus clientes, através de seus *sites*, serviços bancários como transferências de valores, pedidos de talões de cheque, operações com cartão de crédito, além do pagamento de despesas e monitoramento de contas correntes, de poupança ou de investimento.

Em grande medida, o comércio eletrônico melhorou a realização de negócios das organizações empresariais, porque facilitou o processo de negociação aumentando o número dos acordos fechados, tornando em muitos casos, a venda mais rápida, mais prática, além da perspectiva de redução de custos com estímulo à competitividade.

Aumentou a facilidade de contatos com os clientes, fornecedores e distribuidores, o que de certa maneira, propiciou melhoria no nível de comunicação entre a organização empresarial e o mercado consumidor.

As ferramentas do comércio eletrônico estão em constante aperfeiçoamento, mas a compra de um produto com pagamento por meio de cartão de crédito ou caixa eletrônico ou em qualquer outro meio digital, já se caracteriza como um negócio realizado via meio eletrônico, o que leva a concluir que o comércio eletrônico não criou um novo tipo de comércio, ele apenas aproveitou novas tecnologias da informática e da comunicação para realizar as tarefas tradicionais de compra e venda.

Olavo Baptista compara o comércio eletrônico com a atividade do mascate que não possuía um estabelecimento fixo, cujos contratos eram orais:

o comércio eletrônico é, de certa forma, o retorno do mascate. Todos nós temos a lembrança deste personagem, frequente nos tempos coloniais, ainda existente no início do século XX, e que visitava a casa das pessoas na zona rural ou nos bairros afastados, levando mercadorias de pequeno porte, e imagens ou amostras de outras que entregaria quando encomendadas pelo comprador interessado. O mascate não tinha estabelecimento próprio. Ia até o comprador, e oferecia-lhe bens que, em grande parte, não tinha em estoque e adquiria para entregar, quando encomendados. A especificidade da atividade comercial do mascate era a de se deslocar diante do consumidor final e oferecer-lhe, verbalmente, a mercadoria, eliminando a necessidade de deslocamentos físicos deste, propondo-lhe uma variedade de bens.²⁰

São bastante abrangentes as vantagens do comércio eletrônico como: expansão dos negócios, maior comodidade para o cliente, a rede de lojas estará disponível 24 horas, segurança e rapidez no pagamento das mercadorias, economia de tempo, possibilidade de desconto maior no preço do produto tendo em vista a diminuição do custo de contratação de

²⁰ BAPTISTA, Luiz Olavo. Comércio Eletrônico: Uma Visão do Direito Brasileiro, **Revista da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo**. V.94, São Paulo: Serviço Técnico de Imprensa da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, 1999. p.85-86.

vendedores e sem repasse de comissões aos mesmos.

Atinge clientes localizados em regiões distintas e geograficamente distantes. Não há necessidade de alugar uma loja física e investir em decoração, vitrines, entre outros itens. Permite aumentar a taxa de lucratividade da organização empresarial, oferece baixo tempo de entrega de encomenda, possibilita uma melhor pesquisa de preço do produto, rapidez na divulgação de novos produtos ou promoções, redução da mão de obra, comercialização em âmbito global.

Em suma, todas as exigências tradicionais de enormes investimentos, despesas fixas, instalações físicas, custo de mão de obra, marketing, fundo de comércio, são diminuídas ou simplesmente suprimidas.

Claro que o comércio eletrônico também apresenta desvantagens para organizações empresariais, e também para os clientes e a sociedade em geral. O contato físico deixa de existir, as pessoas não conseguem experimentar os produtos e tocá-los. O número de demissões e desemprego pode aumentar, devido à troca de funcionários pela utilização dos computadores. É necessário esperar alguns dias para ter seu produto entregue. Existe a facilidade de ter senhas e códigos copiados, além de não haver em muitos casos o devido controle de qualidade. Além do mais, as organizações empresariais precisam cobrar frete de seus clientes para entregar os produtos vendidos ou arcar com este custo.

Dentre as desvantagens descritas, a falta de segurança em alguns *sites* tem se apresentado com um grande entrave ao bom funcionamento do comércio eletrônico. Muitas vezes, a dificuldade de identificação real dos responsáveis pelos *sites*, viabiliza a prática do chamado delito virtual.

Não é o caso da Apelação Civil, nº 70026683938, proveniente da comarca de Porto Alegre, julgada pelo Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. Ou seja, nesse processo não houve problema de identificação do fornecedor que atuou no meio eletrônico, mas o caso traduz um exemplo de problema que pode decorrer do comércio eletrônico. O Tribunal condenou por dano moral a fornecedora que vendeu produtos pela *internet* e procedeu ao lançamento da cobrança em duplicidade no cartão de crédito da consumidora:

APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. COMÉRCIO ELETRÔNICO. COMPRA E VENDA PELA INTERNET. ERRO. COBRANÇA DUPLICE NA FATURA DO CARTÃO DE CRÉDITO. ATENDIMENTO ON LINE. DESCASO COM O CONSUMIDOR. DANO MORAL. QUANTUM INDENIZATÓRIO. CRITÉRIOS.

Supera o mero dissabor a situação dos autos em que a autora, ao adquirir produtos pela internet, teve lançado em duplicidade os valores em seu cartão de crédito. Diversos contatos entre o consumidor e o fornecedor sem que o impasse fosse solucionado. Descaso com o consumidor verificado. Cessação da cobrança atingida apenas mediante ação judicial. Dano moral caracterizado. Valor da condenação

fixado de acordo com as peculiaridades do caso concreto, especialmente considerando os princípios da proporcionalidade e razoabilidade, além da natureza jurídica da obrigação.²¹

Não obstante, a existência dessas desvantagens, a utilização do meio eletrônico para a concretização de venda de produtos e a prestação de serviços vem aumentando a cada dia, e vem se mostrando como uma excelente estratégia de realização de negócios.²²

Diante dessa realidade, confirma-se a máxima segundo a qual, primeiro surgem os fenômenos sociais para depois criar o Direito apto a regulamentá-los. No caso do comércio eletrônico, há uma série de questões jurídicas que merecem exame, dentre elas, a possibilidade de o sítio eletrônico ser ou não caracterizado como estabelecimento empresarial e se as regras deste instituto podem ser aplicadas ao sítio eletrônico.

Antes de concluir sobre essa questão, apresentar-se-á o conceito, as características e os elementos do estabelecimento empresarial físico para depois realizar a análise comparativa desses aspectos com os do sítio eletrônico.

3 ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL: CONCEITO E NATUREZA JURÍDICA

Ainda na época em que prevalecia a teoria dos atos de comércio no Brasil, João Eunápio Borges já admitia que para o exercício do comércio, qualquer empreendedor precisa de capital, trabalho e organização.²³ Inevitavelmente o empreendedor de atividades econômicas reúne um conjunto de bens materiais e imateriais de forma organizada que acabou por ser definido pelo Código Civil de 2002 como sendo estabelecimento.

O art. 1.142, do Código Civil de 2002 define estabelecimento como todo complexo de bens organizado, para exercício da empresa, por empresário, ou por sociedade empresária.

Para Rubens Requião, o estabelecimento é um bem móvel, incorpóreo, constituído de “um complexo de bens que não se fundem, mas mantém unitariamente sua individualidade própria”. Transcende à mera soma dos diversos bens que o compõe, consistindo num sobre valor (igual mais-valia) que acresce o valor individual atribuído a cada um dos bens que o perfaz.²⁴

Fábio Ulhoa Coelho explica que estabelecimento empresarial

é o conjunto de bens que o empresário reúne para exploração de sua atividade

²¹ TJRS - 9ª Câm. Cível; ACi nº 70031676919-Porto Alegre-RS; Rel. Des. Tasso Caubi Soares Delabary; j.9/12/2009; m.v. BAASP, 2678/1835-e, de 3.5.2010.

²² <http://www.mp.mg.gov.br/portal/public/interno/arquivo/id/11849>.
<http://www.pbagora.com.br/conteudo.php?id=20120715091332&cat=paraiba&keys=cresce-numero-empresas-vendem-produtos-servicos-pela-internet> Acesso em 09/03/2013.

²³ BORGES, João Eunápio. **Curso de Direito Comercial Terrestre**. Rio de Janeiro: Forense, 1971, p.184-185.

²⁴ REQUIÃO, Rubens. **Curso de Direito Comercial**. São Paulo: Saraiva, 2007. p. 276.

econômica. Compreende os bens indispensáveis ou úteis ao desenvolvimento da empresa, como as mercadorias em estoque, máquinas, veículos, marca e outros sinais distintivos, tecnologia etc. Trata-se de elemento indissociável à empresa. Não existe como dar início à exploração de qualquer atividade empresarial, sem a organização de um estabelecimento.”²⁵

O autor faz uma analogia entre estabelecimento e biblioteca e explica que nela, não há apenas livros agrupados ao acaso, mas um conjunto de livros sistematicamente reunidos, dispostos organizadamente, com vistas a um fim – possibilitar o acesso racional a determinado tipo de informação. Uma biblioteca tem o valor comercial superior ao da simples soma dos preços dos livros que a compõem, justamente em razão desse aspecto, isto é, dessa organização racional das informações contidas nos livros reunidos.²⁶ O mesmo ocorre com o estabelecimento, pois possui um valor normalmente superior ao valor individual dos bens que o compõem.

Sobre a natureza jurídica do estabelecimento empresarial, Fábio Ulhoa Coelho destaca três pontos essenciais, começando pelo fato de que (i) o estabelecimento empresarial não é sujeito de direito. O sujeito de direito é o empresário, titular do estabelecimento e este não possui personalidade jurídica; (ii) o segundo aspecto, refere-se à consideração segundo a qual o estabelecimento empresarial é uma coisa; (iii) e o terceiro diz respeito ao fato de que o estabelecimento empresarial integra o patrimônio do empresário ou da sociedade empresária. O estabelecimento não pode ser confundido com o empresário ou a sociedade empresária (sujeito de direito), nem com a empresa (atividade econômica organizada ou organização de fatores de produção).²⁷

O Código Civil de 2002, no art. 90, prescreve que “constitui universalidade de fato a pluralidade de bens singulares que, pertinentes à mesma pessoa, tenham destinação unitária” e no art. 91, que “constitui universalidade de direito o complexo de relações jurídicas, de uma pessoa, dotadas de valor econômico”.

Marcelo M. Bertoldi e Marcia Carla Pereira Ribeiro entendem que o estabelecimento é uma universalidade de direito, porque passou a ser definido pelo art. 1.142 do Código Civil.²⁸

Noutro sentido, Sérgio Campinho explica que não se pode admitir o estabelecimento como uma universalidade de direito porque não tem sua existência derivada da lei. “Não se constitui, como a herança e a massa falida, por exemplo, por força de lei, mas

²⁵ COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial**. v. 1. São Paulo: Saraiva, 2012, p. 96.

²⁶ COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial**. 17ª ed. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 56.

²⁷ Idem, *Ibidem*, p. 99.

²⁸ BERTOLDI, Marcelo M. RIBEIRO, Marcia Carla Pereira. **Curso avançado de Direito Comercial**. 6. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, p. 98.

em razão da vontade do empresário.”

E continua ele, dizendo que

por tal motivo é que a doutrina tem convergido na opinião de que o estabelecimento empresarial constitui-se em uma universalidade de fato (*universitas facti*). É um complexo de bens, cada qual com individualidade própria, com existência autônoma, mas que, em razão da simples vontade de seu titular, encontram-se organizados para a exploração da empresa, formando, assim, uma unidade, adquirindo um valor patrimonial pelo seu todo.²⁹

Com idêntica opinião, se pronuncia Fran Martins, dizendo que o estabelecimento é uma universalidade de fato, “ou seja, um conjunto de coisas distintas, com individualidade própria, que se transformam num todo pela vontade do comerciante.”³⁰

No mesmo sentido é a posição de Alfredo de Assis Gonçalves Neto, para quem estabelecimento empresarial tem natureza jurídica de universalidade de fato. Explica o autor que

a distinção entre universalidade de fato e de direito estaria em que a primeira seria uma reunião de bens, como o rebanho e a biblioteca, ao passo que a segunda seria um agregado de direitos, como a herança, a massa falida etc. Na universalidade de fato o conjunto de coisas singulares, simples ou compostas, resulta da vontade da pessoa que lhes dá a destinação comum que melhor lhe aprouver. Já na universalidade de direito, há um complexo de relações de direito a que a ordem jurídica atribui caráter unitário. É nesse sentido que se devem compreender os enunciados dos arts. 90 e 91 do Código Civil de 2002.

Como conjunto de bens afetados ao exercício da empresa, tal como definido no art. 1.142 do Código Civil, o estabelecimento é uma universalidade de fato.³¹

Concorda-se que o estabelecimento é uma universidade de fato (*universitas facti*). E tem razão Marcelo Andrade Féres ao explicar que

após a codificação de 2002, não há espaço para a formação de dissidências. O trato do estabelecimento, nitidamente inspirado pelo *Codice Civile*, trilhando o caminho da universidade de fato.³²

O artigo 1.143 do Código Civil prevê que pode o estabelecimento ser objeto unitário de direitos e de negócios jurídicos, translativos e constitutivos, que sejam compatíveis com a sua natureza. Ora, o estabelecimento empresarial como uma coisa coletiva, pode ter os bens integrantes de seu todo vendidos tanto unificadamente, como no trespasse, como isoladamente. Sendo objeto de direito, pode ser alienado, onerado, arrestado, penhorado ou até objeto de sequestro.

O estabelecimento empresarial é composto por elementos materiais (corpóreos) e imateriais (incorpóreos). Corpóreos são os bens que têm existência material. Incorpóreos

²⁹ CAMPINHO, Sérgio. **O direito de empresa à luz do novo Código Civil**. 5. ed. ampl. atual. Rio de Janeiro: Renovar, 2005, p. 300-301.

³⁰ MARTINS, Fran. **Curso de Direito Comercial**. 30. ed. rev. atual. ampl. Rio de Janeiro: Forense, 2006. p. 414.

³¹ GONÇALVES NETO, Alfredo de Assis. **Direito de Empresa**. Comentários aos artigos 966 a 1.195 do Código Civil. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007, p. 568.

³² FÉRES, Marcelo Andrade. **Estabelecimento Empresarial: Trespasse e Efeitos Obrigacionais**. São Paulo: Saraiva, 2007, p.20.

abarcam os bens são os que não têm existência tangível, não ocupam espaço no mundo, normalmente, oriundos da inteligência ou do conhecimento humano.

Não obstante, não se vá discutir neste trabalho sobre as divergências doutrinárias a respeito dos bens que compõem e dos que não compõem o estabelecimento empresarial, cumpre-se oferecer alguns exemplos de bens que podem integrar a sua composição. Como incorpóreos, podem ser citados o ponto comercial, a patente de invenção ou de modelo de utilidade, o registro do desenho industrial, a marca, o título de estabelecimento e o aviamento (*good will*). De bens corpóreos móveis, são exemplos: vitrine, veículo, dinheiro, títulos, mobiliário, utensílios, equipamentos, máquinas, balcão, matérias primas e mercadorias. Na categoria de bens corpóreos, há os imóveis, podendo ser exemplificado com terrenos, edifícios, construções e usinas.

Os contratos não integram o estabelecimento empresarial porque não são bens, como ressalta Rubens Requião³³. Nesse sentido, Marcelo Andrade Féres conclui que entre os bens integrantes do estabelecimento empresarial não se compreendem dívidas, créditos ou contratos, pois com acerto, as relações jurídicas integram, igualmente, o patrimônio do empresário, ao lado dos elementos do estabelecimento.³⁴

Nesse sentido Ricardo Negrão explica que o patrimônio do empresário ou da sociedade empresária é formado por um complexo de bens, direitos e obrigações, sendo que o estabelecimento empresarial é apenas uma parte desse patrimônio empresarial.³⁵

Conclui-se assim, que do ponto de vista jurídico, estabelecimento não se confunde com todo o patrimônio do empresário, consiste num complexo de bens organizados para o exercício da atividade empresarial, portanto, uma universalidade de fato, formada a partir da reunião de bens materiais e imateriais, cuja organização dependerá da vontade do empreendedor.

Pelo que, passa-se à análise sobre a possibilidade de admitir o sítio eletrônico como um estabelecimento empresarial que se sujeita à regulamentação deste na forma física.

4 SÍTIO ELETRÔNICO E O SEU ENQUADRAMENTO COMO ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL SECUNDÁRIO (FILIAL)

O sítio eletrônico ou *site* que hoje se apresenta como instrumento vital da atuação

³³ REQUIÃO, Rubens. **Curso de Direito Comercial**. São Paulo: Saraiva, 2007, p. 284.

³⁴ FÉRES, Marcelo Andrade. **Estabelecimento Empresarial: Trespasse e Efeitos Obrigacionais**. São Paulo: Saraiva, 2007, p. 21.

³⁵ NEGRÃO, Ricardo. **Manual de Direito Comercial e de Empresa**. São Paulo: Saraiva, 2005, p. 63.

empresarial, utilizado para a promoção do comércio eletrônico tem natureza jurídica de estabelecimento empresarial ou é uma extensão do estabelecimento empresarial físico?

Em 1988, quando a internet não apresentava o nível de desenvolvimento de hoje e não era utilizada para a realização do volume de comércio eletrônico atual, Oscar Barreto Filho³⁶ já admitia a possibilidade de “o empresário exercer sua atividade sem fixar-se em ponto algum”.

Essa possibilidade de o empreendedor de atividades econômicas não se fixar em um imóvel, sempre foi possível com os comerciantes ambulantes. Mas, mesmo os comerciantes ambulantes, não estabelecidos em parte alguma, não têm o seu estabelecimento? Ora, não estocam mercadorias? No caso do empreendedor que exerce a atividade empresarial primordialmente através do sítio eletrônico, as mercadorias estocadas, o computador e o programa de computador, ambos utilizados para gerir o *site*, são bens que integram, na verdade, o estabelecimento físico que se apresenta como principal, e o sítio eletrônico é o estabelecimento virtual, secundário em relação ao físico, isto é, uma filial da matriz.

Tem razão João Eunápio Borges³⁷, ao admitir que todo e qualquer empreendedor de atividade econômica organizada para a produção de bens, comercialização de bens ou a prestação de serviços, sempre têm um estabelecimento, ainda que não estabelecido em parte física alguma (imóvel), pois inevitavelmente fará uso de capital e trabalho. Ainda que o empreendimento seja estruturado sem o aparato de uma loja física, necessitará de um computador, de um ou mais programas de computador, de um servidor de *internet*, etc. Mas é preciso admitir que estes bens pertençam ao estabelecimento físico principal, a matriz, que se apresenta distinto daquela organização do *site*, um verdadeiro estabelecimento virtual.

Sabe-se que a *internet* está proporcionando uma verdadeira revolução na economia e no comércio e que como um metaterritório, desconhece as fronteiras físicas, chega a qualquer lugar onde haja um computador conectado e por isso o empresariado se relaciona com grande número de potenciais consumidores.³⁸

Com uso do sítio eletrônico, está muito mais fácil exercer a empresa sem um estabelecimento físico, pois mesmo sem estar presente em um espaço físico, o empreendedor contará com “as portas abertas” via *internet*.

Em 2000, Regis Magalhães Soares de Queiroz afirmou que

³⁶ BARRETO FILHO, Oscar. **Teoria do Estabelecimento Comercial**. São Paulo: Max Limonad, 1988, p.142.

³⁷ BORGES, João Eunápio. **Curso de Direito Comercial Terrestre**. Rio de Janeiro: Forense, 1971, p.184-185.

³⁸ QUEIROZ, Regis Magalhães Soares. **Vedação da concorrência do trepassante do estabelecimento empresarial: seus limites e sua aplicação no espaço real e virtual**. 185 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2000. p. 153.

a revolução do comércio eletrônico pode, em um futuro próximo, tornar o estabelecimento empresarial muito diferente do que ele é hoje, pelo menos em certas atividades e para alguns produtos. Basta pensarmos nos serviços prestados *on line*, como as páginas especializadas em busca, em comparação de preços, etc. Ou nas empresas especializadas em venda de produtos diretamente pela Rede, tais como programas de computador via download. Em breve, estarão disponíveis filmes para download, etc.

Nessas hipóteses, como o produto é digital, pode ser dispensável qualquer estrutura física de armazenamento, administração, etc. Por isso, o estabelecimento pode acabar transmigrando totalmente do mundo físico para metaterritório virtual, modificando completamente o conceito de estabelecimento empresarial. Basta imaginar que a administração pode ser feita eletronicamente, a cobrança e a entrega *idem*, os depósitos do faturamento nos bancos também, etc. Além disso, a burocracia fiscal ruma rapidamente para a virtualização e imaginamos que, em breve, será possível manter toda a escritura fiscal e contábil na própria Internet, o pagamento de tributos poderá ser realizado pela Rede, etc. O próprio computador que hospeda a página pode não pertencer à empresa, pois a hospedagem do *site* (o chamado *host*) pode ser terceirizada, etc.³⁹

Passados 13 anos desde que foram feitas essas afirmativas, deve-se perguntar: as prospecções projetadas pelo autor já se concretizaram?

Em 2000, ele admitiu que não houvesse possibilidade de implantação do estabelecimento 100% virtual, mesmo na hipótese de produtos e serviços que são entregues e prestados diretamente via Rede. O autor informa que naquele no ano de 2000, um estabelecimento 100% virtual era um roteiro de ficção científica, mas que a tecnologia necessária já estava praticamente disponível, faltando apenas a “informatização da burocracia fiscal e administrativa, a disseminação do comércio eletrônico e dos sistemas seguros para a transferência de dados (criptografia, assinaturas eletrônicas, etc.) e a aquisição de confiança por parte do público consumidor.”⁴⁰

Ora, já se está vivendo essa era. Essa tecnologia já foi implantada, porém, ainda perdura a dúvida, o empreendedor pode se estabelecer sem se fixar em um local físico?

Está tramitando a passos lentos na Câmara dos Deputados, o Projeto de Lei n. 1.589/99⁴¹ que pretende exigir que a indicação do estabelecimento empresarial físico para a constituição do estabelecimento virtual. Acaso seja aprovado este projeto, Regis Magalhães Soares de Queiroz explica que

talvez não seja possível a criação de uma empresa exclusivamente estabelecida de maneira virtual, pois a alínea “b” do art. 4º, determina que a oferta de contratação eletrônica deve informar o endereço físico do estabelecimento, dando a entender que essa modalidade seja necessária para o comércio eletrônico, o que não deixa de ser um fator de atraso no desenvolvimento da atividade comercial na Internet, ainda que

³⁹ QUEIROZ, Regis Magalhães Soares. **Vedação da concorrência do trepassante do estabelecimento empresarial: seus limites e sua aplicação no espaço real e virtual**. 185 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2000. p. 153-154.

⁴⁰ QUEIROZ, Regis Magalhães Soares. **Vedação da concorrência do trepassante do estabelecimento empresarial: seus limites e sua aplicação no espaço real e virtual**. 185 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2000. p. 156.

⁴¹ Apensados: PL 104/2011 (4); PL 2367/2011 ; PL 3200/2012 ; PL 4189/2012 ; PL 4509/2012

seu objetivo seja, claramente, o de garantir os direitos do consumidor, o que poderia ser contornado, p. ex., com um eficiente sistema de seguros.”⁴².

Mas independentemente da aprovação deste projeto, por enquanto, no Brasil para criar um sítio eletrônico que ofereça produtos ou serviços, é exigido o fornecimento do endereço físico do estabelecimento, pois obrigatória a indicação da sede do empresário individual, da sociedade empresária, da sociedade simples ou da empresa individual de responsabilidade limitada⁴³ que serão os titulares do sítio eletrônico. Mas a sede indicada pertence ao estabelecimento físico, isto é, o estabelecimento principal, a matriz. O sítio eletrônico se constitui como a filial.

Essa realidade ainda precisa de regulamentação, pois os órgãos competentes ainda não registram o estabelecimento virtual como filial, mas nem por isso podemos deixar de admiti-lo como um verdadeiro estabelecimento. Ora, ele se apresenta como um conjunto de bens devidamente organizados para o exercício da atividade empresarial.

Além do que, o Brasil está caminhando para criar essa regulamentação, veja o exemplo da Proposta de Emenda à Constituição para alterar as regras de tributação do ICMS para o comércio eletrônico no país que foi aprovada em julho de 2012 pelo Senado Federal. Na prática, a proposta faz com que os Estados de destino fiquem com a maior parte do ICMS dessas transações comerciais. Atualmente, no comércio eletrônico, todo o imposto é recolhido pelo Estado de origem.⁴⁴ Ora, trata-se de uma mudança de paradigma que reconhece a autonomia do estabelecimento virtual.

O fato de, para fornecer produtos ou serviços via *internet*, o empresário, a sociedade empresária e a empresa individual de responsabilidade limitada devam estar regularmente registrados na Junta Comercial, e a sociedade simples, para exercer atividades de arte, ciência, literatura e profissão intelectual sem organizar elemento de empresa, deva estar regularmente registrada no Cartório de Pessoas Jurídicas, nos termos do art. 45, 967, 985 e 1.150 do Código Civil de 2002, não inviabiliza a consideração do estabelecimento virtual como um verdadeiro estabelecimento empresarial, porquanto assume a posição de filial.

Como realizarão venda de mercadorias ou prestação de serviços via *internet*, os empreendedores praticarão atividades geradoras de tributos, cujo recolhimento

⁴² QUEIROZ, Regis Magalhães Soares. **Vedação da concorrência do trepassante do estabelecimento empresarial: seus limites e sua aplicação no espaço real e virtual**. 185 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2000. p. 156.

⁴³ Conforme haja a reunião do elemento de empresa e seja a escolha do empreendedor por exercer a atividade econômica de modo individual, coletivo, criando ou não uma pessoa jurídica. Vide art. 966, respectivo parágrafo único, art. 980-A, art. 981 e 982, do Código Civil de 2002.

⁴⁴ Disponível em: http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/89209_SENADO+APROVA+NOVA+TRIBUTACAO+PARA+COMERCIO+ELETRONICO Acesso em: 13/02/2013.

necessariamente requer a inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ, na Fazenda estadual e na Fazenda municipal, conforme seja o tipo de atividade.

Para realizar o registro na Junta Comercial ou no Cartório de Pessoas Jurídicas, no CNPJ, na Fazenda estadual e na Fazenda municipal, e em outros órgãos, o empreendedor deverá indicar um domicílio, isto é, a sede do empresário individual, da sociedade empresária ou simples e da empresa individual de responsabilidade limitada.

Mas a indicação desta sede nos registros acima apontados não significa que o sítio eletrônico seja um bem integrante do estabelecimento empresarial físico.

O sítio eletrônico não se confunde com a sede indicada pelo empreendedor para efeito de registro na Junta Comercial, inscrição no CNPJ e nas Fazendas Estadual e Municipal. Ora, o empreendedor fornece o endereço físico apenas para atender a exigência legal, mas tal circunstância não permite concluir que o estabelecimento virtual seja uma extensão do daquele endereço físico. Pelo contrário, em muitos casos, o estabelecimento virtual é o que de fato existe, resumindo-se o físico ao local, muitas vezes a residência, onde se encontra o computador e todo o aparato incorpóreo, também virtual, para acessar a *internet*.

Segundo Maria Antonieta Lynch de Moares,

site é uma espécie de casa virtual de uma pessoa, empresa ou instituição. Tecnicamente, *site* é um grupo de documentos HTML relacionados e arquivados associados que residem em um servidor.

Site corresponde a conjunto de instruções executadas por um computador que exibe, na tela de quem o acessa, determinadas informações, imagens etc., bem como, em certas hipóteses, permite que o ‘visitante’ colha ou forneça dados, solicite providências, busque maiores esclarecimentos etc.⁴⁵

Tarcisio Teixeira explica que “na *internet*, a localização virtual é dada por um nome de domínio, que, muitas vezes, se expressa pela mesma nomenclatura do título do estabelecimento (físico) ou pela nomenclatura da marca.” E continua ele, dizendo que “é pelo *site* que a atividade do empresário atuante no comércio eletrônico – passa a ser difundida e desenvolvida, pois é ali que seus clientes podem fazer compras.”⁴⁶

Marco Aurélio Greco divide os *sites* em três categorias: (i) passivos – que se limitam a reproduzir imagens ou mensagens. É um mero veículo de divulgação; (ii) canalizadores de mensagens – aceitam pedidos de compras de determinados bens ou serviços; (iii) inteligentes que não só recebem solicitações, mas têm condições técnicas de realizar operações mais complexas, de interagir com o usuário.⁴⁷

⁴⁵ MORAES, Maria Antonieta Lynch de. Possibilidade da caracterização do site na noção de estabelecimento comercial na Lei Complementar 87/96. **Revista de Direito Privado**. v. 9. jan./mar. 2002.p. 204.

⁴⁶ TEIXEIRA, Tarcisio. Estabelecimento empresarial virtual: regime jurídico. **Revista de Direito Mercantil**. n. 50. v.157. jan./mar.2011. p.28.

⁴⁷ GRECO, Marco Aurélio. Estabelecimento tributário e sites na internet. In: Newton De Lucca e Adalberto

A doutrina nacional analisada se divide quanto à autonomia do sítio eletrônico e uma parte o reconhece como estabelecimento empresarial e outra como uma extensão do estabelecimento empresarial físico.

Admitindo que o sítio eletrônico sempre tenha a sua função atrelada ao estabelecimento físico, Thomas Henrique Junqueira de Andrade Pereira se manifesta contra a possibilidade de *site* ser confundido com estabelecimento empresarial ou receber a mesma qualificação que este. Para ele,

o *site* nada mais é que um elemento imaterial que compõe o estabelecimento, sendo que confundi-lo com o estabelecimento em si seria erro tão grave quanto a antiga confusão entre “estabelecimento” e “casa comercial”.⁴⁸.

Thomas Henrique Junqueira de Andrade Pereira defende a ideia segundo a qual, o sítio eletrônico nasce e permanece atrelado a um estabelecimento físico, fazendo parte deste e que, portanto, não há uma separação entre eles.

Aldemario Araujo Castro também se manifesta contrário à possibilidade de admitir o sítio eletrônico como um estabelecimento empresarial. Partindo da definição de estabelecimento como um local, contida no §3º, do art. 11, da Lei Complementar n. 87, de 13 de setembro de 1996⁴⁹, o autor analisa as acepções da palavra local, e conclui não haver qualquer óbice ao entendimento de que o *site* seja admitido como um local. Reconhecendo que os traços seguintes da definição legal não oferecem maiores dificuldades, conclui ainda não ser permitido considerar que os *sites* atualmente existentes sejam reputados estabelecimentos virtuais.

Para ele, seria preciso a edição de toda uma legislação regulando as peculiaridades dos estabelecimentos virtuais, os aspectos relacionados com o registro fiscal, procedimentos de fiscalização, solução de eventuais conflitos de competência, entre outros.⁵⁰

Simão Filho (coords.) Direito e Internet – aspectos jurídicos relevantes. 2.ed. p. pp.341-342. *Apud* TEIXEIRA, Tarcisio. Estabelecimento empresarial virtual: regime jurídico. **Revista de Direito Mercantil**. n. 50. v.157. jan./mar.2011. p. 29.

⁴⁸ PEREIRA, Thomaz Henrique Junqueira de Andrade. Conceito de Estabelecimento Virtual. **Revista de Direito Empresarial**. Curitiba: Juruá, n. 9, jan./jun. 2008, p. 226.

⁴⁹ Lei Complementar n. 87/96. “Art. 11. (...). § 3º Para efeito desta Lei Complementar, estabelecimento é o local, privado ou público, edificado ou não, próprio ou de terceiro, onde pessoas físicas ou jurídicas exerçam suas atividades em caráter temporário ou permanente, bem como onde se encontrem armazenadas mercadorias, observado, ainda, o seguinte:

I - na impossibilidade de determinação do estabelecimento, considera-se como tal o local em que tenha sido efetuada a operação ou prestação, encontrada a mercadoria ou constatada a prestação;

II - é autônomo cada estabelecimento do mesmo titular;

III - considera-se também estabelecimento autônomo o veículo usado no comércio ambulante e na captura de pescado;

IV - respondem pelo crédito tributário todos os estabelecimentos do mesmo titular.”

⁵⁰ CASTRO, Aldemario Araujo. **Os meios eletrônicos e a tributação**. 25/11/2000. Disponível em:

Devemos considerar que embora a análise de Aldemario Araujo Castro tenha sido realizada em 2000, a Lei Complementar n. 87 por ele examinada ainda está em vigor, o que leva a concluir como ainda válidas as conclusões por ele apontadas, ou seja, para se considerar o sítio eletrônico como estabelecimento depende de regulamentação quanto ao seu registro como filial nos órgãos competentes.

Mas a ausência dessa regulamentação não impede concluir que o sítio eletrônico que funcione como estabelecimento virtual seja enquadrado como estabelecimento empresarial, pois através dele, reúnem-se bens para o exercício da atividade empresarial de venda de mercadorias ou de prestação de serviços.

Antonia Espíndola Longoni Klee também é contrária à ideia de sítio eletrônico como estabelecimento, pois segundo ela,

o *site* é um elemento imaterial que compõe o estabelecimento, não se pode confundí-lo com o estabelecimento em si. O que é virtual é o meio de acesso e não o estabelecimento. Isso é, “a imaterialidade insita ao estabelecimento virtual não se refere aos bens componentes, mas à acessibilidade”.

O estabelecimento virtual extravasa o espaço aéreo e volúvel do ambiente da Internet operado pelo *site* para atingir o próprio estabelecimento físico que gera toda a empresarialidade expressa no âmbito do *site*. Isto é, a empresa no mundo pós-moderno é mais do que o *site* na Internet, que é a sua representação digital. A exploração econômica do *site* será objeto principal dos fornecedores no mundo pós-moderno que, no mundo físico, estará devidamente materializada para poder atingir o seu fim social.

A ideia de que o *site* é a representação de uma empresa no mundo físico é sustentada pelo fato de que, se considerássemos o estabelecimento integralmente virtual, ele acabaria esbarrando nas dificuldades próprias da forma de alimentação do *site*. Se por um lado ele funciona e existe no mundo virtual devidamente nominado através de seu endereço eletrônico, não é menos verdade que a sua existência está condicionada aos atos de gestão e administração de seus gerentes, controladores, diretores, que deverão, no mundo físico, organizarem-se para a atividade empresarial em ambiente físico para desenvolver suas atividades na Internet.

Isto é, no mundo físico deverá haver a criação da empresa que dará suporte às transações com o fim de buscar a sua regularidade. O estabelecimento empresarial estará constituído no mundo físico e não no ambiente virtual.⁵¹

E continua ela, dizendo que o sítio eletrônico é uma representação do estabelecimento empresarial constituído no mundo físico. Antonia Espíndola Longoni Klee entende que o local de onde o empresário comanda e supervisiona as operações do *site* será o local incorporado ao estabelecimento empresarial sobre o qual recairão todas as regras jurídicas.

Há que se discordar desse ponto de vista, à medida admite-se que pode haver uma

<http://www.aldemario.adv.br/meios.htm>. Acesso em: 09/03/2013.

⁵¹ KLEE, Antonia Espíndola Longoni. O diálogo das fontes nos contratos pela Internet. Do vínculo contratual ao conceito de estabelecimento empresarial virtual e a proteção do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. v. 77, 2011. p. 134-135.

organização empresarial que somente indique um endereço físico no registro realizado perante a Junta Comercial, CNPJ, Receita Estadual e Municipal e outros órgãos porque o ordenamento jurídico assim o exige.

Não é possível constituir regularmente uma unidade empresarial sem endereço físico, e razoável se mostra tal exigência, pois é necessário saber onde fisicamente encontrar o titular do estabelecimento virtual para responsabilizá-lo por eventuais danos e dívidas advindos da empresa, mas isso não significa que o sítio eletrônico não se consubstancie em um estabelecimento empresarial. Tanto é que o sítio eletrônico que pode ser objeto de trespasse.

Tarcísio Teixeira concorda com essa possibilidade e explica dizendo que

quando o empresário usar exclusivamente o *site* como forma de colocar seus produtos ou serviços no mercado, o estabelecimento virtual poderia ser objeto de trespasse, por exemplo, no caso da Amazon. Se fosse o caso, poderia vender apenas o nome de domínio – endereço virtual –, juntamente com a marca (o que provavelmente tem de mais valioso), sem, necessariamente, vender os equipamentos que lhe dão suporte.⁵²

A palavra estabelecimento está definida segundo o dicionário Michaelis *online*⁵³ como o ato ou efeito de estabelecer, significando estar do latim *stare*. No dicionário Houaiss constitui ato de criar, instituir algo, abertura. E o Código Civil de 2002, no artigo 1.142 ao definir estabelecimento, não faz menção a qualificações, do tipo comercial, empresarial, tradicional, físico, virtual ou digital. Onde se conclui, no direito privado, não haver qualquer restrição à possibilidade de se reconhecer o sítio eletrônico como um estabelecimento empresarial.

Além disso, é preciso reconhecer que o fornecedor de produtos ou serviços pode constituir uma matriz e várias filias, todos eles físicos. O estabelecimento físico principal, e os vários outros estabelecimentos físicos secundários (filiais, agências ou sucursais) são independentes entre si e todos reunidos integram o patrimônio empresarial.

Claro que os secundários dependem da existência do estabelecimento principal para também existirem, mas não deixam de se enquadrar como estabelecimento empresarial nos termos da definição legal prevista no art. 1.142, do Código Civil de 2002 pelo fato de haver essa dependência.

O mesmo raciocínio pode ser desenvolvido com relação ao sítio eletrônico, que pode

⁵² TEIXEIRA, Tarcísio. Estabelecimento empresarial virtual: regime jurídico. **Revista de Direito Mercantil**. n. 50. v. 157. jan./mar.2011. p. 31.

⁵³ ESTABELECEMENTO. In: DICIONÁRIO português. Disponível em: <<http://dic.busca.uol.com.br/result.html?q=estabelecimento&group=0&t=10>>. Estabelecimento es.ta.be.le.ci.men.to *sm* (*estabelecer+mento*) 1 Ato ou efeito de estabelecer. 2 Fundação, instituição; abertura. 3 Instituto. 4 Instalação, montagem. 5 Introdução. 6 Produção, criação. 7 Assentamento, determinação, prescrição, estipulação, fixação. 8 Averiguação, comprovação. 9 Formulação, comprovação. 10 Casa comercial, ou lugar onde se faz comércio. 11 Fábrica, oficina, usina. *sm pl* Asilos, casas de beneficência, hospícios. *E. públicos*: os que têm por fim a utilidade ou recreio do público em geral. Acesso em: 09/mai./2012.

dependem de atos de gestão e administração praticados em um lugar físico, mas tal circunstância não lhe retira a condição de complexo de bens reunidos para o exercício da atividade empresarial. Os estabelecimentos empresariais secundários também dependem da prática de atos de gestão e administração que acontecem no estabelecimento principal.

Nesse sentido, é a opinião de Tarcísio Teixeira ao se debruçar sobre a terceira espécie de *site* apresentada por Marco Aurélio Greco. Para ele, os *sites* do tipo passivo e do tipo canalizador de mensagens não podem ser considerados estabelecimentos empresariais. Mas o *site* inteligente é admitido por ele, como um estabelecimento empresarial, pois “guarda semelhança com as funções do estabelecimento físico, o que permite o desenvolvimento da atividade empresarial, em especial vender seus produtos e serviços à clientela.”⁵⁴.

Do mesmo modo pensa Maria Antonieta Lynch de Moraes, para quem “nem todo *site* se reveste das características de um estabelecimento empresarial.”⁵⁵ E para ela, tanto o *site* canalizador de mensagem quanto o inteligente são suscetíveis de enquadramento como estabelecimentos empresariais virtuais.⁵⁶

Kleber Luiz Zanchim admite que o *site* tenha a mesma natureza jurídica do estabelecimento físico, apenas se diferenciando em relação a aspectos relativos ao meio em que se inserem:

o estabelecimento empresarial é ‘todo complexo de bens organizado, para o exercício da empresa, pelo empresário ou pela sociedade empresária’, assim, o estabelecimento comercial virtual é composto por este complexo de bens, ainda que imateriais em sua maioria, diferindo-se do estabelecimento tradicional pela imaterialidade ínsita à sua acessibilidade, pois enquanto aquele é acessível por meio do deslocamento no espaço, este se faz por um *click*. Assim, são ambos (o estabelecimento virtual e o estabelecimento físico) uma única realidade jurídica, possuindo idêntica natureza jurídica, e enquadrando-se na mesma categoria de estabelecimento comercial do art. 1.142 do Código Civil brasileiro, diferindo, apenas, em alguns aspectos secundários que se apresentam próprios dos meios em que se inserem.⁵⁷

No mesmo sentido, encontra-se a posição de Fábio Ulhoa Coelho. Para ele, a única distinção entre o estabelecimento físico e o virtual refere-se ao meio de acesso dos consumidores e adquirentes interessados nos produtos, serviços ou virtualidades que o empresário oferece ao mercado.⁵⁸ Para ele,

o tipo de acesso ao estabelecimento empresarial define a classificação deste. Quando

⁵⁴ TEIXEIRA, Tarcísio. Estabelecimento empresarial virtual: regime jurídico. **Revista de Direito Mercantil**. n. 50. v.157. jan./mar.2011, p. 29-30.

⁵⁵ MORAES, Maria Antonieta Lynch de. Possibilidade da caracterização do site na noção de estabelecimento comercial na Lei Complementar 87/96. **Revista de Direito Privado**. v. 9. jan./mar. 2002.p. 210.

⁵⁶ MORAES, Maria Antonieta Lynch de. Possibilidade da caracterização do site na noção de estabelecimento comercial na Lei Complementar 87/96. **Revista de Direito Privado**. v. 9. jan./mar. 2002.p. 211.

⁵⁷ ZANCHIM, Kleber Luiz. A forma dos negócios jurídicos no direito das sucessões. **Revista de Direito Privado**. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 2008.

⁵⁸ COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial**. v. 3. São Paulo: Saraiva, 2012. p. 50.

feito por deslocamento no espaço, é físico; quando por transmissão e recepção eletrônica de dados, virtual. Há aspectos comuns aos dois tipos de estabelecimento, como o fundo de empresa, mas há direitos referentes ao estabelecimento físico que não existem relativamente ao virtual, como o de renovação compulsória da locação.⁵⁹.

Para ele, a imaterialidade ínsita o estabelecimento virtual não se refere aos bens componentes que são materiais ou não em qualquer estabelecimento, físico ou virtual. A imaterialidade do estabelecimento virtual refere-se à acessibilidade. Por causa da forma de acesso ser imaterial que ele conclui não ser possível admitir a existência de ponto comercial e o direito à renovação compulsória do contrato de aluguel, em virtude da exploração do ponto.

60

Também é da mesma opinião, Marlon Tomazette, que reconhece no estabelecimento virtual ou digital, um verdadeiro estabelecimento empresarial, somente não sendo aplicadas as regras deste àquele, no que se refere ao ponto e à ação renovatória.

O empresário ao praticar a atividade empresarial por meio do sítio eletrônico, não cria uma irrealidade, um campo de ficção, imaginário ou fantasioso, por realizá-la em meio incorpóreo ou sem território físico.

Concorda-se com Fábio Ulhoa Coelho e com Marlon Tomazette quando admitem o sítio eletrônico como estabelecimento empresarial, suscetíveis de regulamentação pelas mesmas normas relativas ao estabelecimento físico.

Contudo, é preciso discordar dos referidos autores quando afirmam que os bens materiais fazem parte do estabelecimento virtual. Pelo raciocínio desenvolvido ao longo do trabalho, sendo a *internet* um metaterritório e não sendo possível constituir estabelecimento virtual sem constituir um estabelecimento físico (ainda que muito simples), não se pode admitir que os bens materiais fizessem parte do estabelecimento virtual, o que por sua vez não tem o condão de descaracterizá-lo como um verdadeiro estabelecimento empresarial.

Desse modo, conclui-se que o sítio eletrônico seja estabelecimento empresarial, situado no espaço cibernético. Embora careça de presença tangível, é real e existe em poder. Tanto é assim que o empresário pactua uma infinidade de negócios jurídicos tão reais quanto eficazes através desse complexo de bens que produz efeitos sociais, econômicos e jurídicos em dimensão material.

⁵⁹ COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial**. v. 3. São Paulo: Saraiva, 2012. p.50.

⁶⁰ COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial**. v. 3. São Paulo: Saraiva, 2012. p. 50-51.

9 CONCLUSÃO

No desenvolvimento deste trabalho, verificou a possibilidade de conceber a *internet* como um espaço de lugar qualificado por não ser físico, como uma enorme rede de computadores e ainda como um metaterritório que transcende o território físico onde é possível ser disponibilizada todo tipo de informação, que inclusive permite a realização de inúmeros negócios jurídicos que ensejam o conceito de comércio eletrônico.

Partindo dessa concepção da *internet* como metaterritório e da teoria que admite o estabelecimento empresarial como uma universalidade de fato, sem deixar de analisar as condições legais exigidas para o exercício regular da atividade econômica, em especial, a empresarial, concluiu-se que o sítio eletrônico – quando montado para o exercício da atividade de compra e venda de mercadorias ou a prestação de serviços ou as duas atividades – apresenta as mesmas características do estabelecimento empresarial regulamentado pelo art. 1.142 e seguintes do Código Civil de 2002.

Chegou-se a essa conclusão porque se verificou que ele, embora virtual, é uma universalidade de fato, que consiste em uma reunião de bens especialmente organizados pelo empresário ou pela sociedade empresária para o exercício da atividade empresarial.

O fato de haver – para montar um *site* – a necessidade de informar a sede do empresário ou da sociedade empresária no registro realizado perante a Junta Comercial, na inscrição perante o CNPJ, a Receita Estadual e a Municipal, não afasta a autonomia do sítio eletrônico, não lhe retira a condição de estabelecimento empresarial.

Verificou-se, é verdade, que há necessidade de alteração legislativa que permita o registro do estabelecimento virtual como um estabelecimento secundário, isto é, como uma filial, mas apurou-se também que o ordenamento jurídico brasileiro está em vias de buscar esse ajuste legal, e um bom exemplo é a Proposta de Emenda à Constituição que altera as regras de tributação do ICMS para o comércio eletrônico no país, para admitir que a maior parte do imposto seja paga à unidade federativa onde é entregue a mercadoria.

O sítio eletrônico depende da existência da sede tanto quanto as filiais físicas dependem da existência da matriz e o fato dele ser tão real quanto àquelas, reunindo os bens necessários para o exercício da empresa, é possibilitar tirar a conclusão de que se consubstancia em um estabelecimento secundário em relação à matriz, ou seja, o sítio eletrônico, ou estabelecimento virtual é uma filial.

6 REFERÊNCIAS

- BAPTISTA, Luiz Olavo. Comércio Eletrônico: Uma Visão do Direito Brasileiro, **Revista da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo**. V.94, São Paulo: Serviço Técnico de Imprensa da Faculdade de Direito da Universidade de São Paul, 1999.
- BARRETO FILHO, Oscar. **Teoria do Estabelecimento Comercial**. São Paulo: Max Limonad, 1988.
- BERTOLDI, Marcelo M. RIBEIRO, Marcia Carla Pereira. **Curso avançado de Direito Comercial**. 6. ed. rev. atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.
- BORGES, João Eunápio. **Curso de Direito Comercial Terrestre**. Rio de Janeiro: Forense, 1971.
- CAMPINHO, Sérgio. **O direito de empresa à luz do novo Código Civil**. 5. ed. ampl. atual. Rio de Janeiro: Renovar, 2005.
- CANELLA, Sergio Eduardo; LEWIS, Sandra Barbon. Breves anotações sobre o comércio eletrônico. v. 9. Londrina: Scientia Iuris, 2005.
- CASTRO, Aldemario Araujo. **Os meios eletrônicos e a tributação**. Disponível em: <http://www.aldemario.adv.br/meios.htm>. Acesso em: 09/03/2013.
- COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial**. 17ª ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
- _____. **Curso de direito comercial**. v. 1. São Paulo: Saraiva, 2012.
- _____. **Curso de direito comercial**. v. 3. São Paulo: Saraiva, 2012.
- FÉRES, Marcelo Andrade. **Estabelecimento Empresarial: Trespasse e Efeitos Obrigacionais**. São Paulo: Saraiva, 2007.
- FLORESS, Cristian. **História da Internet**. Disponível em: <https://sites.google.com/site/historiasobreossitesdebusca/historia-da-internet>. Acesso em: 19/12/2012.
- GONÇALVES NETO, Alfredo de Assis. **Direito de Empresa**. Comentários aos artigos 966 a 1.195 do Código Civil. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.
- HOUAISS, Antônio. Dicionário **Eletrônico Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: FL Gama Design Ltda Editora Objetiva, 2009.
- IKEDA. Quem somos. Disponível em: <<http://www.ikeda.com.br//quem-e-ikeda/>>. Acesso em: 24/jun./2012.
- KLEE, Antonia Espíndola Longoni. O diálogo das fontes nos contratos pela Internet. Do vínculo contratual ao conceito de estabelecimento empresarial virtual e a proteção do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. v. 77. 2011, p. 134-135.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2000.

MALOSÁ JÚNIOR, Francisco Carlos. **A realidade virtual como elemento transformador de estabelecimento empresarial**. Anais do XVII Encontro Nacional do Conpedi. Salvador: Boiteux, Junho/2008. p.1194-1213.

MARTINS, Fran. **Curso de Direito Comercial**. 30. ed. rev. atual. ampl. Rio de Janeiro: Forense, 2006. p. 414.

MORAES, Maria Antonieta Lynch de. Possibilidade da caracterização do site na noção de estabelecimento comercial na Lei Complementar 87/96. **Revista de Direito Privado**. v. 9. jan./mar. 2002.p. 204.

NEGRÃO, Ricardo. **Manual de Direito Comercial e de Empresa**. São Paulo: Saraiva, 2005.

PEREIRA, Thomaz Henrique Junqueira de Andrade. Conceito de Estabelecimento Virtual. **Revista de Direito Empresarial**. Curitiba: Juruá, n. 9, jan./jun.2008.

QUEIROZ, Regis Magalhães Soares. **Vedação da concorrência do trepassante do estabelecimento empresarial: seus limites e sua aplicação no espaço real e virtual**. 185 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2000.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de Direito Comercial**. São Paulo: Saraiva, 2007.

ROHRMANN, Carlos Alberto. O Direito Comercial Virtual – A Assinatura Digital. **Revista da Faculdade de Direito Milton Campos**. Belo Horizonte: Del Rey, v.4, 1997.p. 35-51.

TATSCH, Fabiano. Discussão: HTTP. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Usu%C3%A1rio:Fabiano_Tatsch/Arquivo_3 Acesso em: 26 de fevereiro de 2013.

TEIXEIRA, Tarcisio. Estabelecimento empresarial virtual: regime jurídico. **Revista de Direito Mercantil**. n. 50. v.157. jan./mar.2011. p.27-33.

ZANCHIM, Kleber Luiz. A forma dos negócios jurídicos no direito das sucessões. **Revista de Direito Privado**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 35, jul./set.2008.