

01-0820/2017



CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO

PL - PROJETO DE LEI 820/2017 DE 28/11/2017

Promovente:

Ver. EDUARDO TUMA

Ementa:

INSTITUI O SELO MULTINÍVEL LEGAL NO ÂMBITO DO MUNICÍPIO DE
SÃO PAULO.

Observações:



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**
**GABINETE DO VEREADOR
EDUARDO TUMA**

PL

820/2017

PROJETO DE LEI nº

Institui o Selo Multinível Legal no
âmbito do Município de São Paulo.

A CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO decreta:

Art. 1º Fica instituído o Selo Multinível Legal com objetivo de premiar as empresas do setor privado, instaladas ou que operem no território do Município de São Paulo, que comprovem a comercialização de serviços e/ou produtos por meio de venda direta com plano de remuneração de distribuidores independentes através da formação de rede multinível.

Art. 2º O Selo de que trata esta Lei será concedido às empresas citadas no art. 1º, que atendam aos requisitos estabelecidos nesta Lei e na legislação e atos administrativos a ela correlatos.

§ 1º Para fins do disposto nesta Lei entende-se por venda direta o sistema de comercialização de bens de consumo e/ou serviços baseado no contato pessoal entre vendedores e compradores, fora de um estabelecimento comercial fixo.

§ 2º Para fins do disposto nesta Lei entende-se por plano de remuneração o conjunto de regras expressamente estabelecidas e constantes do contrato firmado entre a empresa e seus distribuidores independentes com todas as regras e normas que estipulam a retribuição financeira e premiações que podem ser conquistadas por aqueles que comercializem os produtos e/ou serviços da empresa, seja pela venda pessoal ou venda através de rede multinível.

§ 3º Para fins do disposto nesta Lei entende-se por distribuidores independentes as pessoas físicas ou jurídicas que firmam contrato com as empresas de vendas diretas para comercialização de seus produtos e/ou serviços sem vínculo empregatício ou qualquer relação de subordinação, desenvolvendo a atividade de vendas quando e onde achar conveniente.

12 DEZ 2017

SOP. 42

Página 4 de 9

Segue(m) juntado(s), nesta data,
documento(s) rubricado(s) sob nº
02 a 09 e folha de informação
sob nº 30. 23/12/17.....
Ass: _____

Otavio de Carvalho Moreira
Técnico Administrativo
RF. 11.479



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO
GABINETE DO VEREADOR
EDUARDO TUMA**

[Handwritten signature]

§ 4º Para fins do disposto nesta Lei entende-se por rede multinível o conjunto de distribuidores independentes vinculados entre si segundo as regras previstas no plano de remuneração da empresa de venda direta.

Art. 3º Para ser premiado com o recebimento do Selo Multinível Legal a pessoa jurídica deverá comprovar junto a Secretaria de Desenvolvimento Econômico o atendimento dos seguintes requisitos, dentre outros:

I – Realização da venda direta de produtos e/ou serviços autorizados, regulamentados ou não expressamente proibidos de comercialização no território do Município de São Paulo;

II – Geração e recolhimento de tributos;

III – Oferecimento da garantia de devolução dos produtos, cancelamento dos serviços ou de desistência do negócio, de acordo com as normas previstas pelo Código de Defesa do Consumidor, Lei Federal 8.078 de 11 de setembro de 1990;

IV – Investimento no treinamento dos envolvidos no sistema de venda direta;

V – Estabelecimento de um código de ética expresso e aplicável indistintamente a todos seus distribuidores independentes;

VI – Comprovação que a pessoa física ou jurídica se torna um distribuidor independente com a possibilidade de obter ao menos ganhos de suas vendas pessoais, através de registro ou cadastro junto à empresa, gratuito ou não, sem a obrigatoriedade de compra imediata, conjunta ou casada de qualquer produto ou serviço, mas que lhe garante o direito de realizar sua primeira compra de produtos ou serviços oferecidos pela empresa a preço de distribuidor e não ao preço praticado ou sugerido para o cliente final, ainda que essa compra seja intitulada de “Kit Inicial de Negócios”, “Kit de Adesão”, “Pack de Produtos”, “Compra Ideal”, “Primeira Compra” ou algum termo similar e gere bonificação ou remuneração para a rede multinível;



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO
GABINETE DO VEREADOR
EDUARDO TUMA**

VII – comprovação que todo “Kit Inicial de Negócios”, “Kit de Adesão”, “Pack de Produtos”, “Compra Ideal”, “Primeira Compra” ou algum termo similar e que garante o direito a formar uma rede multinível de distribuidores independentes e o acesso a todas as formas de remuneração e premiações do plano de remuneração previsto no § 2º do artigo 2º desta lei, será formado por pelo menos 90% (noventa por cento) de produtos e ou serviços comercializáveis pelo distribuidor independente, sendo permitido que até 10% (dez por cento) seja formado por materiais de apoio à venda;

VIII – comprovação que todo distribuidor independente tem acesso à compra de qualquer modalidade de “Kit Inicial de Negócios”, “Kit de Adesão”, “Pack de Produtos”, “Compra Ideal”, “Primeira Compra” ou algum termo similar, independente do seu valor final, que será determinado pela quantidade de produtos e ou serviços que os formem, segundo a regra do inciso anterior, com o mesmo percentual de desconto aplicado sobre o valor dos produtos e ou serviços que formam esse kit;

IX – comprovação que toda remuneração ou premiação paga aos distribuidores independentes são originadas e custeadas exclusivamente, além de serem limitadas, pelo lucro líquido obtido com comercialização de produtos e/ou serviços realizada pelo conjunto de todos os distribuidores independentes, sejam esses comercializados para o cliente final, para o consumo pessoal ou os que formam o “Kit Inicial de Negócios”, “Kit de Adesão”, “Pack de Produtos”, “Compra Ideal”, “Primeira Compra” ou algum termo similar;

X – comprovação da idoneidade financeira da empresa e dos sócios da mesma, que isolados ou conjuntamente não possuam débitos comerciais vencidos e não pagos ou débitos fiscais inscritos como dívida ativa da União, Estados, Distrito Federal ou Municípios superiores ao capital social devidamente integralizado e constante da última alteração do contrato social devidamente registrado na Junta Comercial competente;



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO
GABINETE DO VEREADOR
EDUARDO TUMA**

13/12/2017
[Handwritten signature]

XI – continuidade e hereditariedade das responsabilidades da empresa, dos sócios e do direito dos distribuidores independentes quanto ao seu registro e posição na rede multinível geral da empresa, respeitadas as regras contratuais e as determinações do código de ética.

§ 2º É vedada a participação de empresas que tenham por atividade a comercialização de produtos derivados do tabaco ou produtos e serviços cuja comercialização seja restrita às instituições financeiras regulamentadas pelo Banco Central do Brasil (BACEN) e ligadas ao Sistema Financeiro Nacional (SFN), ou cuja exploração seja considerada ilegal ou possa configurar crimes de lavagem de dinheiro ou evasão de divisas.

§ 3º Está apta a receber o selo Venda Multinível a pessoa jurídica que comprove estar adimplente com as obrigações tributárias.

Art. 4º A premiação de que trata esta Lei somente será concedida às empresas que comprovarem que não participam de nenhum sistema de pirâmide financeira.

Parágrafo único. A comprovação de que trata o caput deste artigo ocorrerá com o cumprimento de todas as regras previstas no artigo 3º, além da comprovação que o plano de remuneração previsto no § 2º do artigo 2º não prevê qualquer tipo de ganho, vantagem, premiação ou remuneração, seja de que natureza for, não advinda da comercialização de produtos e/ou serviços, bem como qualquer tipo de rentabilidade percentual diária, mensal ou anual que tenha como base de cálculo o valor da compra pessoal de qualquer produto ou serviço realizada pelo distribuidor independente, ainda que para posterior revenda via venda direta.

Art. 5º A presente Lei será regulamentada, no prazo de 180 (cento e oitenta) dias, pelo Poder Executivo, que deverá estabelecer, entre outros pontos, os critérios necessários à obtenção do Selo Multinível Legal.



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**
GABINETE DO VEREADOR
EDUARDO TUMA

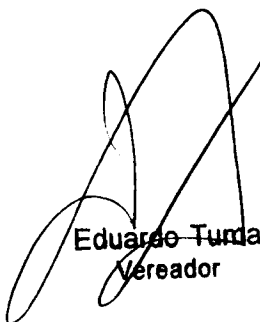
OS - 025 17
fls. 6

Art. 6º A empresa que atender aos requisitos desta Lei e da respectiva regulamentação terá o direito de fazer uso publicitário do Selo Multinível Legal, chancela oficial que poderá ser utilizada nas veiculações publicitárias que promover.

Parágrafo único. O Selo Multinível Legal terá validade de 02 (dois) anos, podendo ser renovado, e conterà em sua impressão, o prazo de validade e a certificadora

Art. 7º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 8º Revogam-se as disposições em contrário.


Eduardo Tuma
Vereador



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**
**GABINETE DO VEREADOR
EDUARDO TUMA**

JUSTIFICATIVA

O presente projeto de lei tem por escopo instituir a concessão de selo às empresas do setor privado que realizem venda direta, com a previsão de remuneração aos seus distribuidores independentes através da formação de rede multinível e que não participem de pirâmide financeira.

Grande parte da população tem visto como oportunidade de trabalho informal a realização de venda direta. A venda direta é um sistema de comercialização de bens de consumo e serviços baseado no contato pessoal entre vendedores e compradores, fora de um estabelecimento comercial fixo.

Tal modalidade já conta com o expressivo quantitativo de 4,5 milhões de pessoas atuando no mercado de venda direta no Brasil, cria cerca de 8 mil empregos diretos e atingiu no ano de 2013 a cifra de U\$ 14,6 bilhões em volume de negócios realizados. Segundo a World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA) o Brasil ocupa a 4ª colocação no ranking dos países com maior volume de vendas, ficando atrás apenas dos Estados Unidos, Japão e Chile.

Tudo isso por que o sistema de venda direta oferece algumas vantagens aos envolvidos, dentre elas: para os revendedores a venda direta efetivamente representa uma ótima fonte alternativa de renda, aberta a qualquer pessoa, independentemente de sexo, idade, escolaridade ou experiência anterior, tendo, ainda, uma série de vantagens tais como o benefício de trabalhar em horários flexíveis, ganhar conforme a dedicação e se desenvolver pessoal e profissionalmente.



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**
**GABINETE DO VEREADOR
EDUARDO TUMA**

autuado por José Roberto Wey de Brito em 13/12/2017 17:30:46.

fls. 8

0-3.5 17
[Handwritten signature]

Para as empresas a venda direta envolve os mais diversos setores da economia – de cosméticos e produtos de limpeza e higiene pessoal a alimentos e suplementos nutricionais, sendo, ainda, uma grande vantagem para a possibilidade de expandir o alcance geográfico de seus produtos e ampliar enormemente a quantidade de clientes pela propagação de seus produtos e sua marca pela indicação pessoal no modelo boca a boca; para o consumidor a venda direta representa um atendimento personalizado que não existe no varejo tradicional e; para a sociedade: é uma forma de contribuir para minimizar o problema do desemprego, além da oportunidade de complementação da renda familiar, gerando mais riqueza para o país.

A venda direta é realizada em algumas modalidades, sendo elas: *door to door* ou porta-a-porta: o revendedor vai até a residência ou local de trabalho do consumidor para demonstrar e vender os produtos; catálogo: o revendedor deixa o catálogo ou folheto na residência do consumidor e depois passa para retirar o pedido e; *party plan*: o revendedor promove um chá na casa de um consumidor para ele e seus amigos, em que demonstra e revende os produtos.

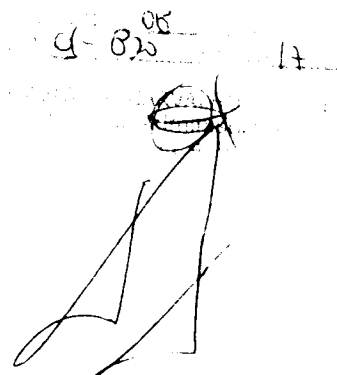
Há duas maneiras de os revendedores lucrarem, sendo elas: pelo sistema mononível em que o revendedor compra o produto e o revende com uma margem de lucro média de 30% e o sistema multinível que além da margem de lucro, o revendedor que indicar outros revendedores também ganha uma porcentagem em cima dessas vendas. Nesse sistema, os ganhos são proporcionais ao esforço empregado.

A venda direta é atualmente responsável pelo aumento do quantitativo de vagas de emprego informais o que consequentemente aplaca a dificuldade em gerar empregos formais com carteira fichada.

Historicamente os primórdios da venda direta ao redor do mundo remontam inicialmente ao século IXX, quando aparecem os primeiros registros oficiais sobre a venda direta, na Inglaterra, momento em que a editora da Enciclopédia Britânica adota a prática de vender, de porta em porta, suas coleções.



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**
**GABINETE DO VEREADOR
EDUARDO TUMA**



Em sequência no ano de 1886, em Nova York, o vendedor de livros a domicílio David McConnell passa a oferecer perfumes como brinde para quem compra seus produtos e logo percebe que as pessoas compram os livros para ganhar as fragrâncias, e assim decide vender cosméticos de porta em porta. Em 1887 com uma equipe de 12 vendedoras, McConnell funda a Perfumes Califórnia. Dez anos mais tarde, em 1897 a Perfumes Califórnia lança seu primeiro catálogo de ofertas, com perfumes e outros produtos de beleza.

Já na década de 1930 no Japão, por conta de um surto de infecções intestinais responsável pelo aumento do índice de mortalidade infantil, é desenvolvido pelo pesquisador Minoru Shirota o leite fermentado Yakult, que inibe bactérias nocivas e equilibra a flora intestinal. O produto é distribuído por sistema de entrega domiciliar. Em 1939 a Perfumes Califórnia, decide mudar seu nome para Avon e já se encontra presente em mais de 40 estados americanos.

Outra grande empresa de venda direta a Tupperware é criada pelo engenheiro americano Earl Tupper em 1946 e dá início ao sistema de reuniões domiciliares.

Em 1959 os jovens empreendedores Jay Van Andel e Rich DeVos fundam a Amway, e desenvolvem o método de oferecer aos vendedores condições de montar sua própria rede de negócio na distribuição de uma variada linha de produtos.

Em 1963 a texana Mary Kay Ash funda a empresa que leva seu nome, com o objetivo de estimular mulheres a montar seu próprio negócio.

No Brasil, em 1942 a empresa brasileira Hermes começa a desenvolver no país o conceito de venda direta, por meio do reembolso postal.

Em 1959 a Avon inaugura sua fábrica em São Paulo. Sua primeira produção foi o batom Fashion, na cor Clear Red.

Em 1966 a Yakult desembarca no Brasil, apresentando seu sistema de vendas aos consumidores locais. Em 1968 a Yakult constrói uma fábrica em São Bernardo do Campo.



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO
GABINETE DO VEREADOR
EDUARDO TUMA**

Em 1969 com um laboratório para produzir cosméticos e uma pequena loja em São Paulo, é criada a Natura. Em 1974 a Natura inicia o sistema de venda direta, o ponto de partida para o crescimento da empresa.

Em 1976 a Tupperware chega ao Brasil com seu método de reuniões domiciliares.

Em 1980 a Natura entra no mercado de maquiagem e perfumaria e inicia operações no Chile.

Em 1984 é a vez da Nu Skin Enterprises iniciar suas atividades no Brasil.

Década de 1990 com o sucesso da venda direta no país, chegam empresas como Amway, Nature's Sunshine, Herbalife, Mary Kay e Fibrative.

Sala das Sessões, em


Eduardo Tuma
Vereador



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO PAULO**

Papel para informação, rubricado como folha nº 50

do processo nº 01 – PL 820 de 2017. 13.12.17 (a)

LIDO HOJE ÀS COMISSÕES DE: 12 DEZ 2017
--

Edin Laker

PRESIDENTE

À Procuradoria – Setor de Pesquisa e Assessoria de Análise Prévia das Proposituras.
Efetuada a autuação, encaminho os presentes autos para prosseguimento.

12 DEZ 2017

Antonio Isoldi Caleari
Supervisor da Equipe de Controle do Processo Legislativo - SGP.22