

REPRESENTAÇÃO COMERCIAL INTERNACIONAL AUTÔNOMA NA GUIANA FRANCESA

IRAN DE BRITO COSTA ¹

RESUMO: O propósito da pesquisa que originou esse artigo é baseado em estudos sobre representação comercial autônomo internacional. Pois o exercício da atividade profissional é imprescindível nos negócios internacionais na fronteira envolvendo à Guiana francesa e o Estado do Amapá no que diz respeito ao comércio exterior. No Brasil a Lei 4.886 de 1965, alterada pela Lei 8.420/1992 e 12.246/10) regulamenta a profissão de representante comercial autônomo, define os parâmetros do contrato de representação comercial e outras proteções à categoria. Os artigos 27 e 43,, constituem regras limitadoras à autonomia do representante comercial para direcionar a atividade profissional brasileira.

Palavras-chave: Representação autônoma. Negócio internacional. Fronteira. Comércio exterior

RÉSUMÉ: Cet article est basé sur des études sur la représentation commerciale internationale autonome. L'exercice de cette activité professionnelle est essentiel pour les affaires internationales, notamment à la frontière entre la Guyane française et l'État de l'Amapá en qui concerne le commerce extérieur. Au Brésil, la loi 4886 du 1965, modifiée par la loi 8420/1992 et 12246/2010 régleme cette activité, définit les paramètres du contrat de la catégorie ainsi que les protections liées à cette activité. Les articles 27 et 43 limitent l'autonomie du représentant commercial afin d'encadrer l'activité au Brésil.

Mots-clés: Représentation autonome . Affaires internationales . Frontière . Commerce extérieur .

1 INTRODUÇÃO

A Guiana é única fronteira francesa europeia no que diz respeito à América do sul integrante da Amazônia cujo espaço geográfico é similar ao do Estado do Amapá, pois pertence à mesma região florestal e com pequenas atividades econômicas entre as comunidades locais principalmente entre Guianenses e brasileiros.

Além disso, os interesses entre as duas partes para promover uma melhor relação comercial internacional nessas regiões estão em construção para facilitar ações conjuntas por meio de acordos diplomáticos franco-brasileiros.

¹ Acadêmico de Relações internacionais, 3º semestre, iranbrito@aol.com

Nos anos 90 a partir de 1996 as comissões formadas tanto do governo francês bem como do governo brasileiro formaram comissões mistas Franco-brasileiras para discutirem assuntos pertinentes à fronteira.

Neste contexto, Silva (2013, p.23) “ na antiguidade, as fronteiras eram as práticas de uma sociedade rural que limitava o território até certa extremidade para além da qual se via frequentemente o descoberto”.

As políticas governamentais para favorecer as cooperações com os atores envolvidos de uma parte, o Brasil e o do outra parte, a França vingou o projeto de uma construção de uma ponte continental sobre o rio Oiapoque para aproximar os negócios internacionais comerciais empresarias bem como local tanto como nacional entre esses estados estrangeiros.

Los negocios internacionales son las transacciones de negocios que ocurren entre personas, empresas o gobiernos de dos a más países. Estas transacciones son las que originan el movimiento de bienes y servicios, de capital, de personas, así como la transferencia de tecnología, que se realizan fuera de las fronteras nacionales (CONTRERAS, 2014, p.25).

Neste contexto, o portal de pesquisa do Itamaraty, os Presidentes do Brasil e da França exprimem sua intenção de cooperar para aumentar o volume do intercâmbio comercial e os investimentos cruzados, com o objetivo de dobrá-los até 2020. Com isso o comercio exterior da fronteira tornara menos burocrático no que diz respeito às relações comerciais para suas economias já que ponte sobre o Rio Oiapoque fortalecerá o fluxo de mercadorias.

Comércio exterior de um país é um importante setor da atividade econômica. Isto se deve a natureza das suas funções. Portanto, atender aos interesses nacionais dos Estados. Que nas mãos de seus governos modulam a sua inserção com os princípios multilateral de comércio ou internacional (CONTRERAS, 2014, p.25).

As atividades empresariais franco-brasileiras precisarão do profissional para auxiliar nas relações comerciais de forma legal para estabelecer uma aproximação mutua entre franceses e brasileiros para harmonizar acordos por meio de um representante comercial internacional. E, com isso uma representação autônoma na Guiana Francesa servirá de apoio aos interesses empresarias brasileiros neste departamento.

Neste contexto, Roque (2011, p. 15) “ representante comercial autônomo, o RCA, é o profissional de vendas, encarrega-se da conquista da clientela e colocação dos produtos da empresa num determinado território” .

No Brasil, o mercado do representante comercial é amplo e abrange vários segmentos da indústria e do comércio com uma importância econômico contemporâneo envolvendo as grandes, médias e até pequenas empresas fornecedoras de produtos e serviços para alcançar à clientela com menor custo e tecnologia envolvida no processo mercadológico .

De acordo com a pesquisa anual do comércio (APC) divulgado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) , a receita bruta de revenda do comércio do Amapá foi de R\$ 6,91 bilhões em 2014 ,um crescimento de 169,8% em relação ao ano 2007 com destaque ao comércio por atacado que cresceu 218,16% neste mesmo período saindo de uma receita bruta de R\$ 940 milhões para um total de R\$ 3 bilhões .

No Brasil, o numero de empresas comerciais subiu de 4,6% de 2008 a 2009 formalizadas com 1,466 e estas, tinham 1,57 milhão de unidades brasileiras. O comércio atacadista liderou a receita com a receita líquida de 677,8 bilhões reais sendo 43% da receita mercantil total no ano de 2009. Tal iniciativa empresarial justifica-se neste artigo.

2 O REPRESENTANTE COMERCIAL EUROPEU

Muitos países europeus regulamentaram o contrato de representação comercial autônoma em seu direito interno. A Bélgica, através de uma lei de 30 de julho de 1963; a França , por intermédio de lei editada em 18 de julho de 1937 e, posteriormente ,pelo decreto 58-1345,de 25 de dezembro de 1958 ; a Alemanha ,em seu código de comercio ,de 1987 (livro I, seção 7) reformada em 1953, que foi o primeiro sistema legal que se referiu ao representante comercial(Handlungsagenten e Handelsvertreter) e que constitui a base para diversas legislações posteriores de outros países da Europa. (CÁLABRIA, 2002, p.77)

2.1 Procedimentos para criação de uma empresa brasileira na Guiana

O criador de uma empresa estrangeira em um dos Estados da União Europeia deverá fazer os seguintes procedimentos: uma solicitação junto a Embaixada de seu país de origem, um visto de estada para seus procedimentos administrativos; Ele deve efetuar junto a prefeitura do local a criação de sua

empresa, uma solicitação de carta de sejour- documento de permanência temporário-, com a indicação de comerciante , industrial , á vida particular ou à família .Os documentos compõem o dossiê de solicitação de documento de estada temporário reconhecido pela portaria ministerial de 12 de setembro de 2007.

Se a documentação tiver completo a prefeitura emite um recibo de deposito de solicitação do documento de estada temporário que permitira ao criador de efetuar as formalidades de sua criação e direcionar junto ao Centro de Formalidades das empresas competentes.

3 O REPRESENTANTE COMERCIAL BRASILEIRO

A atividade de representação comercial autônoma está amplamente e completamente regulamentada no país desde a edição da Lei n .4. 886, de dezembro de 1965 com as alterações introduzidas pela Lei Federal nº 8.420 de 8 de maio de 1992 e pela Lei Federal nº 12.246 de 27 de maio de 2010. , sendo necessário o registro nas Juntas Comerciais, artigos 966 a 970 do Novo Código Civil.

Este diploma legal contempla não apenas o contrato comercial de representação comercial bem como criou o Conselho Federal dos Representantes Comerciais e, também no que tange aos estados – os Conselhos Regionais-, que são os órgãos de Classe da Categoria responsáveis pelo registro, regulamentação e fiscalização da atividade.

Exerce a representação comercial autônoma a pessoa jurídica ou pessoa física sem relação de emprego, que desempenha em caráter não eventual por conta de uma ou mais pessoas, a mediação para a realização de negócios mercantis, agenciando propostas ou pedidos para transmiti-los aos representantes, praticando ou não atos relacionados com a execução dos negócios. (CALÁBRIA,2002, p.85).

Os representantes comerciais internacionais são pessoas físicas ou jurídicas que de maneira contínua ou estável dedicam-se a intermediar em operações de comércio internacional por conta de outros, recebendo em troca uma remuneração, mas sem assumirem risco das operações em que participam. Portanto, se trata de profissionais independentes que atuam por conta de outra empresa e organizam seu trabalho segundo seus próprios critérios. Por isso recebem um salário ou uma comissão em função dos resultados que obtenham e, ocasionalmente, uma compensação econômica pelos gastos que incorram.(DUAVY; CANDICE, 2013,p.06)

3 1 Vantagens de uma representação internacional

Para a empresa a vantagem é que o representante não tem vínculos empregatícios. Com isso, a empresa diminui seus custos, por não ter encargos e obrigações que teria em caso de funcionário no exterior. Ela passa a se preocupar só em atender seus pedidos e não precisa investir em treinamentos com funcionários para atendimento aos clientes.

3 2 Desvantagens de uma representação internacional

A desvantagem é ter um contrato com o Representante Comercial é preciso indeniza-lo no caso do rompimento. No entanto, por se trata no trabalho no exterior é preciso dialogar bastantes antes de fazer um contrato.

3 3 Idioma

O representante comercial na Guiana francesa deve ter uma fluência nos idiomas francês e português para negociar na fronteira com empresários de setores comerciais ora do estado do Amapá ora da Guiana francesa.

La comunicación es un aspecto vital para los negocios internacionales, mediante el idioma es como nos comunicamos y nos damos a entender para poder llegar a acuerdo. También la expresión corporal es importante, porque en algunas culturas es relevante esta modalidad de comunicación, por lo que hay que tener cuidado con nuestros ademanes o gestos dentro de una plática. (CONTRERAS, 2014, p.07).

4 OS ASPECTOS CONTRATUAIS COMERCIAIS

É estabelecida por um contrato intitulado de representação comercial, entre duas partes denominadas representantes e representados. Antes de examinar de formalização contratual é importante definir que no Código Civil Brasileiro, é baseado no Código Civil Italiano ,pois os seguintes artigos 27 e 43, constituíam regras limitadoras à autonomia do representante comercial à luz da Lei n. 4.886, de 09 de dezembro de 1965.

Neste contexto, Roque (2011, p.47) “Il contratto è l'accordo di due o più parti per costituire ,regolare e estinguere un rapporto giuridico patrimoniale” .

4.1 Características do Contrato de Representação

Por se trata de uma relação comercial mercantil o contrato de representação é consensual por ser celebrado por livre conversação entre as partes e depois é formalizado por escrito.

O contrato de representação comercial é mercantil, pois as operações que ele regulamenta são de distribuição e venda de mercadorias. Além do mais, a própria lei o chama de contrato de representação comercial, que é o mesmo mercantil. Quanto à pessoa dos contratantes ,pelo menos uma é mercantil : o representado. O representante pode ser um empresário registrado na Junta Comercial, sendo, portanto mercantil. (ROQUE, 2011, p53).

4 2 Estrutura de uma representação comercial

A estrutura de uma representação comercial dependerá das características do trabalho a ser realizado, considerando os produtos, as exigências das empresas representadas, a região de atuação, o perfil dos clientes e outros fatores considerados relevantes. Para um negócio de pequeno porte, um pequeno escritório, que pode estar localizado na própria residência do empreendedor ou no consulado brasileiro, pois o trabalho em conjunto fortalece a negociação internacional.

5 A FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO AMAPÁ – FECOMÉRCIO /AP.

Em meados dos 90 com a necessidade do setor terciário dos empresários locais buscou-se harmonizar suas atividades econômicas no Amapá. Em 1991 a Fecomércio/AP iniciou com sete sindicatos e como o tempo houve a necessidade de ter uma única instituição que os representassem o comércio.

Com o fortalecimento do sistema com mais cinco sindicatos patronais envolvidos no processo de formação representativo aumentou-se a quantidade de sindicatos junto à Federação do Amapá sendo doze sindicalizados.

O SINDBAR (Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares do Estado do Amapá, SINDFARMA (Sindicato do Comércio Varejista de Produtos Farmacêuticos do Estado do Amapá, SINDLOJA (Sindicato do Comércio Lojista do Estado do Amapá),SINDGENEROS(Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros

Alimentícios do Estado do Amapá , SINDMAT(Sindicato do Comércio Varejista de Materiais de Construção , Elétrico e Hidráulico do Estado do Amapá .

O SINDMÓVEIS (Sindicato do Comércio Varejista de Móveis e Eletrodomésticos do Estado do Amapá), SINDHORT (Sindicato do Comércio Varejista de Produtos Hortifrutigranjeiros do Estado do Amapá, SINCOMEP (Sindicato do Comércio Varejista de Material de Escritório e Papelaria do Estado do Amapá).

O SCAGAP (Sindicato do Comércio Atacadista de Gêneros Alimentícios do Estado de Amapá, SINCAL (Sindicato do Comércio Varejista de Calçados do Estado do Amapá, SINDVÍDEO (Sindicato das Empresas de Locação de Fitas Gravadas em Vídeo Cassete do Estado do Amapá, SINDRAP (Sindicato dos Representantes do Estado do Amapá, e o SINDETUR(Sindicato das Empresas de Turismo do Estado do Amapá).

Por meio desta Federação Comercial problematizou-se uma parceria comercial para instalar na Guiana Francesa uma representação internacional autônoma já que é o principal objetivo deste artigo é fazer negócios internacionais na fronteira junto ao setor empresarial Amapaense bem como Guianense. .

6 QUANTO À METODOLOGIA

Este artigo acadêmico trata-se de uma pesquisa bibliográfica com método qualitativa, na qual será feita a partir de material já elaborado e publicado, constituído por artigo de revista local, textos jurídicos e referências internacionais de sites.

A necessidade de buscar informações para embasamento teórico e perceber como se dá a realidade no campo de atuação destaca-se alguns encaminhamentos que fizeram a realização deste trabalho; Pesquisa bibliográfica: estudar as literaturas existentes em livros, revistas e internet para embasamento teórico e melhor entendimento sobre a temática em posta em evidencia de uma representação comercial autônoma.

Neste contexto, Lakatos (2003, p.158) A pesquisa bibliográfica é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema. O estudo de literatura pertinente pode ajudar a planificação do trabalho, evitar publicações e

certos erros, e representa uma fonte indispensável de informações, podendo até orientar as indagações.

Sendo assim, o levantamento das bibliografias foi realizado após aula expositiva da disciplina de Metodologia Científica cujo objeto de estudo foi após a pesquisa.

Neste contexto, Trigueiro (2014, p.21) trabalho foi realizado por meio de uma Pesquisa bibliográfica: Abrange a leitura, análise e interpretação de livros e traduções. Trata-se de uma etapa inicial de um procedimento, seja qual for o problema em questão, com o objetivo de se ter um conhecimento prévio da situação em que se encontra um assunto na literatura da área.

Os critérios para inclusão foram: Títulos e resumos relacionados à problemática deste estudo. Qualidade da descrição dos objetivos e descrição e discussão dos principais fatores relacionados à temática. Para exclusão: referências sem citações autorais. Sem achados científicos pertinentes ao estudo e não apresentar textos completos para realização de leitura.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atividade de representação comercial não exige instalações próprias, podendo ser iniciada na própria residência do empreendedor, o que reduz sensivelmente os custos de instalação. Caso haja parceria com Fecomércio do Amapá cujo escritório do representante será melhor amparada, pois a estrutura cujo Sindicato de Representação está associado junto a Instituição reconhecida no Brasil.

Desta forma o ambiente comercial terá uma extensão da Federação com a representação internacional na Guiana Francesa, Pois em se tratando de uma representação comercial internacional a documentação dos tramites exigidos para transitar na Guiana Francesa são oriundos primeiramente por meio da embaixada da França no Brasil.

Desta maneira, além dos documentos exigidos de uma pessoa física e jurídica para instalar uma representação internacional autônoma na Guiana francesa a parceria junto à Federação do Comércio do Amapá ainda estar em construção.

Pois ainda é preciso fazer uma pesquisa de campo junto ao setor empresarial para verificar a viabilidade deste artigo e sua relevância brasileira.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei 4886 de 09 de dezembro de 196.alterada pela lei 8420 de 08 de maio de 1992. Sendo alterada pela lei federal 8.420 de 27 de maio de 2010

CALÁBRIA, Marco Antonio Rocha.Representação comercial no mercosul: harmonização legislativa e solução de controvérsias.campinas. São Paulo: Alínea, 2002. 208p.

CONTRERAS, Hermando h.Introducción a los negócios internacionales.editado por Colaboradores del Cuerpo Académico Negocios Internacionales . Universidad Autónoma de Tamaulipas , disponível em :<http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1394/>>. Acesso em : 27 de novembro de 2016

IBGE. Estatísticas da economia do comercio e serviços. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/comercioeservico/pac/2009/default.shtm> ,> . Acesso em: 25 de novembro de 2016

MARCONI, Maria de Andrade., LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica.5.ed.São Paulo: Atlas,2003.310p.

MEDEIROS, Aline. Hora de colher: 25 anos do sistema fecomércio no Amapá. COMÉRCIO DO AMAPÁ EM AÇÃO, Macapá, ed.11,p.26 jul/ago/set. 2016.

ROQUE, Sebastião José. Do representante comercial autônomo. São Paulo: Ícone, 2011.302p

SEBRAE. Representante comercial. Brasília, 2010. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/customizado/aceso-a-mercados/distribua-seus-produtos/representantecomercial>. Acesso em: 27 de novembro de 2016.

SEBRAE. Ideias pra montar um serviço de representação comercial. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-um-servi%C3%A7ode-representa%C3%A7%C3%A3o-comercial> lei Nº 4.886, de 9 de dezembro de 1965> >. Acesso em: 26 de novembro de 2016

SILVA, Gutemberg de Vilhena.Usos contemporâneos da fronteira franco-brasileira: entre os ditames globais e a articulação local. Macapá : Unifap AP, 2013.p.131

SEBRAE. Representação internacional. Disponível em: https://encontrodecanaais.ce.sebrae.com.br/static/media/uploads/galleries/documentos_encontro_canaais/representante_comercial_internacional.pdf >. Acesso em: 20 de novembro de 2016

TRIGUEIRO, Rodrigues de Menezes e al. Metodologia científica . Londrina: Educacional e Distribuidora, 2014.184p.