

**Conecte-se** com as  
principais informações  
do **mercado imobiliário**

Seja um **associado SECOVI-SP** e conte  
com **conteúdos e benefícios exclusivos**.  
Tenha acesso aos principais players do setor!

Traga sua **startup** para a  
**casa do mercado imobiliário**

# **LEGAL E-BOOK SECOVI PARA STARTUPS**

**COORDENAÇÃO GERAL –**

GABRIEL RIBEIRO BORGES –

COORDENADOR DE INOVAÇÃO SECOVI-NE

**AUTORES:**

FELIPE NOVAK

NATHALIA LOPES

TOMÁS REBUCCI

REVISOR:

JOÃO AQUINO

**REVISOR:**

JOÃO AUGUSTO AQUINO DE ARAÚJO

## SUMÁRIO

**POR NATHALIA LOPES**

### **I – STARTUP**

I.I – FUNCIONAMENTO

I.II – REGULAÇÃO

I.III – STARTUP IMOBILIÁRIA

**POR TOMÁS REBUCCI**

### **II – A IDEIA**

II.I – COMO PROTEGER SUA IDEIA

II.II – DIREITO AUTORAL

II.III – SOFTWARE

II.IV – MARCAS

II.V – PATENTE

II.VI – MODELO DE UTILIDADE

II.VII – DESENHO INDUSTRIAL

II.VIII – SEGREDO INDUSTRIAL

**POR FELIPE NOVAK**

### **III – SÓCIOS E SOCIEDADES**

III.I – ACORDO DE SÓCIOS

III.II – TIPOS SOCIETÁRIOS

III.III – CONCLUSÃO

**POR NATHALIA LOPES**

### **IV.I – INVESTIMENTOS EM STARTUPS**

IV.II – LOVE CAPITAL

IV.III – INVESTIDOR-ANJO

IV.IV – CRÉDITO BANCÁRIO

IV.V – FUNDOS DE INVESTIMENTOS (*VENTURE CAPITAL E PRIVATE EQUITY*)

IV.VI – *CROWDFUNDING*

**POR TOMÁS REBUCCI**

**V – TIPOS DE DOCUMENTOS**

V.I – *TERM SHEET* OU *MOU*

V.II – *NDA (NON-DISCLOSURE AGREEMENT)* – TERMO DE CONFIDENCIALIDADE

V.III – ACORDO DE SÓCIOS – *DRAG ALONG* E *TAG ALONG*

V.IV – *VESTING*

V.V – *STOCK OPTION*

**POR NATHALIA LOPES**

**VI.I – EQUIPE E COLABORADORES**

VI.II – CONTRATAÇÃO CLT

VI.III – PESSOA JURÍDICA

**POR FELIPE NOVAK**

**VII.I – TRIBUTAÇÃO**

VII.II – SIMPLES NACIONAL

VII.III – LUCRO PRESUMIDO

VII.IV – LUCRO REAL

VII.V – CONCLUSÃO

**POR TOMÁS REBUCCI**

**VIII – CLIENTES**

VIII.I – RELAÇÕES COM O CONSUMIDOR

VIII.II – O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (CDC – LEI Nº 8.079/90)

VIII.III – TERMOS E CONDIÇÕES DE USO

VIII.IV – POLÍTICA DE PRIVACIDADE

VIII.V – LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD – LEI Nº 13.709/18)

**IX – CONSIDERAÇÕES FINAIS**



**POR NATHALIA LOPES**

## **I – STARTUP**

As startups são, em essência, modelos de negócios pautados pela *inovação*. Elas representam a fusão entre um ambiente disruptivo, o investimento de alto risco e uma incerteza proporcional ao potencial revolucionário do seu mercado de atuação.

Assim como as tradicionais empresas norte-americanas do Vale do Silício que criaram o termo, startups começam com uma *ideia*. É em torno dessa ideia, diferente, ousada e, por consequência disso, arriscada que *as startups* operacionalizam empreendimentos novos e, no cenário mais otimista, extremamente escaláveis.

Apesar de não estarem restritas a aplicativos e softwares, o desenvolvimento tecnológico cria um ambiente online indutor da escalabilidade desse mercado, dada a capacidade de crescimento exponencial e sua rapidez.

O processo de democratização do acesso à internet também foi fundamental para permitir um campo de criação e inovação possível para o desenvolvimento de novos mercados. Além de contemporâneas à primeira “bolha da internet”, *as startups* são um fenômeno do mundo moderno que se consolida a cada inovação tecnológica.

O conceito, constante em dicionários, significa o processo de iniciar uma operação ou movimento. Uma amplitude de possibilidades cabe nessa definição que cumpre um propósito de abraçar um campo amostral também muito amplo. Há uma importância no que não está dito na definição de *uma startup*, pois o que caracteriza essas empresas não é seu tamanho, atividade ou setor da economia, mas sua forma de operação inovadora num campo de altíssimo risco.

### **I.I. – FUNCIONAMENTO**

As jovens empresas - ora denominadas de *startups* - ocupam os mais variados mercados, seja criando uma plataforma de logística de entregas ou oferecendo serviços educacionais descentralizados. É seguro dizer, então, que há uma diversidade mercadológica no funcionamento dessas empresas, mas com um denominador comum.

De formas diferentes, a atividade dessas empresas encontra-se na propositura de soluções inovadoras. A partir de uma ideia surgida por meio da sensibilidade às necessidades do mercado, os empreendedores assumem um risco e operacionalizam suas propostas de resposta aos gargalos do mercado tradicional, geralmente, fazendo uso da tecnologia.

Uma distinção importante é que a inovação empregada no uso das startups não significa necessariamente o uso de tecnologia. O subgrupo das startups que empregam o uso de tecnologias em seus modelos de negócios são as chamadas *techs* – *finctechs*, *edutechs*, *foodtechs*, *lawtechs* – cujos tipo são ilimitados.

A concretização de uma ideia em um modelo de negócio não é algo trivial. A viabilidade de um empreendimento inovador em um mercado cada vez mais saturado perpassa etapas fundamentais para fundamentar uma base sólida para o crescimento do negócio. Um elemento que atravessa os diversos momentos do ciclo de vida de *uma startup* é a necessidade do *networking*. Seja pela necessidade de testar com o público, validar suas hipóteses no mercado ou buscar parceiros e captar recursos, o caminho da execução de uma ideia implica em momentos de *benchmarks*, *feedbacks* e *assessments*.

Isso porque as startups carecem de investimento além do financeiro. Os benefícios de um investimento em *networking*, estar em meios de mentoria, troca de *know-how* e credibilidade são essenciais para que o *product/market fit* esteja alinhado com as expectativas de desenvolvedores e clientes. Nesse cenário, investidores experientes podem contribuir para o sucesso da *startup*, compartilhando suas experiências, conhecimentos e contatos chave para o desenvolvimento daquela ideia.

A implementação desse projeto por meio de um modelo de negócio inovador pressupõe duas faces de uma mesma moeda: gestão e produto. Não se trata de uma escolha excludente. O produto, enquanto coração de um *startup*, é responsável pelo crescimento e escalabilidade da empresa através do *product/market fit*. Já a sobrevivência no ambiente de extrema incerteza é atribuída a gestão do negócio: contabilidade, recursos humanos e administração.

O *product/market fit* é um momento determinante de encaixe da criatividade despendida no desenho do negócio com o atendimento das necessidades de um mercado. É um patamar alcançado a partir de um profundo entendimento das motivações e necessidades do público consumidor. Mas para a sobrevivência da empresa enquanto atividade permanente em um mercado competitivo, a gestão – seja de pessoas ou do budget – é igualmente decisiva.

## I.II. – REGULAÇÃO

A dificuldade de propor uma regulação que abarque as questões de modelos de negócio tão diversos ajuda a compreender a demora para a implementação de uma legislação que atendesse aos anseios desde mercado.

O Marco Legal das Startups instituído pela Lei Complementar n. 182/2021 conceituou as *startups* como organizações empresariais, ou societárias, recém-nascidas, ou cujas operações são recentes, que tenham atuação caracterizada pela inovação aplicada em seus modelos de negócios ou aos produtos ou serviços ofertados.

A Lei Complementar nº 182/2021, também conhecida como Lei do Marco Legal das Startups e do Empreendedorismo Inovador, é composta por dezessete artigos divididos em seis capítulos. Os primeiros capítulos tratam de definições afeitas às *startups*, bem como critérios para enquadramento como tal. O terceiro aborda sobre as modalidades e estímulo ao investimento em startups, criando proteções ao crédito investido para facilitar o acesso aos recursos financeiros. Os capítulos quarto e quinto tratam do fomento à pesquisa e inovação, bem como a criação de *sandboxes regulatórios*, um ambiente controlado para testar soluções e modelos de negócio inovadores. E a legislação finaliza abrindo caminho para a contratação de soluções inovadoras pelo estado.

O foco da redação do texto legal não está na definição do termo, mas na regulamentação e incentivo ao **investimento** para essa modalidade empresarial. Tanto é assim que a definição de *startup* foi menos mencionada na lei do que o termo “investidor”, que é repetido diversas vezes. É evidente, então, que a preocupação do legislador não é criar um tipo societário ou se restringir às *startups*, mas promover o empreendedorismo inovador em sentido amplo.

Outro ponto importante é a inclusão do ambiente regulatório experimental – chamado de **sandbox regulatório** – para a experimentação de modelos de negócio sem o fardo normativo associado ao empreendedorismo tradicional. Essa previsão permite que as agências de regulação – como a CVM – autorizem que as startups testem seus produtos e serviços ainda que contrários as normas típicas daquele regulador.

Iniciar uma *startup* não segue o mesmo rito que abrir uma padaria, em que o modelo de negócio, a clientela e a produção já são lugares-comuns na realidade do comércio. Por isso a importância das disposições do Marco Legal das Startups para conduzir a concretização de uma ideia que se pretende disruptiva e que, portanto, não cabe nos moldes de negócio tradicionais.

### I.III. – STARTUP IMOBILIÁRIA



O setor imobiliário tem como objeto de atuação um mercado com ativos de alto valor, cuja segurança jurídica é reforçada por uma regulamentação estatal. Poucos setores exercem tanta influência e poder na economia de um país, tanto é que pode ser utilizado como termômetro econômico. Essa importância está diretamente atrelada à complexidade de negociação de seus ativos.

Com isso é compreensível o papel disruptivo que a tecnologia cumpre na alteração das dinâmicas do mercado imobiliário ao redor do mundo, especialmente na forma como ocorrem suas transações. A integração da tecnologia no setor de propriedade é conhecida como *PropTech* – abreviação do termo *Property Technology* – o que tem um potencial de transformação da indústria imobiliária e, por isso, da forma tradicional de fazer negócio. As *startups* imobiliárias aliam o propósito disruptivo e tecnológico das *startups* com as demandas por eficiência e liquidez do mercado imobiliário.

Enquanto o espaço ainda não é transportável, as tecnologias digitais permitem que as plataformas imobiliárias separem a informação necessária para a realização de transações, o capital e a materialidade dos ativos imobiliários. Tal separação tende a tornar as *startups* imobiliárias um fenômeno de âmbito global que está acompanhando um movimento de facilitação das transações por meio da disponibilização da enorme quantidade de informação registrada, seja sobre terrenos, habitações ou propriedades. Um movimento que acompanha a tendência de tornar os dados – cotidianamente apelidados de o novo petróleo – um ativo com valor em si mesmo.

A principal atividade do setor imobiliário continua sendo baseada em bens territorialmente localizados em um espaço físico, mas a insurgência e ocupação do mercado pelas *proptechs* demonstra que, essencialmente, toda a informação em torno da utilização, gestão ou propriedade desses bens pode ser digitalizada.

As modalidades de startups imobiliárias não compõem uma lista exaustiva devido a infinidade de possibilidades. O limite é a criatividade e o empenho que os operadores daquela ideia têm para implementá-la e gerá-la em um ambiente de tanta incerteza. Seja por meio de plataformas para análise de todas as informações necessárias sobre um terreno de forma mais célere do que a tradicional, soluções de *home equity* para financiamento de imóveis ou criando uma intermediação que possibilite a moradia por assinatura.

Esse modelo de negócio, utilizando-se desse novo instrumental rico de possibilidades, pretende substituir a tradicional relação pessoal proprietário-locador intermediada por empresas locais e simplificar as transações imobiliárias – compra, aluguel, revenda – fornecendo dados e

plataformas como um meio de acessá-los de forma digital e eficiente, possibilitando a solução de questões da vida urbana por meio de um click.



#### BIBLIOGRAFIA:

BRAESEMANN, Fabian; BAUM, Andrew. PropTech: Turning real estate into a data-driven market?. **Available at SSRN 3607238**, 2020.

FEIGELSON, Bruno; NYBØ, Erik F.; FONSECA, Victor C. **Direito das startups**. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

OIOLI, Erik (Coord.). **Manual de Direito para Startups**, 2020.

RIES, Eric. **A startup enxuta**: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

NEIVA, Tomás. **Comentários ao Marco Legal das Startups**. São Paulo: Expressa, 2021.



## II – A Ideia

Uma ideia nova para um novo negócio possui um valor e deve ser protegida. Toda boa ideia vem acompanhada da dúvida de como proibir que outras pessoas a copiem. Por vezes uma boa ideia não sai do papel por medo da concorrência.

A valoração da ideia depende de como ela será colocada em prática. Ou seja, (i) como será o mecanismo do seu negócio? ; (ii) qual o real diferencial quando comparado à outras ideias de negócio no mercado? e, ainda, (iii) qual a capacidade de escalar esse modelo?

- (i) Mecanismo do negócio > como sua ideia será aplicada na prática? Quais os mecanismos que serão utilizados? Será um software? Um modelo de prestação de serviço? Um *marketplace*? É muito importante ter isso bem definido ao elaborar o plano de negócio para traçar a melhor estratégia de proteção. Realizar essa definição e planejamento no início agrega valor à sua ideia de negócio.
- (ii) Diferencial de mercado > quanto mais inovadora a sua ideia, maior capacidade de proteção e, por consequência, menor a probabilidade de cópia/reprodução. Inovar no meio empresarial é trabalhoso e caro. Pense que, se a sua ideia é realmente inovadora você sempre estará um passo à frente de seus concorrentes. Por mais que eles cheguem perto de produzir/oferecer algo parecido com o seu produto/serviço, é muito difícil tomarem o seu lugar.
- (iii) Escala > é um dos pré-requisitos das Startups – ser escalável – conseguir escalar o modelo de negócio de forma rápida, ágil e eficiente também agrega valor a sua ideia de negócio. Essa escala também depende de planejamento e deve ser realizada com calma, por meio de testes, para não correr o risco de perder clientes por conta de ineficiência de entrega.

### II.1 – Como Proteger Sua Ideia

Importante verificarmos a definição de Propriedade Intelectual da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (<https://www.wipo.int/portal/en/index.html>):

*“a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico”*

Do conceito acima separamos a Propriedade Intelectual em Direito Autoral, Software, Marcas, Patentes, Desenhos Industriais e Modelos de Utilidade. Veremos, então, as particularidades de cada um a seguir.

## **II.II – Direito Autoral**

O Direito do Autor é protegido pela Constituição Federal e pela Lei nº 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais – LDA).

Para que a proteção autoral exista a obra precisa existir em **suporte material**, ou seja, o livro precisa estar escrito, a música precisa estar gravada, a pintura precisa estar na tela. É nesse momento que a ideia deixa de ser apenas uma ideia e passa a ser um ativo intelectual. Além disso, a obra deve ser **original**.

Entende-se como obra original aquela que possui elementos criativos que consigam a individualizar das demais já existentes. Vemos aqui claramente a exigência da característica inovadora da ideia. Em outras palavras, a obra será protegida somente e na medida em que apresente componentes individualizadores (inovadores), de tal sorte que não se confunda com outra obra preexistente.

**O Direito Autoral não protege a ideia em si**, a LDA é expressa nesse sentido (art. 8º da LDA), mas protege as ideias enquanto inseridas em formas literárias, artísticas e científicas.

No ambiente das Startups a ideia pode ser o ativo mais valioso da empresa no início de suas operações. Na prática, qualquer documento que possa externalizar essa ideia, como um roteiro p.ex., pode ser protegido pelo Direito Autoral.

A LDA não exige o registro da obra autoral para se obter essa proteção. Nesse sentido, também há a preocupação de tratar as informações da ideia da Startup de forma sigilosa.

Assim, fortemente se recomenda ter em mãos um bom Termo de Confidencialidade (NDA na sigla em Inglês – Non- Disclosure Agreement). Esse documento estabelece que as informações da empresa são confidenciais e traz obrigações e sanções para as partes que o assinarem. As partes podem ser funcionários, fornecedores, clientes, parceiros e qualquer outro ator que tiver acesso ao modelo de negócio e à ideia em si. Trataremos mais no detalhe sobre esse tema no item V.

E como obter a proteção da obra autoral?

De qualquer forma, sendo possível externar a ideia em formato físico, e não havendo a necessidade de sigilo, é possível o registro no órgão oficial. O procedimento é simples e confere maior efetividade a essa proteção jurídica.

No Brasil, existem dois órgãos oficiais de registro: Fundação Biblioteca Nacional - FBN (<https://antigo.bn.gov.br/servicos/direitos-autorais> ) e a Escola de Belas Artes - EBA (<https://eba.ufrj.br/procedimentos/> ). A FBN é voltada para registro de livros, roteiros e obras relacionadas e a EBA para obras artísticas, com pinturas, esculturas, entre outras. Basta preencher os formulários, anexar os documentos necessários e realizar o depósito da obra.

Não há uma análise de mérito sobre o conteúdo que está sendo depositado. Apenas serão conferidos os documentos e a data do protocolo de entrada do pedido no órgão já vale como comprovante.

Um detalhe técnico importante que não podemos deixar de mencionar é a diferença entre Direito Autoral Patrimonial e Moral:

- (i) **Direito Patrimonial do Autor:** se refere ao uso econômico da obra, da exploração e utilização da obra conforme ela seja negociada. Pode ser objeto de transferência, cessão, venda, distribuição etc. Transmite aos sucessores enquanto perdurar o prazo legal de proteção de 70 (setenta) anos após a morte do autor.
  
- (ii) **Direito Moral do Autor:** se refere ao direito de reivindicar a autoria da obra a qualquer tempo; de conservar a obra inédita; de assegurar a integridade da obra; de modificar a obra; de retirar de circulação a obra quando afrontar a reputação e imagem do autor; de ter acesso a exemplar único da obra. Não pode ser alienado ou renunciado e se transmite para seus sucessores.



Assim, o período de proteção legal dos direitos patrimoniais do autor perdura enquanto o autor da obra estiver vivo e, após a sua morte, por 70 (setenta) anos, observada a ordem sucessória. Se não houver sucessores, após a morte do autor a obra entra em domínio público automaticamente.

### **II.III – Software**

O Software é regulado por legislação específica, a Lei 9.608/98 – Lei do Software. Seu tratamento é muito similar ao Direito Autoral, ou seja, o Software é objeto de direito autoral.

Como direito autoral a proteção do software não depende de qualquer forma de registro. O período de proteção se estende por 50 (cinquenta) anos a partir da sua publicação (se registrado no INPI, ou da sua criação).

Da mesma forma que ocorre com o Direito Autoral, o autor do Software possui direitos patrimoniais (exploração econômica) e morais (reivindicação de autoria do software; oposição a alteração não autorizada).

Detalhe importante a ser considerado é a contratação de profissional ou empresa para a produção do programa de computador. Nesse caso, os direitos sobre o programa de computador são do empregador (caso haja uma relação de trabalho), ou do contratante do serviço (caso seja por contrato de prestação de serviço), salvo estipulação contrária realizada pelas partes envolvidas.

Há a possibilidade de elaborar um programa de computador com o código aberto (Open Source/Software Livre), ou seja, um código que permite ao usuário licenças para executar, modificar e copiar sem que se infrinja os direitos autorais. Essa opção é sustentada por programadores que adotaram uma causa libertária sobre as restrições e proteções relativas ao direito autoral do software.

Outro detalhe interessante é a análise da propriedade industrial (intelectual) sobre o software. A Lei de Propriedade Industrial diz, expressamente, que os programas de computador em si não são considerados invenções nem modelos de utilidade e, portanto, não podem ser patenteados.

Porém, um software que se enquadre nos requisitos legais da atividade inventiva (novidade, inventividade e aplicação industrial) quando associado a um hardware, pode ser patenteável a

depender da forma que essa junção se aplica. A proteção, nesse último caso, recairia sobre o conjunto.

O procedimento para o registro do Software é realizado pelo INPI por meio do preenchimento de formulários online e envio de documentação. O processo administrativo pode ser acompanhado pelo site do INPI. (<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/programas-de-computador/programa-de-computador-manual-completo> )

## II.IV – Marcas

As marcas possuem enorme importância na atividade de qualquer empresa. Para as Startups ainda mais.

A marca pode ser o ativo mais valioso da sua empresa e, se for mal administrada no início pode gerar grandes problemas, por exemplo no momento de recebimento de investimento ou venda de participação da empresa.

Por isso, as fases iniciais de criação da Startup precisam estar alinhadas com a criação da marca. Qual a expressão escolhida? As cores? Já existe? É possível registrar no INPI?

Para facilitar o entendimento, abaixo seguem os principais pontos de atenção na hora de proteger a marca:

- (i) **Órgão Oficial de Registro:** no Brasil é o INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial).
- (ii) **Criação da Arte (logomarca):** muitos empreendedores/empresários cometem o erro de primeiro criar a marca e depois pensar como registrar. O movimento é o contrário. Primeiro procure um profissional qualificado para fazer uma busca de viabilidade da sua marca no banco de dados do INPI. Sendo possível o registro, inicie a criação da logomarca com um designer e, após, efetue o registro.
- (iii) **Expressão:** é importante que o nome, ou expressão, que a Startup irá utilizar seja o mais “fantasia” possível. Palavras genéricas ou que descrevem a atividade que irá ser realizada são vedadas pela Lei de Propriedade Industrial (LPI). Palavras em língua estrangeira podem ser utilizadas, mas é melhor evitar. O que se levará em conta na análise de comparação com as outras marcas já registradas é a tradução em português.



**(iv) Vedações Legais:** a LPI elenca em seu artigo 124 o que não pode ser registrado como marca. É muito importante a leitura do art. 124 da LPI durante o processo de criação da marca. Abaixo seguem as principais vedações do artigo 124:

Art. 124. Não são registráveis como marca:

I - brasão, armas, medalha, bandeira, emblema, distintivo e monumento oficiais, públicos, nacionais, estrangeiros ou internacionais, bem como a respectiva designação, figura ou imitação; (...)

III - expressão, figura, desenho ou qualquer outro sinal contrário à moral e aos bons costumes ou que ofenda a honra ou imagem de pessoas ou atente contra liberdade de consciência, crença, culto religioso ou ideia e sentimento dignos de respeito e veneração; (...)

V - reprodução ou imitação de elemento característico ou diferenciador de título de estabelecimento ou nome de empresa de terceiros, suscetível de causar confusão ou associação com estes sinais distintivos;

VI - sinal de caráter genérico, necessário, comum, vulgar ou simplesmente descritivo, quando tiver relação com o produto ou serviço a distinguir, ou aquele empregado comumente para designar uma característica do produto ou serviço, quanto à natureza, nacionalidade, peso, valor, qualidade e época de produção ou de prestação do serviço, salvo quando revestidos de suficiente forma distintiva;

VII - sinal ou expressão empregada apenas como meio de propaganda; (SLOGAN) (...)

XIX - reprodução ou imitação, no todo ou em parte, ainda que com acréscimo, de marca alheia registrada, para distinguir ou certificar produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, suscetível de causar confusão ou associação com marca alheia. (...)

**(v) Procedimento:** como já citado o procedimento de registro de marca é realizado no INPI por meio de preenchimento de formulário online. Ele pode ser acompanhando pelo site do INPI e perdura, aproximadamente, por 18 meses contando do protocolo do pedido de registro, até a concessão definitiva da marca.

(vi) **Prazo de Proteção:** muito embora a análise do INPI seja demorada, o titular da marca já possui proteção contra terceiros a partir da data do protocolo do pedido de registro. Podendo coibir o uso indevido por terceiros. Após a concessão do registro a marca está protegida por 10 (dez) anos, e pode ser renovada sucessivamente enquanto for utilizada.

(vii) **Pessoa Jurídica como titular:** a LPI estabelece que a marca que não estiver sendo utilizada pelo prazo de 5 (cinco) anos consecutivos caducará, ou seja, o registro da marca estará extinto. Desta forma, é importante que a Pessoa Jurídica seja titular da marca, pois caso ocorra um pedido de terceiro apontando a caducidade, a comprovação de uso é mais contundente quando efetuada pelo titular PJ (notas fiscais, contrato social, documentos da empresa timbrados). Caso no início a PJ não exista, há a possibilidade de fazer o pedido de registro em nome da pessoa física e, após, solicitar a transferência de titularidade.

(viii) **Atividades:** a proteção da marca recai sobre o conjunto formado pela logomarca (cores, desenhos, algarismos e letras) dentro das atividades que a Startup executa. O objeto social da empresa será alinhado com a lista de atividades disponibilizada pelo INPI ([https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/classificacao\\_de\\_marcas/PORTALINPIListaDeProdutosEmOrdemDeClasseNCL112021\\_20210106.pdf](https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/classificacao_de_marcas/PORTALINPIListaDeProdutosEmOrdemDeClasseNCL112021_20210106.pdf) e [https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/classificacao\\_de\\_marcas/PortalINPIListaDeServicosEmOrdemDeClasseNCL112021\\_20210106.pdf](https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/marcas/arquivos/classificacao_de_marcas/PortalINPIListaDeServicosEmOrdemDeClasseNCL112021_20210106.pdf) ) e a marca será protegida dentro dessa atividade. Logo, se uma marca utiliza a expressão “Zoe” para identificar o serviço de restaurante, e outra marca utiliza a mesma expressão para identificar o serviço de posto de gasolina, essas marcas não são colidentes. Importante salientar que a LPI quando trata de colidência entre marcas utiliza os termos “idêntico, semelhante ou afim”, desta forma, é preciso uma análise apurada nesse sentido.

(ix) **Registro Internacional:** Atualmente o Brasil adota o Protocolo de Madri, um sistema mundial ligado a Organização Mundial de Propriedade Industrial, onde é possível realizar um único pedido de registro de marca para vários países signatários do Protocolo de Madri – (<https://www.wipo.int/madrid/memberprofiles/selectmember> ). O processo é online, relativamente caro, mas bastante ágil para empresas que sabem no início de seu planejamento em quais países atuarão.

(x) **Licença e Cessão:** a marca pode ser licenciada ou cedida conforme a vontade de seu titular por meio de contrato, que deve ser averbado no INPI. Para isso a marca precisa estar registrada no INPI (ou com o pedido de registro protocolado). O pagamento do licenciado ao licenciador é chamado de *Royalty* e pode variar de 2% a 18% dependendo da força da marca. Caso a empresa licenciadora seja estrangeira, é necessário que essa empresa esteja registrada no INPI para a autorização do câmbio na operação de aportes de valores referentes aos *royalties*. Existem várias agências de licenciadores que podem facilitar esse processo e o contato com grandes marcas.

## II.V – Patente

No universo das Startups, a Patente é uma das formas de proteção intelectual menos utilizada, junto com o Modelo de Utilidade e o Desenho Industrial, mas não podemos deixar de citá-la e apontar suas principais características.

O procedimento de patente é muito complexo, trabalhoso e caro. É muito utilizado pela indústria farmacêutica, médica, odontológica e no agronegócio.

A principal característica da Patente é a novidade, ou seja, a invenção deve ser totalmente nova, inédita. Caso seja um aperfeiçoamento de algo que já existe se encaixa como Modelo de Utilidade, também passível de registro. Um exemplo clássico são os mecanismos para as cadeiras. O objeto cadeira já existe, assim os mecanismos de aperfeiçoamento (giratório, molas, elevação) são considerados Modelos de Utilidade (MU).

Assim como o procedimento de registro de marcas, o processo de registro da Patente ocorre em fases, requer alguns pré-requisitos e possui peculiaridades, conforme os pontos a seguir:

- (i) **Órgão Oficial de Registro:** no Brasil é o INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial).
- (ii) **Pré-requisitos:** todas as criações ou avanços tecnológicos que possuam:
  - **Novidade:** a invenção precisa ser totalmente inédita para a Patente ser concedida pelo INPI.
  - **Atividade Inventiva:** é o requisito da não-obviedade, ou seja, a invenção não pode ser óbvia ao ser analisada por um técnico no assunto.
  - **Aplicação Industrial:** deve ser possível a produção em escala daquele determinado produto.



- (iii) **Licença Compulsória:** em alguns casos previstos na LPI, um terceiro pode requerer a licença compulsória de uma Patente concedida caso seja comprovado que:
- O titular da patente está exercendo de forma abusiva os direitos decorrentes de sua concessão.
  - A patente não for explorada no território nacional.
  - A comercialização não suprir as necessidades de mercado.
  - A patente apresentar uma situação de dependência com outra patente.
  - A patente for declarada de interesse público por meio do poder executivo federal
- (iv) **Procedimento:** como já citado o procedimento de registro de patente é realizado no INPI por meio de preenchimento de formulários online e envio de documentos. Ele pode ser acompanhando pelo site do INPI e dura, aproximadamente, de 7 a 10 anos para ser concluído. Há casos que o INPI dá prioridade na análise, como: titular microempresa, instituições científicas, a existência de reprodução por terceiros sem autorização etc.
- (v) **Prazo de Proteção:** após a concessão, a Patente é válida por 20 (vinte) anos a partir da data de seu depósito ou protocolo do pedido de registro.
- (vi) **Titular:** o titular do pedido pode ser pessoa física ou jurídica. No processo de patente essa definição vai depender de quem realmente é o responsável pela invenção. Há a possibilidade de se indicar mais de um titular no momento do pedido de registro. Detalhe importante a ser considerado é a contratação de profissional ou empresa para a produção da invenção. Nesse caso, os direitos sobre a invenção são do empregador (caso haja uma relação de trabalho), ou do contratante do serviço (caso seja por contrato de prestação de serviço), salvo estipulação contrária realizada pelas partes envolvidas.
- (vii) **Registro Internacional:** Apesar de cada país ter critérios próprios para avaliar e fazer tramitar pedidos de patentes em seus órgãos competentes, existem Convenções e Tratados que procuram integrar esses órgãos, de modo a possibilitar a padronização que garanta a extensão de pedidos de patentes para vigência e validade em outros países. Há a Convenção de União de Paris (CUP), o European Patent Office (EPO) e o Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes (PCT). Cada tratado possui um procedimento e deve ser analisado conforme o caso, custos e prazo.

- (viii) **Licença e Cessão:** o licenciamento e cessão de patentes autoriza uma empresa fabricar ou comercializar o produto patenteado. O contrato deve ser averbado no INPI para que tenha validade com relação a terceiros. Nas patentes é comum que o inventor não possua recursos para explorar sua invenção e recorra para o licenciamento, ou cessão, para colocar seu produto no mercado. Assim como ocorre com as marcas, o pagamento do licenciado ao licenciador é chamado de *Royaltie* e pode variar de 2% a 18% dependendo da inovação tratada. Caso a empresa licenciadora seja estrangeira, é necessário que essa empresa esteja registrada no INPI para a autorização do câmbio na operação de aportes de valores referentes aos *royalties*. Existem várias agências de licenciadores que podem facilitar esse processo.

## II.VI – Modelo de Utilidade

O Modelo de Utilidade visa proteger as ideias e invenções que aperfeiçoam outras invenções existentes. Já demos o exemplo neste manual - são os mecanismos para as cadeiras. O objeto cadeira já existe, assim, os mecanismos de aperfeiçoamento (giratório, molas, elevação) são considerados Modelos de Utilidade (MU).

Abaixo seguem as principais características dessa forma de proteção intelectual:

- (i) **Órgão Oficial de Registro:** no Brasil é o INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial).
- (ii) **Pré-requisitos:**
  - Objeto de uso prático: palpável, manipulável
  - Nova forma ou disposição: modificação definida e estável no objeto
  - Resultar em melhoria funcional no uso ou na fabricação: mais prático de manusear, mais barato ou mais rápido de fabricar
  - Existir ato inventivo: parecido com a atividade inventiva da patente, mas em escala reduzida.
- (iii) **Vedações:** não podem ser protegidos como modelos de utilidade:
  - Fórmulas químicas
  - Novos materiais



- Processos industriais
  - Métodos
  - Softwares embarcados
  - Invenções sofisticadas
- (iv) **Procedimento:** é realizado no INPI por meio de preenchimento de formulários online e envio de documentos. Ele pode ser acompanhado pelo site do INPI e dura, aproximadamente, de 4 a 8 anos para ser concluído.
- (v) **Prazo de Proteção:** após a concessão, o Modelo de Utilidade é válido por 15 (quinze) anos a partir da data de seu depósito ou protocolo do pedido de registro.
- (vi) **Titular:** o titular do pedido pode ser pessoa física ou jurídica. No processo de modelo de utilidade essa definição vai depender de quem realmente é o responsável pela invenção. Há a possibilidade de se indicar mais de um titular no momento do pedido de registro. Detalhe importante a ser considerado é a contratação de profissional ou empresa para a produção da invenção. Nesse caso, os direitos sobre a invenção são do empregador (caso haja uma relação de trabalho), ou do contratante do serviço (caso seja por contrato de prestação de serviço), salvo estipulação contrária realizada pelas partes envolvidas.
- (vii) **Registro Internacional:** o modelo de utilidade é mais complicado de estender seu registro para outros países. Há países que não possuem essa categoria de proteção, ou seja, não reconhecem o “ato inventivo” como requisito para a concessão da proteção. Aqui segue a lista de países que possuem o modelo de utilidade como forma de proteção [https://www.wipo.int/patents/en/topics/utility\\_models.html](https://www.wipo.int/patents/en/topics/utility_models.html) .
- (viii) **Licença e Cessão:** o licenciamento e cessão de modelos de utilidade autoriza uma empresa fabricar ou comercializar o produto registrado. O contrato deve ser averbado no INPI para que tenha validade com relação a terceiros. É comum que o inventor não possua recursos para explorar sua invenção e recorra para o licenciamento, ou cessão, para colocar seu produto no mercado. Assim como ocorre com as marcas, o pagamento do licenciado ao licenciador é chamado de *Royaltie* e pode variar de 2% a 18% dependendo da inovação tratada. Caso a empresa licenciadora seja estrangeira, é necessário que essa empresa esteja registrada no INPI para a autorização do câmbio na operação de aportes de

valores referentes aos *royalties*. Existem várias agências de licenciadores que podem facilitar esse processo.

- (ix) **Vantagens com relação a Patente:** a grande vantagem está na comprovação da existência do ato inventivo, em detrimento da atividade inventiva (requisito das patentes). O ato inventivo é mais fácil de alcançar e explicar ao examinador, do que a atividade inventiva.

## II.VII – Desenho Industrial

É considerado desenho industrial toda a forma plástica tridimensional, ou que possua padrão ornamental. Em outras palavras, é o desenho aplicado a um objeto que resulte numa forma totalmente nova, um novo visual original e que sirva para a fabricação industrial.

Abaixo seguem as principais características dessa forma de proteção intelectual:

- (i) **Órgão Oficial de Registro:** no Brasil é o INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial).
- (ii) **Pré-requisitos:**
- Novidade: novidade absoluta, ou seja, no Brasil e no exterior
  - Originalidade
  - Aplicabilidade Industrial
  - Unidade de desenho industrial e variações: são permitidas até 20 (vinte) variações
- (iii) **Vedações:**
- O desenho não pode contrariar a moral e os bons costumes
  - Não pode ser ofensivo à honra ou imagem das pessoas
  - Não pode atentar contra a liberdade de consciência, crença, culto religioso
- (iv) **Procedimento:** é realizado no INPI por meio de preenchimento de formulários online e envio de documentos. Ele pode ser acompanhado pelo site do INPI e dura, aproximadamente, de 1 a 2 anos para ser concluído.

- (v) **Prazo de Proteção:** após a concessão, o Desenho Industrial é válido por 10 (dez) anos a partir da data de seu depósito ou protocolo do pedido de registro. O prazo pode ser prorrogado 3 (três) vezes por 5 (cinco) anos cada.
  
- (vi) **Titular:** o titular do pedido pode ser pessoa física ou jurídica. No processo do desenho industrial essa definição vai depender de quem realmente é o responsável pelo desenho. Detalhe importante a ser considerado é a contratação de profissional ou empresa para a produção do desenho. Nesse caso, os direitos sobre o desenho são do empregador (caso haja uma relação de trabalho), ou do contratante do serviço (caso seja por contrato de prestação de serviço), salvo estipulação contrária realizada pelas partes envolvidas.
  
- (vii) **Registro Internacional:** o Brasil acaba de aprovar no Congresso Nacional nova lei sobre o registro internacional dos Desenhos Industriais. Essa nova lei reconhece a participação do Brasil no **Acordo de Haia**. A deliberação ainda precisa ser aprovada no Senado Federal. Caso isso ocorra será possível fazer um único pedido de registro internacional para diversos países, assim como funciona o Protocolo de Madri adotado no procedimento de marcas.
  
- (viii) **Licença e Cessão:** o licenciamento e cessão de desenho industrial autoriza uma empresa fabricar ou comercializar o produto registrado. O contrato deve ser averbado no INPI para que tenha validade com relação a terceiros. Assim como ocorre com as marcas, o pagamento do licenciado ao licenciador é chamado de *Royalty* e pode variar de 2% a 18% dependendo da inovação tratada. Caso a empresa licenciadora seja estrangeira, é necessário que essa empresa esteja registrada no INPI para a autorização do câmbio na operação de aportes de valores referentes aos *royalties*. Existem várias agências de licenciadores que podem facilitar esse processo.

## II.VIII – Segredo Industrial

O segredo industrial está relacionado às informações da empresa referentes a tecnologias, fórmulas, metodologias de produção, técnicas, ferramentas, processos, informações administrativas, estratégias de marketing e de vendas. Note que as informações são técnicas e de negócio.

A legislação (LPI) traz segurança para as informações confidenciais qualificando e punindo os atos de concorrência desleal, marketing de emboscada, aproveitamento parasitário, dentre outras.

Essa proteção é adquirida com uma estrutura tecnológica robusta, baseada na Lei Geral de Proteção de Dados e extremamente alinhada com os valores da empresa. As ferramentas tecnológicas é o primeiro passo para se evitar o vazamento de informações confidenciais. Assim, deve se considerar o uso de softwares específicos, senhas, criptografia etc.

Além disso, todas as pessoas envolvidas com as informações sigilosas, como dito, devem estar alinhadas com o objetivo da empresa. Treinamentos, políticas internas de boas práticas, políticas de proteção de dados e informações da empresa são essenciais.

Ainda, é importante todos os atores assinarem contratos de confidencialidade versando sobre os direitos, obrigações, deveres e sanções em caso de vazamento de informações. Chamamos esse documento de NDA – Non Disclosure Agreement. Ele pode ser assinado com colaboradores, funcionários, prestadores de serviços, investidores, parceiros, fornecedores, entre outras pessoas que podem ter acesso a essas informações.

É possível procurar a justiça solicitando medidas urgentes para coibir a utilização de informações confidenciais que está prejudicando a empresa. Para tanto, é extremamente importante documentar todas as atividades, reuniões de conselho, de equipe e externas para comprovar a pré-existência dessas informações. A política interna da empresa e o engajamento com seus colaboradores, funcionários, parceiros, também ajuda muito a coibir essa prática na medida em que cria um ambiente de confiança e de comprometimento com os objetivos da empresa.

#### **Bibliografia:**

BARBOSA, Denis Borges. *Tratado de Propriedade Intelectual: Tomo I, II e III*. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2ª Ed. 2022.

BITTAR, Carlos Alberto. *Direito do Autor*. Rio de Janeiro: Forense, 4ª Ed. 2015.

<https://www.gov.br/inpi/pt-br>



### III – Sócios e Sociedades

Como vimos nos capítulos anteriores a Startup é uma empresa de base inovadora e com uma ideia disruptiva a ser explorada. Sendo assim, para exploração dessa ideia, o primeiro passo que o *Founder* deve dar é montar a sua empresa, pois é ela que irá concentrar os direitos e obrigações da atividade empresarial, separando a pessoa do sócio da pessoa jurídica (empresa).

Essa distinção entre empresa e sócio é fundamental para o exercício da atividade empresarial, pois ela irá separar o que é do sócio e o que é da empresa, sendo para trazer valor para a empresa ao propiciar que os ativos desenvolvidos pertençam a ela, seja para proteger o sócio de maneira que os bens pessoais dos empreendedores não respondam pelas dívidas da sociedade. Sendo assim, é de extrema importância que o *Founder* tome as medidas necessárias para a formalização do seu negócio, da sua empresa.

Nesse sentido é necessário que os *Founders* criem uma empresa por meio do ato constitutivo pertinente e leve o respectivo ato ao arquivamento perante a junta comercial obtendo assim a personalidade jurídica necessária para a sua empresa.

Por oportuno, após esclarecermos a importância de abrimos uma empresa e formalizar o negócio dos *Founders*, trazemos à baila outro ponto de extrema importância: os sócios, os quais são os ativos mais importantes de uma startup em início de atividade e, portanto, precisam ter sua relação positivada em documentos para que se possa garantir a segurança jurídica da relação.

Muito bem! Nós já sabemos que toda startup é uma empresa e, pensando mais a fundo, toda empresa é composta por pessoas, pessoas essas que se relacionam dentro de uma dinâmica organizada com a finalidade de exercer a atividade empresarial.

Sendo assim, na sua trajetória empresarial, inevitavelmente, você irá ter sócios, que poderão ser um *Co-Founder*, um investidor, um parceiro ou um funcionário estratégico que ingressará na empresa na qualidade de sócio junto com você e trará consigo toda a complexidade inerente à relação de sócios e aí requer-se muito cuidado, pois o sucesso dessa relação societária pode determinar o sucesso da sua empresa.



Diante dessa realidade, se faz necessário que sejam estipuladas algumas regras e direitos advindos dessa relação, e, para tanto, a celebração de um acordo de sócios se faz altamente recomendável.

### III.1 – Acordo de Sócios

O Acordo de Sócio (trazer definição apartado) é um documento firmado entre os sócios de uma empresa. É um contrato *parassocial*, isto é, anda ao lado do documento constitutivo da empresa (pessoa jurídica), a qual foi criada dentre as opções dos tipos societários escolhidos pelos sócios e tem como finalidade tratar das questões relacionadas ao convívio dos sócios de forma mais completa do que geralmente é previsto no referido ato constitutivo.

No acordo de sócios são geralmente estipuladas as obrigações, responsabilidades, direitos e deveres dos sócios entre si e para com a sociedade, ainda, sendo estipulados instrumentos de governança como eleição de diretores e conselheiros, quóruns de aprovação de determinadas matérias, direito de veto, não competição, bem como regras de entrada e saída dos sócios com a utilização de cláusulas padrões como drag e tag along, as quais serão estudas mais para frente neste e-book.

Além de todos os motivos trazidos acima, os quais são de demasiada importância, um dos pontos cruciais dos acordos de sócios é evitar o conflito entre os sócios, trazendo regras claras de conduta entre estes ou, se inevitável o conflito, o acordo de sócios trará instrumentos para a sua resolução de maneira a se preservar a empresa, uma vez que referido conflito é uma das principais causas de quebra ou fechamento das empresas no Brasil.

Sendo assim, é muito importante a celebração de um acordo de sócios e, neste ponto, recomendamos que seja consultado um advogado com experiência no tema e que lhe auxilie na confecção de um acordo que contemplem as necessidades de sua empresa. Contudo, trazemos abaixo algumas cláusulas que consideramos ser mais usuais dentro do ecossistema de startups pensando no cenário mais complexo, sendo certo que em estruturas mais enxutas algumas questões trazidas aqui não têm cabimento. São elas:

a) Regras de Funcionamento sobre à administração da Startup:

Como abordamos acima, é fundamental que os sócios tenham regras claras de funcionamento e administração da empresa, sendo assim, como sugestão, aqui trazemos algumas questões relativas: (i) as reuniões de sócios ou assembleias, tais como convocação, quórum de instalação, matérias que deverão ser deliberadas pelos

sócios e seu respectivo quórum de aprovação ou direito de veto; (ii) a composição do Conselho de Administração, como se darão as suas reuniões no que diz respeito a convocação, quórum de instalação, matérias que deverão ser deliberadas pelos conselheiros e seu respectivo quórum de aprovação e (iii) a composição da Diretoria, designação e atribuição dos diretores/administradores da startup, alçada de atuação e vedações, bem como questões relativas às reuniões de Diretoria tais como convocação, quórum de instalação, matérias que deverão ser deliberadas pelos sócios e seu respectivo quórum de aprovação ou direito de veto.

b) Regras sobre Transferência de Quotas/Ações da Startup:

Um dos pontos mais abordados em acordo de sócios é a transferência da participação que cada um detém na empresa, pois deter essa participação é o que te faz sócio e, nesse sentido, algumas restrições podem ser bem-vindas. Sendo assim, é muito comum que os sócios pactuem (i) período de *lock-up*, no qual os sócios ficam impedidos de vender, no todo ou em partes, a sua participação na empresa; (ii) direito de preferência pelo qual os sócios têm o direito de adquirir, nas mesmas condições ofertadas à terceiros, a participação a ser alienada; (iii) cláusula de *Tag Along* e *Drag Along* as quais serão explicadas no capítulo V deste e-book; (iv) direito de *put* e *call option* que são cláusulas que determinam o direito de exercer a venda ou a compra da participação dos sócios, sendo que no *Put* o sócio tem o direito de vender sua participação e os demais têm a obrigação de comprar e no *Call* o sócio tem o direito de comprar e os demais têm a obrigação de vender.

c) Cláusulas de Resolução de Conflitos

Conforme abordado anteriormente neste capítulo, os conflitos podem levar a startup à morte e, por mais que se tenham ferramentas para evitá-lo, muitas vezes o conflito é inevitável e precisará ser enfrentado, então, que seja da maneira mais rápida e organizada possível para que a startup sofra o mínimo possível dentro deste cenário. Sendo assim, é de fundamental importância que o acordo de sócios traga, sempre que possível, as regras de como se dará essa resolução, podendo tratar de questões como compra ou venda da participação do outro sócio, forçando a sua saída, critérios claros e definidos de avaliação dessa participação e, se inevitável o litígio, a cláusula de eleição de foro.

Esclarecida, anteriormente, a importância de se formalizar o negócio empresarial mediante a constituição de uma empresa perante as autoridades pertinentes, chegará o momento em que os *Founders* precisarão decidir por um modelo de empresa para enquadrar o seu negócio e, para ajudá-los nessa tarefa, traremos alguns pontos que achamos importantes para a tomada dessa decisão de acordo com os tipos societários existentes.

a) Microempreendedor Individual (MEI) e Empresário Individual (EI)

O primeiro formato e o mais simples que temos para empreender são: MEI (Microempreendedor Individual) e o EI (Empresário Individual), ambos os modelos são os mais simples e baratos para se obter um CNPJ e são muito utilizados para pequenos negócios e profissionais autônomos que precisam formalizar o seu trabalho. Contudo, nós não indicamos esses modelos para Startups, pois além de não conferirem a separação patrimonial entre sócio e empresa, estes modelos têm restrições de atividades, faturamento, número de funcionários, impossibilidade de ter sócios etc., enfim, quando estes modelos foram criados eles foram pensados na formalização de pequenos empresários e profissionais autônomos e não atendem as aspirações de um *Founder* de uma Startup.

b) Sociedade Limitada (Ltda.)

O segundo formato é a Sociedade Limitada e a sua mais recente atualização que permite a sua constituição com apenas um sócio, esse modelo sim, já serve para o *Founder* constituir a sua empresa, uma vez que conta com a segregação patrimonial entre empresa e sócio, protegendo, assim, os bens pessoais do *Founder* e seus sócios, bem como não tem qualquer restrição de faturamento, atividades a serem exercidas, número de funcionários, sócios etc. Além de ser um modelo que permite a opção pelo enquadramento no regime tributário do simples nacional que, como explicado mais para frente neste livro, pode trazer vantagens para a Startup.

c) Sociedade Anônima (S.A.)

O terceiro e último formato que vamos abordar é a Sociedade Anônima, que é o formato mais arrojado e robusto para se empreender, possui uma legislação amplamente debatida e uma jurisprudência (decisões no tribunal de justiça) mais sedimentada e, assim como a sociedade limitada, permite a separação patrimonial entre sociedade e sócios, protegendo o patrimônio pessoal dos *Founders* e investidores.



Existem diferenças conceituais entre Sociedade Limitada e Sociedade Anônima que permitem essa construção e diferenciação, porém essas diferenças não serão tratadas neste e-book, apesar disso, na prática você precisa saber que a Sociedade Anônima ao mesmo tempo que é a mais robusta e arrojada dos tipos societários, também é mais cara de se manter diante dos custos e obrigações do dia a dia societário, bem como não permite o enquadramento da Startup no Simples Nacional.

### III.III – Conclusão

Diante de todo o exposto neste capítulo, podemos concluir que é fundamental ao *Founder* formalizar o seu negócio mediante a constituição de uma empresa, sendo que esta empresa deverá ser uma empresa cujo tipo societário permita a segregação do patrimônio do sócio e da sociedade e que dentro destes tipos temos a sociedade limitada, que é o formato mais simples e barato, e a Sociedade Anônima, que é a mais arrojada e cara, portanto, é simples concluir que a empresa pode começar como uma sociedade limitada e evoluir para uma sociedade anônima na medida em que novos sócios e investidores forem entrando no negócio.

#### **Bibliografia:**

JÚDICE, Lucas Pimenta / NYBO, Erik Fontenele. Direito das Startups, Juruá, Curitiba, 2016

MARQUES, Rafael Younis. Notas Conversíveis No Equity Crowdfunding, Quarter Latin, São Paulo, 2015.

LAMY FILHO, Alfredo, PEDREIRA, José Luiz Bulhões. Direito das Companhias. 1. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2009.

LUCENA, José Waldecy. Das sociedades limitadas. 6. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2005.

OLIVEIRA, Celso Marcelo de. Tratado de direito empresarial brasileiro: teoria geral do direito societário. 1, ed. Campinas: LZN, 2004.



Por Nathalia Lopes

#### IV.1 – Investimentos em Startups

O ambiente de incerteza, extremamente competitivo e em constante mudança que cerca as empresas startups em um momento embrionário de seu modelo de negócio faz com que o investimento seja um fator decisivo para sua sobrevivência. Sem o aporte de capital, a busca pelo *product/market fit* se torna árdua, podendo levar a jovem empresa para fora do mercado.

A necessidade de *funding* para crescimento – contratação de novos talentos, desenvolvimento do produto e investimento em marketing – não é exclusiva de empresas startups. Ocorre que, além de ser fundamental para amenizar o risco e a incerteza, há algumas peculiaridades do investimento em *startups*.

Apesar de, tradicionalmente, empresas buscarem o ponto de equilíbrio – *breakeven point* – para que seus custos se igualem à sua receita, levando algumas startups a seguir o caminho de *bootstrapping*<sup>1</sup>, por estarem competindo pela criação de um novo mercado, as empresas acabam priorizando sua expansão em detrimento do equilíbrio financeiro, se apoiando, para isso, em investimento.

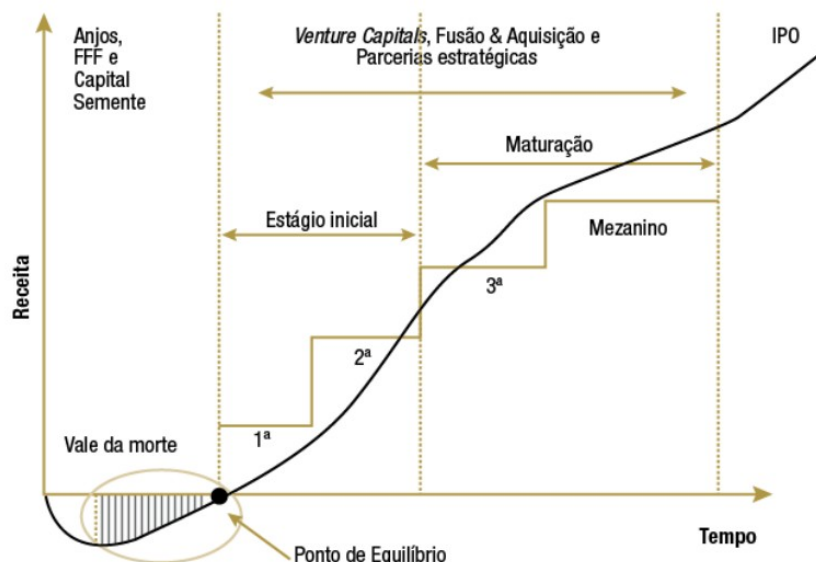
Destacam-se, então, duas características que afetam as duas perspectivas de investimento em startups: (i) a carência de investimento além do financeiro de investidores internos; e (ii) a necessidade de proteção e mitigação do risco para investimentos externos.

Diante do estágio embrionário do desenvolvimento do seu produto, startups demandam investimentos diversos e em fases distintas. Tanto é necessário um investimento interno, seja o capital próprio ou de amigos, apelidado de *Love Capital*, como também aquele dispendido pelo Investidor-Anjo, que supre uma carência de investimento para além do financeiro. Da mesma forma, é importante a atração de investimento externo, seja por meio de endividamento bancário ou por fundos de investimento, geralmente de *Venture Capital* ou *Private Equity*, podendo também apoiar-se em novas formas de angariar recursos como o *crowdfunding*. Todas essas formas de investimento estão ilustradas no gráfico<sup>2</sup> e serão abordadas a seguir.

---

<sup>1</sup> *Bootstrap* significa criar sua startup usando somente recursos próprios, apertando os cintos do time e não recorrendo a investidores externos.

<sup>2</sup> FEIGELSON, Bruno, et al. *Direito das startups*. São Paulo: Editora Saraiva, 2018. p. 33



#### IV.II – Love Capital

O *Love Capital* é uma modalidade de investimento que abarca tanto o investimento dispendido pelos FFFs (*Friends, Family and Fools*), quanto o capital próprio, dinheiro colocado pelos proprietários – sócios ou acionistas – daquela empresa.

Apesar da limitação do montante de capital disponível, diante do perfil do investidor, o *Love Capital* é essencial para validação da hipótese do produto e criação da ideia nos estágios mais iniciais do desenvolvimento do produto. Tal aporte tem uma característica fundamental que é **abraçar o risco**, ou seja, dispensa os mecanismos jurídicos de proteção ao investidor característicos de outras formas de investimento.

O capital próprio, por sua vez, é colocado na empresa pelos seus proprietários, ou seja, seus sócios ou acionistas. Independentemente se o capital próprio será aplicado para uma estratégia de *bootstrapping* ou não, ele é proveniente de fontes internas, como as economias pessoais dos empresários e fundadores. Exatamente por isso é importante fonte de financiamento, uma vez que não é dívida e não precisa ser reembolsado no futuro. Os rendimentos desse capital, ao invés de serem dispendidos na forma de juros, são refletidos diretamente nos lucros da empresa.

#### IV.III – Investidor-Anjo

A primeira oportunidade de contração de uma dívida por empresas startups – seja por meio de um mútuo conversível em participação societária, um contrato de participação ou o estabelecimento de sociedades em conta de participação – geralmente se dá pela oferta de

investimento-anjo, por isso são fundamentais nos estágios mais iniciais do desenvolvimento do produto.

O termo “investidor-anjo” foi importado do financiamento que bancava os custos de produção das peças da Broadway no século XX e atualmente representa quem fornece um capital qualificado – alinhando investimento financeiro e expertise – nos primeiros passos de uma *startup*. Por isso, no cenário do competitivo mercado da tecnologia, os investidores-anjo se destacam como uma oportunidade de alavancagem dessas empresas.

O investidor-anjo é uma pessoa física ou instituição<sup>3</sup> – não sendo sócio nem tendo qualquer direito a gerência na empresa – que investe não apenas injetando dinheiro, mas oferecendo conselhos e conexões para ajudar uma *startup* em seus primeiros momentos. De modo geral, objetivo de um investidor-anjo é obter retornos financeiros através da valorização da empresa (*valuation*), portanto, seu investimento possui características jurídicas que buscam preservar a autonomia dos empreendedores e evitar conflitos de interesse entre as partes envolvidas.

A Lei Complementar nº 155/2016 alterou a Lei Complementar nº 123/2006 regulamentando a figura do investidor-anjo no Brasil. De acordo com a lei, o investidor-anjo, além de não ser considerado sócio ou ter qualquer gerência na startup, não responde por dívidas da empresa – ainda que em recuperação judicial – e será remunerado por seus aportes por meio de um contrato de participação com limite de participação em até 50% do capital social da empresa. A referida lei cria esse instrumento jurídico do **contrato de participação** que permite essa participação do investidor-anjo na empresa sem que ele se torne sócio.

A previsão dessa modalidade de investimento, com suas garantias jurídicas, fomenta o mercado das *startups* pois permite que os investidores-anjo possam investir em empresas nascentes sem que suas participações acarretem caracterização de vínculo empregatício ou societário.

#### IV.IV – Crédito Bancário

O acesso ao endividamento bancário por *startups* pressupõe um grau de amadurecimento razoável do negócio, dado que nessa modalidade de investimento é imprescindível a oferta de garantias em troca da liquidez do capital.

---

<sup>3</sup> Podendo, inclusive, ser fundo de investimento conforme regulamentação da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) segundo art. 61-D do Marco Legal das Startups.



O diferencial do tradicional crédito bancário no âmbito do competitivo e rápido mercado das *startups* é que essa forma de financiamento permite a empresa obtenha capital adicional sem ter que vender participações acionárias ou entrar em dívida a longo prazo.

Seja por meio de linhas de crédito oferecidas ou pelo empréstimo bancário tradicional, as *startups* têm nessa modalidade de investimento uma liquidez rápida, mas, em contrapartida, são formas de financiamento de longo prazo, onde a empresa recebe uma quantidade específica de capital emprestado e concorda em pagar juros sobre o montante emprestado ao longo do tempo. Por isso, recomenda-se que essa modalidade de dívida seja contraída para investimentos que também sejam de longo prazo, como a aquisição de equipamentos, construção de instalações ou outros aspectos de infraestrutura da operação.

O crédito bancário pode ser uma boa opção de financiamento para as *startups* que têm um histórico financeiro positivo e uma boa situação econômica, uma vez que o sistema financeiro adota medidas de mitigação de risco. Essa modalidade de investimento é uma opção viável para as *startups* que estão dispostas a garantir o empréstimo com seus ativos ou outros meios. No entanto, os juros e as condições de pagamento podem ser mais rigorosos do que outros tipos de financiamento, por isso é importante uma avaliação cuidadosa das reais necessidades financeiras, especialmente sua capacidade de pagamento, antes de obter um crédito bancário.

#### **IV.V – Fundos de Investimento (*Venture Capital e Private Equity*)**

Apesar de não haver uma definição jurídica que diferencia o investimento via *venture capital* do investimento via *private equity* no Brasil, tais terminologias são utilizadas para diferenciar o capital investido por meio de fundos em diferentes fases do empreendimento.

De modo geral, tais investimentos referem-se às ações de empresas que não estão listadas publicamente no mercado de valores mobiliários e, por não contarem com essa forma de intermediação pública, tais ações são negociadas por um gestor<sup>4</sup>. Esses investimentos, especialmente em startups, são caracterizados por baixa liquidez, retornos de longo prazo e assimetria informacional, o que aumenta o risco do investimento, mas também pode potencializar os retornos dos investidores.

---

<sup>4</sup> O risco envolvido no investimento em startups levou à compreensão de que é crucial ter um gestor/administrador habilidoso que possa gerenciar efetivamente os recursos confiados a ele, desempenhando um papel vital na conexão da empresa investida com outros participantes do mercado.



Por serem fundos de investimentos qualificados, esse financiamento, diante da expectativa de um retorno significativo em um curto período, também é considerado um capital qualificado por oferecerem conselhos e suporte para ajudar a empresa a crescer e alcançar seus objetivos.

a) *Venture Capital*

O capital de risco, também conhecido como *venture capital*, é uma modalidade de investimento direcionada a empresas de pequeno e médio porte em seus estágios iniciais, mas com grande potencial de crescimento, como é o caso das *startups*. Investidores profissionais qualificados utilizam esse tipo de investimento para buscar empresas que apresentem projetos inovadores, tecnologias disruptivas, modelos de negócio escaláveis e potencial de mercado. A principal atividade dos fundos de *venture capital* é adquirir uma participação nas empresas, o que significa que os investidores se tornam cotistas ou acionistas e oferecem assistência na gestão para garantir o crescimento da empresa.

Conforme o desenvolvimento da empresa, o investimento apelida-se de *private equity* pois deixa de ser dívida a passa a ser a aquisição de uma participação, muitas vezes majoritária. O *private equity* pode ser usado para financiar a expansão da empresa, para melhorar a sua estrutura financeira ou para adquirir outras empresas.

b) *Private Equity*

Diferentemente do *venture capital*, o *private equity* refere-se ao investimento em empresas que não são listadas na Bolsa, adquirindo uma participação majoritária ou a empresa inteira. Exatamente por isso esse capital de investimento pode trazer mudanças significativas na gestão da empresa, incluindo a introdução de novos acionistas ou a necessidade de mudanças na estrutura da empresa para aumentar a rentabilidade. Por isso, é importante que a empresa considere cuidadosamente qual a melhor opção de financiamento para ela antes de fazer uma decisão.

Apesar das diferentes, ambos são investimentos operados por Fundos de Investimento em Participações (FIP) que são a conjunção de recursos financeiros destinados para investir em empresas abertas, fechadas ou sociedades limitadas em fase de desenvolvimento, geralmente empresas com alto potencial de crescimento que são, especialmente nesse contexto, baseadas em tecnologia. Os fundos obtêm financiamento de investidores, investem dinheiro em empresas e, em troca, recebem ações ou títulos

dessas empresas. Quando os fundos obtêm retornos financeiros com essa estrutura, eles os repassam aos investidores.

#### **IV.VI – Crowdfunding**

O *crowdfunding* é uma nova forma de arrecadação de recursos para projetos e empresas, realizada por meio da internet, em que muitas pessoas contribuem financeiramente para um objetivo em comum. O termo é uma combinação das palavras "*crowd*", que significa multidão, e "*funding*", que significa financiamento. O *crowdfunding* pode ser usado por startups para arrecadar capital sem a necessidade de vender ações ou obter empréstimos, exceto no caso do *equity crowdfunding*, onde os investidores adquirem participação acionária.

A Resolução CVM nº 88 define o **crowdfunding de investimento** como a captação de recursos por oferta pública de valores mobiliários – que é dispensada de registro – realizada por pequenas empresas e distribuída unicamente por plataforma eletrônica, não podendo exceder o valor de R\$ 15.000.000,00 (quinze milhões).

O *crowdfunding* de investimento tem como objetivo democratizar o acesso aos investimentos por empresas em desenvolvimento, possibilitando que pessoas físicas invistam de forma descompromissada em projetos inovadores e promissores. A regulamentação da CVM busca proteger os investidores e garantir que as plataformas de *crowdfunding* sigam boas práticas de governança e transparência.

Apesar de suas vantagens, o *crowdfunding* também apresenta desafios, incluindo a dificuldade de atingir a meta de financiamento, a necessidade de uma campanha bem planejada e a falta de garantias quanto à segurança do investimento. Além disso, o *crowdfunding* pode ser mais adequado para empresas em estágios iniciais, sendo menos adequado para empresas mais maduras que precisam de grandes quantidades de capital.

#### **Bibliografia:**

BRAESEMANN, Fabian; BAUM, Andrew. PropTech: Turning real estate into a data-driven market?. Available at SSRN 3607238, 2020.

FEIGELSON, Bruno; NYBØ, Erik F.; FONSECA, Victor C. **Direito das startups**. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

OIOLI, Erik (Coord.). **Manual de Direito para Startups**, 2020.

## V – Tipos de Documentos

No decorrer da vida de uma Startup irá acontecer inúmeras reuniões, encontros, propostas, negócios, parcerias, quebras de contrato, entre outras situações. Para tanto será necessário a elaboração de alguns documentos para formalizar essas situações e dar corpo e robustez para o seu negócio. Quanto mais as relações da empresa forem pautadas em documentos, mais seguranças os sócios e os investidores terão para seguir com aquele modelo de negócio.

Separamos os principais documentos com uma breve explicação para servir de guia para a sua empresa. Para todos esses exemplos, é importante colher a assinatura de todas as partes envolvidas, intervenientes-anuentes e testemunhas, com as assinaturas reconhecidas em cartório, para que os termos do documento tenham validade entre as partes e terceiros. Há também a opção da assinatura digital por meio das plataformas de autenticação digital. A assinatura digital possui validade em todo o território nacional e é amparada pelo Código Civil e pelo Decreto nº 10.543/20.

### V.1 – *Term Sheet* ou MOU (Memorando de intenções e Entendimentos)

O ambiente das Startups é um ambiente de negócios e nesse cenário existem diversos investidores procurando um bom negócio para alavancar seu dinheiro.

Como falado acima, é essencial sempre formalizar as negociações que ocorrem dentro de uma empresa, principalmente com o investidor e com os sócios. Os papéis devem estar bem delimitados, os prazos, as entregas, as responsabilidades e as obrigações.

O *Term Sheet* ou MOU tem essa finalidade. É um documento que estabelece as regras preliminares para uma eventual parceria futura. Por exemplo, quais os gatilhos para o investidor aportar o dinheiro? Quantas vezes isso será feito? Quais as metas da empresa? Qual o prazo limite para isso ocorrer? Como os sócios se comportarão diante desta situação?

Lembrando que passou o tempo em que os investidores tubarões só tiravam vantagem das Startups. Essa relação deve ser de “ganha-ganha” sempre. Não há motivos para aceitar propostas abusivas dentro de um mercado que possui boas oportunidades.

Em alguns casos se utiliza o *Term Sheet* como documento inicial de parceria, separando os principais tópicos e estabelecendo uma relação entre as partes. Após o amadurecimento dessa



relação e de análises da empresa, é elaborado do MOU mais robusto e detalhista para reger as regras a partir daquele momento.

## **V.II – NDA (*Non-Disclosure Agreement*) – Termo de Confidencialidade**

Também é utilizado no início das negociações para proteger o seu modelo de negócio, ou a sua ideia. É um termo curto que dita as penalidades caso alguma informação que será transmitida entre as partes seja vazada para terceiros fora do negócio.

Extremamente importante utilizar esse documento ao sentar-se para conversar com investidores que possuem interesse no seu negócio, mas não só com eles. Esse documento também pode ser utilizado com os colaboradores, fornecedores, franqueados e/ou qualquer parte que venha a ter acesso a informações confidenciais sobre o negócio.

Utilizar esse documento traz vantagem competitiva para a empresa, cuida da sua imagem e reputação e estabelece o controle sobre a divulgação das informações de negócio da empresa.

## **V.III – Acordo de Sócios – *Drag Along* e *Tag Along***

Quando uma parceria com um investidor evolui e ele compra uma parte da sua empresa, em alguns casos vocês se tornam sócios.

A depender da fatia que o investidor adquiriu, você pode figurar como sócio majoritário ou minoritário da empresa, ou seja, vai possuir a quantidade maior ou menor de quotas da empresa.

Quando esse cenário se estabelece é importante firmar com todas as partes envolvidas no negócio um Acordo de Sócios, ou Acordo de Quotistas/Acionistas, estabelecendo algumas regras de governança da empresa.

Entre essas regras, destacamos duas neste tópico: o *Drag Along* e o *Tag Along*.

### a) *Tag Along* (Direito de Saída Conjunta)

Essa cláusula protege o sócio minoritário no momento da venda de quotas da empresa para terceiro. O Sócio minoritário pode exigir o direito de receber a mesma proposta oferecida ao sócio majoritário por suas quotas, em caso de alienação dessas quotas.



Destacamos que o sócio minoritário possui o direito, e não o dever, de vender suas quotas a eventual comprador. Caso o comprador não queira adquirir as quotas do sócio minoritário, ele também não poderá adquirir as quotas do sócio majoritário. Aqui que esse mecanismo se mostra vantajoso para o sócio minoritário, o protegendo no momento da venda das quotas da empresa.

Todas essas regras podem ser flexibilizadas no Acordo de Sócios e devem trazer segurança para todos os envolvidos no negócio.

Ao final, o *Tag Along* evita que o sócio minoritário permaneça na sociedade com sócios que não possui afinidade.

b) *Drag Along* – Direito de Saída Conjunta

Essa cláusula é o posto do que ocorre com o *Tag along*. Aqui o sócio majoritário fica protegido caso queira vender suas quotas da empresa e o comprador queira adquirir a totalidade das quotas da empresa, não apenas uma parte. O sócio minoritário tem a obrigação de aceitar a proposta pelas suas quotas pelo mesmo valor ofertado ao sócio majoritário.

O *Drag Along* evita que a negociação de venda da empresa fique travada.

#### **V.IV – Vesting**

Esse documento é utilizado dentro da empresa com seus colaboradores, funcionários e/ou sócios dentro das sociedades limitadas.

Nele o colaborador tem acesso à aquisição progressiva de direitos sobre as quotas da empresa. Normalmente se estabelece um período de *vesting*, que pode durar de 2 a 5 anos, conforme o caso. Assim, durante esse período, tendo o colaborador permanecido na empresa e atingido as metas combinadas, terá o direito de adquirir as quotas conforme o acordo que foi firmado.

Há, ainda, as opções quando ocorrer a saída desse colaborador. O *good leaver*, quando este cumpre com suas metas, mas está se desligando da empresa. Essa cláusula estabelece as regras para a empresa pagar/comprar as quotas que o colaborador possui. E o *bad leaver*, quando o profissional não cumpriu com as suas metas, por mau comportamento ou outro motivo, e está se desligando da empresa. Nesse caso pode haver a previsão de recebimento menor para o colaborador.

## V.V – Stock Option

Esse formato acontece dentro das sociedades anônimas.

O *Stock Option* é a opção dada ao colaborador de adquirir ações da empresa. O funcionário terá a opção de adquirir, ou não, as ações da empresa. Também se estabelece um período para que essa aquisição seja realizada.

Importante salientar que a aquisição dessas ações não conferirá ao colaborador a posição de sócio da empresa. Como se trata de uma S/A, o funcionário passa a ter direito ao recebimento de dividendos dessas ações da empresa que estão no mercado. Ou, em outro caso, também pode realizar a venda dessas ações e realizar em dinheiro as ações que adquiriu.

### **Bibliografia:**

FORGIONI, Paula A. *Teoria Geral dos Contratos Empresariais*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2009.

OIOLI, Erik Frederico. *Manual de Direito para Startups*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 3ª Ed. 2023.

Por Nathalia Lopes

## VI.1 – Equipe e Colaboradores

Ao colocar em prática uma ideia inovadora, no melhor cenário, a demanda por serviços aumenta e uma equipe qualificada torna-se essencial para o crescimento da *startup*. Nesse momento, põe-se em pauta uma das questões mais importantes para o futuro da empresa: a escolha do formato de contratação de seus colaboradores. Essas contratações reflexem, pelo menos, duas demandas características em *startups*: (i) em grande volume para poder operacionalizar o negócio; e (ii) alta qualificação, que é propulsor da inovação.

A disrupção, característica das empresas *startups*, também deve atravessar o aspecto trabalhista e de gestão de pessoas desse modelo de negócios. Uma política de *home office*, por exemplo, é extremamente importante para a gestão de pessoas nesse espaço do empreendedorismo inovador. Tal política possibilita a contratação de mão-de-obra qualificada tecnologicamente, sem os custos atrelados à jornada de trabalho presencial – aluguel de escritório – ou então equiparação salarial com os grandes centros urbanos. Em contrapartida, é preciso prever a disponibilização de equipamentos de trabalho, a forma de controle de jornada e as condições para o reembolso de despesas relacionadas ao trabalho remoto.

Outro exemplo, típico do ambiente de trabalho em *startups*, é a informalidade que atravessa relações. A liberdade de se vestir informalmente atrai colaboradores que não precisarão gastar dinheiro em roupas caras – como ternos e gravatas – além de se sentirem mais à vontade no ambiente de trabalho. A flexibilidade de horários também permite que os colaboradores tenham mais controle sobre sua jornada, o que pode melhorar a qualidade de vida e a produtividade.

Para empresas que dependem da tecnologia – como são as *startups* – possibilitar um ambiente de trabalho flexível e com autonomia é essencial para atrair talentos e mão de obra qualificada. Sem que isso represente uma renúncia aos direitos sociais atrelados ao desenvolvimento de uma atividade econômica.

A fim de evitar enxurradas de ações trabalhistas, que, no final do dia, podem representar um custo elevado para uma empresa que ainda não performou como esperado e acabar por retardar o alcance dos objetivos da *startup*, a escolha contratual da contratação de pessoas deve estar ciente dos requisitos sociais e legais.

Nesse contexto, o Marco Legal da Startups desenvolveu uma tese importante para o estabelecimento das relações trabalhistas no âmbito de um ecossistema que não é propriamente

o de uma empresa tradicional. Um dos aspectos mais relevantes da nova legislação é fortalecer a distinção entre o patrimônio dos investidores e o das startups, uma proteção jurídica afim de evitar que os investidores sejam responsabilizados por dívidas trabalhistas da *startup*.

Ocorre que, independentemente da flexibilização do ambiente de trabalho, disrupção de seu modelo de negócio ou gerencial, as *startups* – e todas as empresas brasileiras – estão submetidas ao regime de contratação conforme a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e suas instâncias judiciais que tendem a ser protecionistas em relação ao trabalhador. Por outro lado, a opção por essa forma de contratação implica em maiores custos que são muitas vezes mal calculados à exemplo dos recorrentes *lay-offs*<sup>5</sup> que observamos em startups nos últimos anos.

Embora os *lay-offs* sejam, muitas vezes, necessários para garantir a sobrevivência de uma empresa, eles têm um impacto negativo na cultura do ambiente de trabalho e moral dos funcionários.

Para minimizar os efeitos negativos e mitigar os riscos reputacionais, no momento de contratação dos colaboradores há uma escolha de gestão essencial no momento de contratação dos colaboradores que determina a sua forma de vinculação à *startup*, a modalidade **contratual** de contratação de seus funcionários: criar uma relação de emprego (CLT) ou contratar um prestador de serviço (PJ)?

## VI.II – Contratação CLT

Diante do carácter protecionista dos tribunais trabalhistas brasileiros, um aspecto jurídico importante para guiar a contratação de colaboradores é o princípio da **primazia da realidade**. Tal princípio faz prevalecer o que realmente está acontecendo em detrimento do que está escrito. Isso significa que, no Brasil, é considerada uma relação de emprego – independentemente da forma de contratação – quando houver: (i) pessoalidade, impossibilidade de substituição; (ii) habitualidade, continuidade, não eventualidade; (iii) onerosidade, compensação com um salário; e (iv) subordinação. A subordinação jurídica é um dos principais requisitos para a caracterização do vínculo empregatício.

A presença ou ausência de subordinação jurídica pode ser determinada pela forma como os serviços são prestados, se com autonomia suficiente ou se sujeitos às ordens e controle da

---

<sup>5</sup> *Lay-offs* no ambiente das startups se referem as demissões em massa ocorridas em um curto período.



empresa contratante. O controle pode se manifestar de diversas maneiras, como no controle do horário de trabalho, da produtividade, na fiscalização do método de trabalho e na rotina do empregado, dentre outras possibilidades.

A escolha por um modelo trabalhista tradicional, apesar de implicar em maiores custos financeiros – férias remuneradas, 13º salário, FGTS, INSS, seguro-desemprego, entre outros – representar maior estabilidade financeira para a empresa, evitando um passivo trabalhista decorrente do reconhecimento do vínculo de emprego<sup>6</sup>, e compromisso do colaborador que não será, em aspectos formais, um prestador de serviço.

### VI.III – Pessoa Jurídica

Um colaborador poderá, então, ser contratado por meio de sua pessoa jurídica (PJ) e, nessa modalidade de contratação há criação de um prestador de serviços que, diferentemente de um celetista, não terá todos os direitos trabalhistas pecuniários – FGTS, 13º salário etc.

Como as startups não costumam ter muitos recursos financeiros, especialmente quando ainda estão desenvolvendo seu produto, é comum que optem por contratar prestadores de serviço por meio de pessoa jurídica. Há, no entanto, um risco de que tal contratação represente um desvirtuamento de um contrato tradicional de trabalho, a famosa *pejotização*.

Ainda que Lei nº 13.467/17 (Reforma Trabalhista) tenha tornado possível a terceirização da atividade fim da empresa, é preciso tomar alguns cuidados para que a contratação reflita a real relação das partes. Por não ser uma relação de trabalho, o prestador de serviço não tem exclusividade perante a startup, o que permite prestar serviços a outras empresas e recusar alguma atividade demandada pelo contratante e, o aspecto mais importante, não é **subordinado** ao empresário da startup.

Outros aspectos importantes ao regime de trabalho advindos com a Reforma Trabalhista são a regulamentação do teletrabalho – home office –, possibilidade de negociação de um banco de horas, flexibilização do descanso, férias e contribuição sindical, o que aproxima a legislação trabalhista do dinamismo das contratações em empresas disruptivas.

---

<sup>6</sup> É possível reconhecer uma relação de emprego por meio de uma Reclamação Trabalhista apresentada à Justiça do Trabalho, que garantirá ao trabalhador todos os benefícios e direitos previstos na legislação trabalhista, bem como as normas internas e coletivas, e os pagamentos previdenciários. Outra forma de reconhecimento pode ser feita por meio de inspeções realizadas por auditores do trabalho, que estão vinculados ao Ministério do Trabalho e Previdência Social, ou por procuradores do trabalho, que são membros do Ministério Público do Trabalho. Além dos direitos já mencionados, essas inspeções podem resultar em multas ou indenizações por danos morais coletivos.

De modo geral, a escolha pela forma de contratação perpassa por questões complexas que devem ser analisadas como integrantes da gestão do modelo de negócio da *startup*. Há um sopesamento entre o custo e benefício da contratação CLT e PJ. Se, por um lado, a contratação CLT é mais custosa que a PJ, por outro, é difícil adotar a estratégia de contratação de mão de obra sem uma parcela de risco.

### **Bibliografia:**

BRAESEMANN, Fabian; BAUM, Andrew. PropTech: Turning real estate into a data-driven market?. **Available at SSRN 3607238**, 2020.

FEIGELSON, Bruno; NYBØ, Erik F.; FONSECA, Victor C. **Direito das startups**. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

OIOLI, Erik (Coord.). **Manual de Direito para Startups**, 2020.

RIES, Eric. **A startup enxuta**: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

NEIVA, Tomás. **Comentários ao Marco Legal das Startups**. São Paulo: Expressa, 2021.

## VII.I – Tributação

O Brasil é um dos países com maior carga tributária no mundo. Em 2021 atingiu nível recorde de 33,9% do PIB nacional, sendo que 22,48% desse percentual fica ao encargo de impostos federais, enquanto 9,09% e 2,33% são relativos aos impostos estaduais e municipais, respectivamente<sup>7</sup>.

Diante deste cenário é imprescindível que os empreendedores ao iniciarem as suas Startups pensem para além dos modelos de negócios que serão utilizados, o *pitch* para os investidores, o estudo de marca e de mercado para a solução que será lançada e que escolham, com ajuda de escritórios de advocacia e contabilidade, qual será o regime tributário mais benéfico para a empresa.

Ao fazer um estudo sério sobre o regime tributário a ser adotado comparando com o momento que a Startup está vivendo e com os planos a médio prazo, será possível economizar os gastos da empresa com impostos e investir o montante no desenvolvimento da solução.

Dos regimes tributários existentes no Brasil, três são os mais usados pelas Startups, são eles: SIMPLES NACIONAL, Lucro Presumido e o Lucro Real. Cada um desses regimes possuem características empresariais específicas a serem preenchidas pelo contribuinte, graus de complexidade de recolhimento dos tributos e alíquotas diferenciadas.

Neste tópico abordaremos cada regime acima mencionado e seus requisitos. Ainda, reforçamos que a Startup consulte um escritório de advocacia para estudo do enquadramento tributário da empresa conforme o seu ramo de atividades, a fim que a Startup possa prosperar sem tem que comprometer boa parte de sua receita com encargos tributários que poderiam ser evitáveis.

## VII.II – Simples Nacional

O Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, é o nome de batismo do regime tributário popularmente conhecido como SIMPLES NACIONAL, foi criado pela Lei Complementar nº 123/2006 e Resolução CGSN nº 140/2018. O objetivo do SIMPLES NACIONAL é unificar o

---

<sup>7</sup> BRASIL, Agência. Carga tributária brasileira atingiu nível recorde de 33,9% do PIB em 2021. **Exame**, abr. 2022. Disponível em: <https://exame.com/economia/carga-tributaria-brasileira-atingiu-nivel-recorde-de-339-do-pib-em-2021/>. Acesso em: 07 out. 2022.



pagamento de alguns tributos por microempresas e empresas de pequeno porte e, conseqüentemente, facilitar as obrigações do pequeno empresário.

No entanto, antes de continuarmos a explicação sobre o SIMPLES NACIONAL é importante lembrarmos o que é uma microempresa e o que é empresa de pequeno porte.

Microempresa é a sociedade empresária, que pode ser simples ou uma sociedade limitada unipessoal e o empresário<sup>8</sup>, devidamente registrada no órgão de registro competente. A microempresa poderá ter, em cada ano-calendário, uma receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta reais).

A empresa de pequeno porte, por sua vez, também é a sociedade empresária, que pode ser simples ou uma sociedade limitada unipessoal e o empresário, cuja receita bruta, em cada ano-calendário, seja superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta reais) e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais)<sup>9</sup>.

Não poderão se beneficiar do regime SIMPLES NACIONAL as microempresas e empresa de pequeno porte que:

- a) tenham outras empresas participando de seu capital social, ou seja, que sejam suas sócias;
- b) seja filial, sucursal, agência ou representante de empresas cujas sedes sejam no exterior;
- c) seja constituída na forma de cooperativa, exceto se for cooperativa de consumo;
- d) seja constituída sob forma de sociedade por ações;
- e) participe de seu capital social pessoa física que seja inscrita como empresário ou seja sócia de outra empresa que receba tratamento jurídico diferenciado nos termos da Lei Complementar nº 123/2006;
- f) o titular ou sócio participe com mais de 10% (dez por cento) do capital de outra empresa que não seja beneficiária do SIMPLES NACIONAL e desde que essa empresa tenha um faturamento superior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais);
- g) o sócio seja administrador ou equiparado de outra pessoa jurídica com fins lucrativos, desde que a receita global não ultrapasse R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais);

---

<sup>8</sup> Art. 3º, inciso I, da Lei Complementar 123/2006.

<sup>9</sup> Art. 3º, inciso II, da Lei Complementar 123/2006

- h) exerça atividade de banco comercial, de investimentos e de desenvolvimento, de caixa econômica, de sociedade de crédito, financiamento e investimento ou de crédito imobiliário, de corretora ou de distribuidora de títulos, valores mobiliários e câmbio, de empresa de arrendamento mercantil, de seguros privados e de capitalização ou de previdência complementar;
- i) resultante ou remanescente de cisão ou qualquer outra forma de desmembramento de pessoa jurídica que tenha ocorrido em um dos 5 (cinco) anos-calendário anteriores;
- j) os titulares ou sócios guardem, cumulativamente, com o contratante do serviço, relação de pessoalidade, subordinação e habitualidade.

Assim, ultrapassados os requisitos básicos sobre as microempresas e as empresas de pequeno porte que podem figurar como optantes do SIMPLES NACIONAL, abordaremos quais tributos abrangidos por tal regime tributário e como é o seu recolhimento.

A empresa optante pelo regime SIMPLES NACIONAL recolherá mensalmente, em um único documento, denominado de Documento de Arrecadação do Simples Nacional – DAS, os impostos e contribuições abaixo descritas, com fundamento no artigo 13, da Lei Complementar nº 123/2006:

- i. Imposto de Renda da Pessoa Jurídica – IRPJ;
- ii. Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI;
- iii. Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – CSLL;
- iv. Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social – COFINS;
- v. Contribuição para o PIS/PASEP;
- vi. Contribuição Patronal Previdenciária – CPP para a Seguridade Social, se aplicável conforme as normas vigentes, exceto para a microempresa e empresa de pequeno porte que se dedique às atividades de prestação de serviços no § 5º C, do artigo 18º, da Lei Complementar nº 123/2006;
- vii. Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação – ICMS;
- viii. Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza – ISS.

Uma das grandes vantagens do SIMPLES NACIONAL é o recolhimento dos impostos federais, estaduais e municipais em uma única guia.

Ademais, a Lei Complementar nº 123/2006 estabelece cinco anexos, sendo que cada um possui seis faixas de alíquotas subdivididas de acordo com a receita bruta da empresa nos últimos 12 (doze) meses e, ainda, para cada anexo há um rol de atividades comerciais específicas para enquadramento tributário.

O Anexo I se refere às atividades empresariais destinadas ao comércio, como, por exemplo a revenda de mercadorias. A alíquota estabelecida para o Anexo I é de 4% (quatro por cento) a 19% (dezenove por cento) de acordo com a receita bruta da Startup nos últimos 12 (doze) meses. Assim, a primeira faixa de alíquota é de 4% (quatro por cento) para uma receita bruta de até R\$ 180.000,00 (cento e oitenta mil reais).

A segunda faixa de alíquota é de 7,30% (sete inteiros e trinta centésimos por cento) para os casos em que a receita bruta varia entre R\$ 180.000,01 (cento e oitenta mil reais e um centavo) e R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais).

A terceira faixa, por sua vez, possui uma alíquota de 9,50% (nove inteiros e cinquenta centésimos por cento) e se destina para aquelas com receita bruta entre R\$ 360.000,01 (trezentos e sessenta mil reais e um centavos) e R\$ 720.000,00 (setecentos e vinte mil reais).

A alíquota da quarta faixa é de 10,70% (dez inteiros e setenta centésimos por cento) para as empresas com receita bruta entre R\$ 720.000,01 (setecentos e vinte mil reais e um centavo) e R\$ 1.800.000,00 (um milhão e oitocentos mil reais).

A quinta faixa possui uma alíquota de 14,30% (catorze inteiros e trinta centésimos por cento) e cuja receita bruta está entre R\$ 1.800.000,01 (um milhão e oitocentos mil reais e um centavo) e R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais).

Por fim, a sexta e última faixa possui alíquota de 19% (dezenove por cento) e se destina a microempresa e empresa de pequeno porte com receita bruta maior que R\$ 3.600.000,01 (três milhões e seiscentos mil reais e um centavo) e R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais).

O Anexo II tem como foco as atividades industriais, ou seja, serve para as fábricas e indústrias dos mais diversos ramos, têxteis, metalúrgicas, frigoríficas etc., cujas faixas de alíquotas são: 1ª) 4,5% (quatro inteiros e cinquenta centésimos por cento); 2ª) 7,80% (sete inteiros e oitenta centésimos por cento); 3ª) 10% (dez por cento); 4ª) 11,20% (onze inteiros e vinte centésimos por cento); 5ª) 14,70% (catorze inteiros e setenta centésimos por cento) e 6ª) 30% (trinta por cento),



conforme as receitas brutas auferidas pela empresa, nos patamares listados na explicação sobre o Anexo I.

As atividades de prestações de serviços se subdividem em três anexos, o anexo III, IV e V, sendo que cada um deles dispõe de diferentes serviços, conforme descrito abaixo.

O Anexo III, por sua vez, abarca as prestações de serviços, manutenção, agências de viagem, bem como escritórios contábeis, consultorias, odontológicos, produções de audiovisual, elaboração de programas de computadores, licenciamento ou cessão de direitos de uso de programas de computação, entre outros. Para o Anexo III, as faixas das alíquotas para a prestação de serviço são: 1ª) 6% (seis por cento); 2ª) 11,20% (onze inteiros e vinte centésimos por cento); 3ª) 13,50% (treze inteiros e cinquenta centésimos por cento); 4ª) 16% (dezesesseis por cento); 5ª) 21% (vinte e um por cento) e 6ª) 33% (trinta e três por cento), de acordo com a receita bruta nos últimos 12 (doze) meses.

Já o Anexo IV trata sobre as prestações de serviços de construção de imóveis, obras de engenharia em geral, vigilância, limpeza, conservação e, por fim, de serviços advocatícios. Esse anexo começa com uma alíquota mais baixa na primeira faixa, sendo então a 1ª) 4,50% (quatro inteiros e cinquenta centésimos por cento); 2ª) 9% (nove por cento); 3ª) 10,20% (dez inteiros e vinte centésimos por cento); 4ª) 14% (catorze por cento); 5ª) 22% (vinte e dois por cento) e 6ª) 33% (trinta e três por cento), conforme com a receita bruta.

Por fim, Anexo V e último, se refere aos serviços de medicina veterinária, despachantes, tradução, engenharia, agronomia, representação comercial, atividades de intermediação de negócios e serviços, jornalismo, publicidade, serviços de atividade intelectual etc. Para tais atividades comerciais as faixas de alíquotas são: 1ª) 15,50% (quinze inteiros e cinquenta centésimos por cento); 2ª) 18% (dezoito por cento); 3ª) 19,50% (dezenove inteiros e cinquenta centésimos por cento); 4ª) 20,50% (vinte inteiros e cinquenta centésimos por cento); 5ª) 23% (vinte e três por cento) e 6ª) 30,50% (trinta inteiros e cinquenta centésimos por cento), conforme com a receita bruta.

Uma vez explicadas as faixas de renda bruta, alíquotas e atividades incluídas na Lei Complementar nº 123/2006, recomendamos que a Startup escolha os CNAEs (Classificação Nacional das Atividades Econômicas) que mais se aproximam das atividades comerciais primárias e secundárias de sua solução e, assim, verifique se faz sentido escolher o regime tributário pelo SIMPLES NACIONAL.

Por fim, ressaltamos que caso a microempresa ultrapasse o faturamento bruto máximo pelo ano-calendário, ela será automaticamente desenquadrada como optante pelo SIMPLES NACIONAL. No entanto, caso a empresa deseje se desenquadrar do regime SIMPLES NACIONAL, recomenda-se aguardar até o final do ano-calendário para requerer o desenquadramento.

### **VII.III – Lucro Presumido**

O regime tributário pelo Lucro Presumido possui fundamento na Lei nº 9.430/1996 e se destina as empresas com receita bruta total no ano-calendário anterior tenha sido igual ou inferior a R\$ 78.000.000,00 (setenta e oito milhões de reais) ou, caso a empresa esteja operando há menos de 1 (um) ano que o resultado da multiplicação do faturamento do ano-calendário anterior seja igual inferior a R\$ 6.500.000,00 (seis milhões e quinhentos mil reais)<sup>10</sup>.

Ressaltamos que para escolha do regime tributário pelo Lucro Presumido não é necessário que a empresa seja enquadrada como microempresa ou empresa de pequeno porte, ou seja, servirá para todas as sociedades empresárias.

Neste regime tributário a empresa faz a apuração simplificada do Imposto de Renda de Pessoa Jurídica – IRPJ e da Contribuição Social sobre Lucro Líquido – CSLL, ou seja, diferentemente do SIMPLES NACIONAL, a apuração tributária não é unificada em uma única guia recolhimento. Tanto a apuração do Imposto de Renda de Pessoa Jurídica – IRPJ quanto da Contribuição Social sobre Lucro Líquido – CSLL ocorrerá trimestralmente nos dias 31 de março, 30 de junho, 30 de setembro e 31 de dezembro de cada ano-calendário, conforme disposto no artigo 1º, da Lei 9.430/1996, cujas alíquotas poderão variar entre 1,6% (um inteiro e sessenta centésimos por cento) e 32% (trinta e dois por cento), de acordo com a atividade exercida e o percentual de faturamento tributado da empresa.

A empresa deverá, ainda, fazer o recolhimento mensal dos impostos seguintes impostos:

- i. Imposto Sobre Serviços – ISS, conforme a alíquota determinada pelas leis orgânicas do município da prestação de serviços;
- ii. Programa de Integração Social – PIS, com alíquota entre 0,65% (sessenta e cinco centésimos por cento) e 1,65% (um inteiro e sessenta e cinco centésimos por cento);
- iii. Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social – COFINS, com alíquota de 3% (três por cento)<sup>11</sup>;

<sup>10</sup> Art. 13, da Lei nº 9.718/1998.

<sup>11</sup> Art. 10, II, da Lei nº 10.833/2003.

- iv. INSS, com alíquota de 20% (vinte por cento) sobre a folha de pagamento.

Assim, ao invés de a Startup a recolher todos os tributos em uma única guia de recolhimento como é no SIMPLES NACIONAL, a arrecadação pelo Lucro Presumido é feita separadamente, conforme as normas brasileiras.

Portanto, é importante que a Startup, ao escolher o regime tributário pelo Lucro Presumido faça o cálculo de seu faturamento no último ano-calendário e, com base nas atividades comerciais exercidas, verifique quais serão os percentuais de todos os impostos que deverão ser pagos a nível federal, estadual e municipal.

#### **VII.IV – Lucro Real**

A tributação pelo Lucro Real tem como fundamento a Lei nº 9.430/1996, é calculada como o próprio nome diz, através do lucro real obtido pela Startup durante o último ano-calendário, ou seja, com base na diferença entre as receitas e as despesas da empresa, deste modo é imprescindível que o *founder* da Startup tenha um excelente controle sobre todas as despesas mensais e até mesmo sazonais, bem como dos valores que a empresa deverá receber naquele mês, trimestre, semestre e ano.

Esse controle do fluxo de caixa, além de ser benéfico por questões tributárias, permite que os empreendedores tenham ciência dos créditos que estão fora da Startup, geralmente em forma de inadimplência dos clientes. Assim, com esses dados em mãos o empreendedor poderá estipular políticas de cobrança e recuperação de crédito dentro da própria Startup ou, então, direcionar para o escritório de advocacia que lhe presta assessoria.

Entende-se, portanto, que este regime tributário é um dos mais tradicionais e que depende diretamente do controle estrito da renda e da despesa da Startup, eis que os tributos e alíquotas poderão variar conforme o lucro líquido obtido naquele mês.

A Lei nº 9.718/1998 estabelece que algumas pessoas jurídicas são obrigadas a escolher o regime tributário pelo Lucro Real, que são:

- a) empresas com receita total no ano-calendário anterior superior a R\$ 78.000.000,00 (setenta e oito milhões de reais) ou proporcional ao número de meses do período, caso esteja operando há menos de 12 (doze) meses;
- b) cuja atividade seja de bancos comerciais, de investimentos, de desenvolvimento, caixas econômicas, sociedades de crédito, financiamento, sociedades de crédito



- imobiliário, corretoras de títulos, valores mobiliários e câmbio, empresas de seguros privados e de capitalização, entidades de previdência privada aberta etc.;
- c) cuja atividade seja de prestação cumulativa e contínua de serviços de assessoria creditícia, mercadológica, gestão de crédito, administração de contas a pagar e receber etc.;
  - d) que explore atividade de securitização de crédito;
  - e) que tenham lucros, rendimentos ou ganhos de capital oriundos do exterior;
  - f) que usufruam de benefícios fiscais de isenção ou redução de imposto, desde que legalmente autorizadas pela legislação tributária;
  - g) que, no decorrer do ano-calendário, tenham efetuado o pagamento mensal por estimativa de receita;

Mas, quais são os tributos recolhidos pelo regime do Lucro Real? São o Imposto de Renda da Pessoa Jurídica – IRPJ e a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – CSLL.

No que se refere ao IRPJ pelo Lucro Real, a Startup poderá optar pelo recolhimento mensal do imposto, que é determinado com uma base de cálculo estimada com:

- i. percentuais sobre as atividades comerciais exercidas pela empresa, conforme determinado no artigo 15, da Lei nº 9.249/1995, cuja regra geral é de 8%, mas possui faixas específicas para as seguintes atividades:
  - a) 1,6% para atividades de revenda, para consumo de combustível, derivados de petróleo;
  - b) 16% para atividades de prestação de serviço de transporte, exceto de cargas;
  - c) 32% para atividades de prestação de serviços em geral, exceto médicos; intermediação de negócios; etc.;
  - d) 38,4% para atividades de operação de empréstimo, financiamento.
- ii. os percentuais acima citados são calculados sobre a receita bruta, nos termos definidos no artigo 12, do Decreto-Lei nº 1.598/1077<sup>12</sup>;
- iii. deverão ser subtraídos da receita bruta, as devoluções, vendas canceladas, estornos, descontos incondicionais concedidos.

Além disso, a Lei nº 9.430/1996 estabelece que se a apuração da base de cálculo exceder a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) em um mês, ou seja, se o faturamento real superar esse valor, a

---

<sup>12</sup> Art. 12. A receita bruta compreende

I - o produto da venda de bens nas operações de conta própria;

II - o preço da prestação de serviços em geral;

III - o resultado auferido nas operações de conta alheia; e

IV - as receitas da atividade ou objeto principal da pessoa jurídica não compreendidas nos incisos I a III.

Startup estará sujeita a incidência de um adicional de imposto de renda em 10% (dez por cento) naquilo que exceder os R\$ 20.000,00 (vinte mil reais).

Deste modo, caso a Startup tenha um lucro real de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), deverá acrescer 10% (dez por cento) de imposto aos R\$ 10.000,00 (dez mil reais) excedentes, ou seja, terá que pagar ao Fisco mais R\$ 1.000,00 (mil reais) de IRPJ.

A apuração da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido terá como regra geral a alíquota de 9% (nove por cento), mas como toda regra tem sua exceção, terão alíquota de 15% (quinze por cento) as pessoas jurídicas cujas atividades comerciais sejam:

- a) distribuidoras de valores mobiliários;<sup>13</sup>
- b) corretoras de câmbio e de valores mobiliários;<sup>14</sup>
- c) sociedades de crédito, financiamento, investimento e de crédito imobiliário;<sup>15</sup>
- d) administradoras de cartões de crédito;<sup>16</sup>
- e) sociedades de arrendamento mercantil;<sup>17</sup>
- f) cooperativas de crédito;<sup>18</sup>
- g) associações de poupança e empréstimo;<sup>19</sup>
- h) de seguro privado e de capitalização<sup>20</sup>.

A base de cálculo da CSLL é o valor do resultado do exercício, antes da provisão para o imposto de renda, sendo que o seu recolhimento é feito trimestralmente, em 31 de março, 30 de junho, 30 de setembro e 31 de dezembro de cada ano-calendário.

Destaca-se, ainda, no regime tributário do Lucro Real a Startup deverá manter os registros contábeis e financeiros para apresentação à Secretaria da Receita Federal para fiscalização do recolhimento do IRPJ e da CSLL.

---

<sup>13</sup> Art. 1º, § 1º, inciso II, da Lei Complementar nº 105/2001.

<sup>14</sup> Art. 1º, § 1º, inciso III, da Lei Complementar nº 105/2001.

<sup>15</sup> Art. 1º, § 1º, inciso IV e V, da Lei Complementar nº 105/2001.

<sup>16</sup> Art. 1º, § 1º, inciso VI, da Lei Complementar nº 105/2001.

<sup>17</sup> Art. 1º, § 1º, inciso VII, da Lei Complementar nº 105/2001.

<sup>18</sup> Art. 1º, § 1º, inciso IX, da Lei Complementar nº 105/2001.

<sup>19</sup> Art. 1º, § 1º, inciso X, da Lei Complementar nº 105/2001.

<sup>20</sup> Art. 3º, inciso I, da Lei nº 7.689/1998

Ainda, no Lucro Real incidirão as contribuições de PIS e COFINS, cujas alíquotas serão de 1,65%<sup>21</sup> e de 7,6%<sup>22</sup>, respectivamente.

Portanto, trata-se o regime tributário pelo Lucro Real é complexo e depende de um controle pormenorizado das receitas e despesas da Startup, bem como da escrituração dos livros contábeis para que Receita Federal do Brasil possa fazer a fiscalização tributária, verificando se a empresa está tendo os lucros reais declarados ou se a empresa está tendo prejuízo na sua operação.

Recomenda-se, por fim, que a escolha por esse regime tributário seja feita apenas quando a Startup estiver consolidada no mercado e com estabilidade no seu faturamento, a fim de evitar grandes variações tributárias mês a mês.

## VII.V – Conclusão

A escolha do regime tributário a ser adotado pela Startup é de suma importância, pois permite a organização e planejamento de seu crescimento considerando todas as obrigações tributárias de sua atividade empresarial.

É importante que o *founder* esteja ciente que a escolha entre os regimes SIMPLES NACIONAL, o Lucro Presumido e o Lucro Real deve ser feita em conjunto com a contabilidade e o escritório de advocacia que prestam assessoria para a Startup, considerando os planos de curto e médio prazo da Startup.

### Bibliografia:

BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 2006. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm).

BRASIL. Lei Complementar nº 105, de 2001. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/LCP/Lcp105.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp105.htm).

BRASIL. Lei nº 5.172, de 1966. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l5172compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5172compilado.htm).

BRASIL. Lei nº 7.689, de 1966. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L7689.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L7689.htm).

BRASIL. Lei nº 8.981, de 1995. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8981.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8981.htm).

<sup>21</sup> Art. 2º, caput, da Lei nº 10.637/2002.

<sup>22</sup> Art. 2º, caput, da Lei nº 10.833/2003.



BRASIL. Lei nº 9.249, de 1995. Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9249.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9249.htm).

BRASIL. Lei nº 9.430, de 1996. Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9430.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9430.htm).

BRASIL. Lei nº 9.718, de 1998. Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9718.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9718.htm).

BRASIL. Lei nº 10.637, de 2002. Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/2002/L10637.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2002/L10637.htm).

BRASIL. Lei nº 10.637, de 2003. Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/l10.833.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.833.htm).

BRASIL. Lei nº 12.973, de 2014. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2014/Lei/L12973.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2014/Lei/L12973.htm).

BRASIL. Decreto nº 9.580, de 2018. Disponível em:  
[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/decreto/D9580.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/decreto/D9580.htm).

Governo Federal - Receita Federal. **Contribuição Social sobre o Lucro Líquido CSLL**. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/assuntos/orientacao-tributaria/tributos/CSLL>.

LIMA, Mateus José Flauzino; SANTOS, Geovane Camilo; PARANAIBA, Alexandre Carvalho. Análise das mudanças ocasionadas na tributação das empresas optantes pelo simples nacional. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 13, n. 1, p. 32-50, 2019. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6999164>.

Por Tomás Rebucci

## VIII – Clientes

Dentro dos pilares da Startup – tecnologia / diferencial / escalabilidade – o último merece destaque > ESCALABILIDADE. Sem ele nenhuma ferramenta funciona. E para ter escalabilidade é preciso conhecer muito bem para quem você está vendendo o seu produto/serviço.

Além de conhecer o seu cliente é necessário cuidar dele.

Existem diversos métodos para montar um perfil de cliente adequado para o seu negócio. São métodos mais voltados para as áreas de marketing e psicologia do que para área jurídica. Como nosso objetivo aqui é um manual jurídico, focaremos nos assuntos que dizem respeito à matéria e estão mais atrelados ao cuidado com o cliente.

### VIII.I – Relações com o Consumidor

Uma empresa tem duas alternativas ao lidar com seus clientes.

- a) Apostar no seu nicho de mercado de alta demanda e lidar com as consequências jurídicas de um tratamento inadequado e ineficiente (ex. telefonia/internet/fornecimento de energia, bancos físicos etc)
- b) Conduzir seu negócio dentro dos limites legais do consumidor e não tirar proveito dessa relação (ex. lojas físicas/restaurantes/varejistas)
- c) Atender o que diz a legislação, acompanhar de perto a jornada do cliente ao consumir seu produto/serviço, distribuir brindes/bônus/descontos progressivos para fidelizar, ter canais de atendimento treinados para resolver o problema, ser acessível e sem respostas padrão (ex. startups/bancos digitais)

Não existe alternativa no meio empresarial moderno do que a opção c). O mundo de negócios evoluiu para um lugar onde o cliente é a figura mais importante. Apesar de parecer óbvio, aqui no Brasil isso demorou muito tempo para começar a mudar, e ainda temos um longo caminho pela frente.

O Brasil é conhecido por ter uma relação difícil com o consumidor. Junto com a estrutura e cultura empresarial defasada, a assistência judiciária é de difícil acesso e com decisões controversas.

Segundo dados do Governo Federal<sup>23</sup> foram registradas 3,3 milhões de reclamações de produto e serviços no Brasil em 2021.

### Reclamações por Segmento (2021)<sup>24</sup>



Importante analisar esses números para entender se a sua Startup possui uma solução para algum desses segmentos e, além disso, é bom ficar atento para não aumentar essa estatística. É a hora de observar a oportunidade de fazer diferente dentre os que estão no topo dessa lista. Os Bancos Digitais estão tentando surfar essa onda, p.ex.

Outro número interessante são os setores que apresentaram uma solução ao problema:

### Soluções por Segmento (2021)<sup>25</sup>



<sup>23</sup> <https://bityli.com/pllm4>

<sup>24</sup> Consumidor.gov.br – Infográficos – disponível em <https://www.consumidor.gov.br/pages/indicador/infografico/abrir>

<sup>25</sup> Idem



### Assuntos mais Reclamados (2021)<sup>26</sup>

Assunto	Total	%
Cartão de Crédito / Cartão de Débito / Cartão de Loja	131.647	9,2%
Crédito Consignado / Cartão de Crédito Consignado / RMC (para beneficiários do INSS)	110.211	7,7%
Transporte Aéreo	107.960	7,5%
Banco de Dados e Cadastros de Consumidores (SPC, Serasa, SCPC etc)	81.945	5,7%
Telefonia Móvel Pós-paga	75.765	5,3%
Serviço de pagamento online/via celular/ maquininha	55.933	3,9%
Aparelho celular	52.479	3,7%
Pacote de Serviços (Combo)	51.209	3,6%
Energia Elétrica	47.599	3,3%
Internet Fixa	43.610	3,0%
Conta corrente / Salário / Poupança /Conta Aposentadoria	40.315	2,8%
Crédito Pessoal e Demais Empréstimos (exceto financiamento de imóveis e veículos)	39.157	2,7%
Programas de Fidelidade / Benefícios (pontos, milhagem etc)	29.936	2,1%
Telefonia Móvel Pré-paga	28.878	2,0%
Pacote / excursão / agência de turismo	26.476	1,8%
Vestuário e Artigos de Uso Pessoal (roupa, calçados, jóias, bijuterias, malas, bolsas, etc)	24.013	1,7%
Crédito Consignado (para servidores públicos ou trabalhadores do setor privado)	23.466	1,6%
Internet Móvel	23.080	1,6%
Atendimento Bancário	22.440	1,6%
TV por Assinatura	22.067	1,5%
Demais Assuntos	395.915	27,6%
<b>Total</b>	<b>1.434.101</b>	<b>100,0%</b>

### Principais Problemas (2021)<sup>27</sup>



<sup>26</sup> Consumidor.gov.br – Infográficos – disponível em <https://www.consumidor.gov.br/pages/indicador/infografico/abrir>

<sup>27</sup> Idem

Os números do governo nos mostram as reclamações administrativas, ou seja, realizadas por meio dos órgãos administrativos como o Procon (Programa de Proteção e Defesa do Consumidor), Sindec (Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor) e Senacon (Secretaria Nacional do Consumidor).

É importante também analisarmos os números do judiciário para entender como estão funcionando as demandas relacionadas com o consumidor nos nossos tribunais. Assim, temos:

### Assuntos mais Demandados (2022)<sup>28</sup>

Estadual	1. DIREITO CIVIL- Obrigações / Espécies de Contratos	4.183.091 (3,92%)
	2. DIREITO DO CONSUMIDOR- Responsabilidade do Fornecedor / Indenização por Dano Moral	3.074.985 (2,88%)
	3. DIREITO TRIBUTÁRIO- Impostos / Imposto Predial e Territorial Urbano	2.624.473 (2,46%)
	4. DIREITO TRIBUTÁRIO- Dívida Ativa/	2.366.032 (2,22%)
	5. DIREITO CIVIL- Responsabilidade Civil / Indenização por Dano Moral	1.821.819 (1,7%)

### Assuntos mais Demandados na Segunda Instância – Fase de Recurso (2022)<sup>29</sup>

Estadual	1. DIREITO CIVIL- Obrigações / Espécies de Contratos	753.006 (4,29%)
	2. DIREITO DO CONSUMIDOR- Contratos de Consumo / Bancários	385.513 (2,20%)
	3. DIREITO PENAL- Crimes Previstos na Legislação Extravagante / Crimes de Tráfico Ilícito e Uso Indevido de Drogas	359.125 (2,05%)
	4. DIREITO CIVIL- Responsabilidade Civil / Indenização por Dano Moral	240.600 (1,37%)
	5. DIREITO DO CONSUMIDOR- Responsabilidade do Fornecedor / Indenização por Dano Moral	233.716 (1,33%)

### Assuntos mais Demandados nos Juizados Especiais – Pequenas Causas (2022)<sup>30</sup>

Estadual	1. DIREITO DO CONSUMIDOR- Responsabilidade do Fornecedor / Indenização por Dano Moral	1.811.946 (9,77%)
	2. DIREITO CIVIL- Responsabilidade Civil / Indenização por Dano Moral	812.612 (4,38%)
	3. DIREITO CIVIL- Obrigações / Espécies de Contratos	741.212 (4,00%)
	4. DIREITO DO CONSUMIDOR- Responsabilidade do Fornecedor / Indenização por Dano Material	724.702 (3,91%)
	5. DIREITO CIVIL- Obrigações / Espécies de Títulos de Crédito	694.983 (3,75%)

As ações que envolvem o direito do consumidor lideram as estatísticas, corroborando com o que falamos acima sobre o tratamento que o consumidor recebe no Brasil. Uma cultura difícil de ser modificada.

Logo, é fácil concluir que a empresa que elabora um processo de atendimento eficiente, educado, objetivo e com foco na resolução do problema, por óbvio, ganha uma enorme vantagem no mercado. A ideia pode parecer fácil, mas na prática esse planejamento é complexo, exige paciência, testes e treinamento.

<sup>28</sup> Conselho Nacional de Justiça

<sup>29</sup> Idem

<sup>30</sup> Ibidem

Entendemos que o cuidado com o cliente é primordial e que isso pode ser um diferencial de mercado. Passamos a entender melhor quais são os direitos do consumidor que devem ser respeitados.

### **VIII.II – O Código de Defesa do Consumidor (CDC – Lei nº 8.079/90)**

O CDC trouxe mais equilíbrio às relações de consumo e passou a servir de instrumento para garantir a segurança e orientação dos clientes. Para equilibrar ainda mais a relação, tornou-se obrigatório que os estabelecimentos comerciais tenham um exemplar do CDC em local visível para consulta (Lei nº 12.291/2010). Nesse contexto, mesmo no ambiente digital é importante facilitar o acesso ao consumidor ao CDC por meio de um link, p.ex.

São direitos básicos do consumidor (art. 6º do CDC):

- a) Direito à vida, saúde e segurança: assegura que produtos/serviços não trazem risco nesse sentido ao consumidor;
- b) Direito à educação, informação e liberdade de escolha: dá ao consumidor parâmetros para tomar decisões;
- c) Direito à proteção contra publicidade enganosa e abusiva: focado em não prejudicar a compreensão do consumidor sobre o produto/serviço;
- d) Direito à proteção contratual: veda a utilização de cláusulas abusivas;
- e) Direito à prevenção e reparação de danos: para auxiliar o consumidor quando este for prejudicado ao adquirir o produto/serviço;
- f) Direito à facilitação da defesa de direitos: garante o acesso à justiça;
- g) Direito ao serviço público adequado e eficaz: garante o serviço dos órgãos públicos.

Além dos direitos básicos, o CDC é composto de diversos artigos que estabelecem regras, sanções e diretrizes para os mais variados problemas que o consumidor pode enfrentar.

Abaixo, seguem os principais direitos elencados no CDC:

- a) Direitos na hora de adquirir um produto:
  - Direito de arrependimento: o CDC estabelece que o consumidor possui direito de arrependimento quando efetua compras fora do estabelecimento comercial (internet/telefone). Assim, o cliente pode desistir da compra no prazo de 7 (sete) dias após a formalização do contrato, ou recebimento do produto. Durante a pandemia algumas categorias de produtos/serviços foram excluídos dessa regra, são eles: medicamentos, alimentos e produtos perecíveis.



- Proibição de venda casada: o estabelecimento não pode obrigar o cliente a adquirir produto extra em decorrência da aquisição de um produto.
- Preços distintos na mesma loja: se houver preços diferentes para o mesmo produto, o cliente deverá pagar pelo menor valor.
- Prazos de garantia: a garantia é obrigatória e independe de contrato. Para os bens duráveis o prazo é de 90 dias (carros, eletrodomésticos etc.). Para os bens não duráveis o prazo é de 30 dias (alimentos, roupas, calçados etc.). Nesses casos a empresa pode tentar reparar o produto no prazo de 30 dias, caso não consiga, o cliente pode exigir a troca ou o ressarcimento do valor pago. Para os itens essenciais (alimentos, medicamentos) a empresa deve trocar ou devolver a quantia paga pelo cliente imediatamente.
- Descumprimento de oferta: se produto não cumprir com suas funções, o cliente pode exigir o cumprimento da oferta ou cancelar a compra.
- Vício aparente: o cliente pode cancelar a compra quando o produto possui um vício aparente (ex. televisão com risco na tela).
- Vício oculto: o cliente pode cancelar a compra quando produto possui um vício oculto (ex. a televisão não conecta na internet).

Em ambos os casos (vício aparente e oculto), o cliente tem 30 dias para solicitar o reparo no caso de produtos não duráveis, e 90 dias para os produtos duráveis. A loja tem o prazo máximo de 30 dias para tentar reparar o defeito. Se isso não for possível, deverá substituir o produto por outro idêntico, ou restituir o valor pago, ou abater o preço na compra de outro produto.

b) Direitos do consumidor para serviços:

- Conta sem tarifas: não é uma previsão do CDC, mas existe uma resolução do Banco Central que estabelece que os bancos são obrigados a oferecer um pacote básico sem custo ao cliente.
- Fila de banco: existem algumas leis municipais e estaduais que estabelecem regras para o tempo de espera em filas de banco.

- Pane em equipamentos e eletrodomésticos por falhas no fornecimento de energia: se houver oscilação ou queda de energia e algum aparelho da residência sofrer dano, a concessionária de energia pode ser responsabilizada.
- Cartão bloqueado: quando ocorre o bloqueio do cartão de crédito por falha na operação, fraude, roubo ou furto, a responsabilidade por emitir um novo cartão ao cliente é da administradora do cartão e o cliente não deve pagar pela reemissão.
- Segunda via da nota fiscal: direito do cliente de pedir a segunda via da nota fiscal.
- Custeio de medicamentos: conforme os contratos e nível do plano de saúde contratado, as empresas são obrigadas a fornecer a medicação necessária para o tratamento do paciente.
- Mala extraviada: as empresas aéreas possuem o prazo de 7 dias, para voos nacionais, e 21 dias, para voos internacionais, para localizar a bagagem extraviada e enviar ao endereço que consta no registro de perda.

Viagem gratuita aos idosos: idosos acima de 60 anos e com renda mínima de até 2 salários-mínimos podem viajar de graça ou obter descontos na hora de comprar passagens. As empresas rodoviárias interestaduais devem reservar 2 vagas gratuitas aos idosos, e dar 50% de desconto na passagem caso o número de idosos ultrapasse essa cota.

### **VIII.III – Termos e Condições de Uso**

Como percebem, as questões relacionadas ao tratamento com os clientes são pautadas em um acordo de premissas e obrigações de ambos os lados. Os direitos dos clientes são inegociáveis e, quando violados, podem virar um grande problema para a sua empresa.

Pensando nisso, fica claro que o “combinado não sai caro”. Ou seja, quanto mais a empresa especificar suas regras de funcionamento, mais o cliente vai entender essas premissas e, ainda, estará ciente do que pode, ou não pode, fazer caso ocorra algum problema. Tudo isso sempre respeitando a legislação, claro.

No ambiente online, no seu site ou aplicativo móvel, é importante constar as regras de utilização daquele ambiente. Os Termos de Uso não são obrigatórios por lei, mas tem o objetivo de posicionar o usuário/cliente sobre as regras que devem ser respeitadas quando ele for utilizar o seu site/app.

Principais informações que constam nos Termos de Uso e Condições:

- a) Propriedade Intelectual
- b) Comportamento do usuário
- c) Pedidos
- d) Devoluções
- e) Reclamações
- f) Definição de termos-chave
- g) Limitações Legais
- h) Responsabilidade do proprietário do site
- i) Responsabilidade do usuário
- j) Linguagem

Desta forma, os Termos e Condições de Uso funcionam como um contrato entre a empresa e o cliente, estabelecendo as regras de utilização do site e do fornecimento do produto/serviço. Importante ter o auxílio de profissional qualificado para a elaboração desses termos para evitar maiores problemas quando o seu site/app estiver no ar.

#### **VIII.IV – Política de Privacidade**

A política de privacidade, diferente dos termos de uso, é obrigatória pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), a qual falaremos os detalhes no próximo tópico.

Ela é necessária quando há o tratamento de dados pessoais dentro da sua operação. Isso ocorre na grande maioria das operações empresariais. Em todos os documentos, cadastros, formulários, existem dados pessoais.

Portanto, a política de privacidade terá o objetivo de informar o usuário/cliente como suas informações pessoais serão coletadas, armazenadas, compartilhadas, enfim, de que maneira será realizado o tratamento do dado pessoal do usuário.

A dica é manter os Termos de Uso e a Política de Privacidade em lugares separados dentro do seu ambiente e sempre atualizados. Isso vai ajudar o seu cliente a ter mais atenção sobre os termos ali contidos e, também, traz mais autoridade ao seu site com relação às buscas orgânicas. O usuário deve concordar com os termos e políticas, assim no primeiro acesso, disponibilize um link para ele ler e aceitar os termos e políticas.

Principais informações que constam na Política de Privacidade:



- a) Quais informações pessoais são coletadas
- b) Qual o objetivo de coletar tais informações
- c) Como as informações coletadas são usadas por empresas e/ou terceiros
- d) Como o usuário pode analisar e fazer mudanças nas suas informações
- e) Como o usuário pode solicitar a exclusão da armazenagem dos seus dados pessoais naquele ambiente

### **VIII.V – Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD – Lei nº 13.709/18)**

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) foi publicada no Brasil em 14/08/2019, entrando em vigor 1 ano depois, 14/08/20. Concedendo, assim, um período para as empresas se adequarem.

A LGPD complementa a legislação da internet já existente, dentre elas o Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/14).

O objetivo da lei é regular a circulação de dados pessoais dos indivíduos, estabelecendo regras para o tratamento de tais dados, responsabilidades para as empresas operadoras e controladoras dos dados pessoais e mais segurança ao usuário.

Nas palavras da professora Patricia Peck:

“Trata-se de apenas umas das muitas regulamentações que vão surgir nessa linha, em que se busca trazer mecanismos de controle para equilibrar as relações em um cenário de negócios digitais sem fronteiras.”

Nesse contexto, a LGPD se alinha com os direitos do consumidor e passa a ser mais um ponto de atenção para as empresas. O usuário/cliente quer se sentir protegido dentro do ambiente online. Às empresas cabe iniciar o processo de adequação a esse fenômeno, estabelecendo as regras, cronogramas e políticas necessárias para tornar seu ambiente online seguro e em conformidade com a legislação.

Passamos a entender os conceitos da lei.

- 1) Quando se aplica a LGPD?

Em qualquer operação de tratamento realizada por pessoa física ou jurídica, independente do meio, do país de sua sede ou do país onde estejam localizados os dados, desde que: (i) a

operação de tratamento seja realizada no território nacional; (ii) a atividade de tratamento tenha por objetivo a oferta ou o fornecimento de bens ou serviços, ou o tratamento de dados de indivíduos localizados no território nacional; (iii) os dados pessoais objeto do tratamento tenham sido coletados no território nacional.

2) Quando **NÃO** se aplica a LGPD?

Quando ocorre o tratamento de dados pessoais: (i) realizado por pessoa natural para fins particulares e não econômicos; (ii) realizado para fins jornalísticos e artísticos, acadêmicos, segurança pública, defesa nacional, segurança do Estado, ou atividades de investigação e repressão de infrações penais; (iii) provenientes de fora do território nacional e que não sejam objeto de comunicação, uso compartilhado de dados com agentes de tratamento brasileiros ou objeto de transferência internacional de dados com outro país que não o de proveniência, desde que o país de proveniência proporcione grau de proteção de dados pessoais adequado ao previsto na LGPD.

3) Conceitos da LGPD:

(i) Dado Pessoal: informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável; Ex. RG, CPF

(ii) Dado Pessoal Sensível: dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a um indivíduo; Ex. Foto.

(iii) Tratamento: toda operação realizada com dados pessoais, como as que se referem a coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transmissão, distribuição, processamento, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência, difusão ou extração.

(iv) Dado Anonimizado: Relativo ao titular que não pode ser identificado. É aquele dado que, originariamente, era relativo a uma pessoa, mas que passou por etapas que garantiram a desvinculação dele a essa pessoa.

(v) Controlador: Pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, a quem competem as decisões referentes ao tratamento de dados pessoais.

(vi) Operador: Pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, que realiza o tratamento de dados pessoais em nome do controlador.

(vii) Encarregado: Pessoa física, indicada pelo controlador, para atuar como canal de comunicação entre o controlador, os titulares dos dados e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

(viii) Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD): Órgão da Administração Pública responsável por zelar, implementar e fiscalizar o cumprimento dos dispositivos da LGPD.

(ix) Banco de dados: Conjunto estruturado de dados pessoais, estabelecido em um ou em vários locais, em suporte eletrônico ou físico.

#### 4) Regras Gerais da LGPD

(i) Comunicar: Comunicar ao usuário quais dados são coletados e o motivo, explicando toda a forma de tratamento, armazenamento e compartilhamento. Isso é feito por meio da Política de Privacidade e Proteção de Dados;

(ii) Transparência: A informação sobre o tratamento de dados deve ser apresentada de forma transparente, clara, precisa e facilmente acessível;

(iii) Finalidade e Necessidade: O tratamento deve ser realizado somente para propósitos legítimos, específicos e informados ao titular, sendo limitado ao mínimo necessário para a realização de suas finalidades, com abrangência dos dados pertinentes, proporcionais e não excessivos;

(iv) Livre Acesso: Os titulares têm direito ao livre acesso aos dados, ou seja, garantia de consulta facilitada e gratuita sobre a forma e a duração do tratamento, bem como sobre a integralidade de seus dados pessoais.

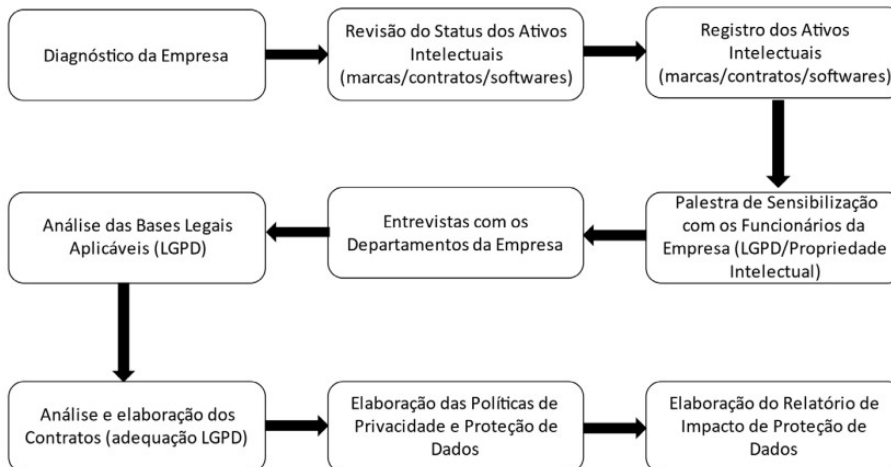
#### 5) Justificativas para o Tratamento de Dados – Bases Legais

A LGPD exige que o controlador/operador justifique o tratamento de dados pessoais dentro de um rol de bases legais. E necessário atribuir uma das bases legais ao tratamento de dados e documentar esse processo. Mais adiante veremos esse processo em forma de cronograma para melhor visualização e entendimento.



Bases Legais:

- (i) Consentimento
  - (ii) Cumprimento de Obrigação Legal ou Regulatória pelo controlador
  - (iii) Execução de Políticas Públicas, pela administração pública
  - (iv) Realização de estudos por órgão de pesquisa
  - (v) Execução de Contrato
  - (vi) Exercício regular de direitos em processo judicial, administrativo ou arbitral
  - (vii) Proteção da vida
  - (viii) Tutela da saúde em procedimentos realizados por profissionais da saúde, serviços de saúde ou autoridade sanitária
  - (ix) Legítimo interesse do controlador ou de terceiro, exceto no caso de prevalecerem direitos e liberdades fundamentais do titular que exijam a proteção dos dados pessoais
  - (x) Proteção do crédito
- 6) Direitos do Titular de Dados Pessoais (Usuário)
- (i) Confirmação da existência do tratamento
  - (ii) Acesso aos dados
  - (iii) Correção de dados Incompletos, inexatos e desatualizados
  - (iv) Anonimização, bloqueio ou eliminação de dados desnecessários, excessivos ou tratados em desconformidade com o disposto na LGPD;
  - (v) Portabilidade dos dados a outro fornecedor de serviço ou produto, mediante requisição expressa, de acordo com a regulamentação da Autoridade Nacional, observados os segredos comercial e industrial;
  - (vi) Eliminação dos dados pessoais tratados com o consentimento do(a) titular, exceto nas hipóteses previstas no art. 16 da Lei;
  - (vii) Informação das entidades públicas e privadas com as quais o Controlador realizou uso compartilhado de dados;
  - (viii) Informação sobre a possibilidade de não fornecer consentimento e sobre consequências da negativa;
  - (ix) Revogação do consentimento, nos termos do § 5.º do art. 8.º da Lei.
- 7) O Processo de Adequação à LGPD



### **Bibliografia:**

<https://www.consumidor.gov.br/pages/indicador/infografico/abrir>

<https://www.cnj.jus.br/>

PINHEIRO. Patricia Peck. *Proteção de Dados Pessoais: Comentários à Lei nº 13.709/2018 – LGPD*. São Paulo: Editora Saraiva. 2020.

## IX – Considerações Finais

O objetivo deste Manual foi apresentar o conceito de Startup, seus fundamentos, princípios, regras e razão de existência dentro do ambiente corporativo. Sua função disruptiva e inovadora é o que diferencia as Startups das demais empresas no mercado.

Nesse contexto, a valoração e proteção da ideia inovadora se torna essencial para que o modelo de negócio tenha sucesso. A forma de proteção da ideia inovadora dentro das alternativas legais existentes é elemento crucial para o início do planejamento do modelo de negócio.

Ainda, o que se mostra também importante é, após o entendimento do valor da ideia e da sua proteção adequada, a forma de organização da empresa Startup é elemento decisivo no início da montagem do modelo de negócio. Se mostra primordial o conhecimento dos tipos legais societários existentes e as opções que os sócios da empresa possuem para comporem seus acordos e parcerias internas.

Um bom planejamento inicial aliado a uma boa organização societária irá atrair bons investidores. Destacamos as principais formas de investimento e os detalhes que estão em torno desses aportes. Em paralelo, apresentamos os principais documentos que permeiam os investimentos, suas particularidades e suas funções. O empreendedor deve entender muito bem tais documentos para diminuir os riscos de seu negócio e aumentar ainda mais o valor de sua empresa.

Na medida que a Startup ganha corpo, investimento e organização, surgem as contratações dos colaboradores e montagem de equipe para escalar sua produção. A relação com os colaboradores é ponto de atenção ao empreendedor para que a empresa administre da melhor forma seu negócio e crie um ambiente positivo de trabalho, atendendo os limites da legislação local.

Ainda sobre a administração e planejamento estratégico inicial do negócio, o empreendedor deve se preocupar com o regime tributário que a empresa estará alocada. Consultar um profissional experiente em direito tributário é essencial para que o planejamento inicial alcance bons resultados. Além disso, a contabilidade deve ser muito bem administrada por um bom profissional de contabilidade.

Por fim, um bom modelo de negócio inovador segue a máxima de tratar seus clientes de forma diferenciada. Entender os números e estatísticas relacionados ao consumidor se torna cada vez mais importante e básico para empresas que procuram pautar seus modelos de negócio em



resolução de problemas enfrentados pelos consumidores. Além disso, o modelo de negócio deve ser formatado de acordo com as legislações vigentes que dizem respeito ao usuário/cliente, uma delas a LGPD, que entrou em vigor em 2020.

Portanto, este material procurou compilar os principais pontos de atenção que o empreendedor deve se preocupar ao iniciar seu negócio, demonstrando de forma prática e objetiva como esses conceitos, leis, fundamentos, regulamentos e princípios se encaixam com o ambiente das Startups.