

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

NATHALIA BARSOTTI ALVES

**DA GÊNESE À CONFIGURAÇÃO MODERNA DO CONTRATO DE  
DISTRIBUIÇÃO NO BRASIL E SUAS CAUSAS DE EXTINÇÃO**

CURITIBA

2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

NATHALIA BARSOTTI ALVES

**DA GÊNESE À CONFIGURAÇÃO MODERNA DO CONTRATO DE  
DISTRIBUIÇÃO NO BRASIL E SUAS CAUSAS DE EXTINÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Direito Civil e Processual Civil, Setor de Ciências Jurídicas, da Universidade Federal do Paraná, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Direito do Estado.

Orientação: Prof. Dr. Paulo Roberto Ribeiro Nalin.

CURITIBA

2018

NATHALIA BARSOTTI ALVES

**DA GÊNESE À CONFIGURAÇÃO MODERNA DO CONTRATO DE  
DISTRIBUIÇÃO NO BRASIL E SUAS CAUSAS DE EXTINÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado a  
Universidade Federal do Paraná, como parte  
das exigências para a obtenção do título de  
bacharel em Direito do Estado.

Curitiba, 21 de novembro de 2018.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Paulo Roberto Ribeiro Nalin  
Orientador

---

Prof. Dr. Clayton Maranhão  
Avaliador

---

Prof. Me. Gladimir Adriani Poletto  
Avaliador

## RESUMO

O presente trabalho pretende analisar as origens do contrato de distribuição (também denominado de contrato de concessão comercial), as características inerentes à formação moderna desse negócio jurídico e suas causas de extinção. Para tanto, é apresentado ao (à) leitor (a) uma breve análise da gênese da venda indireta de mercadorias, que tem como objetivos centrais o escoamento da produção e a busca pelo lucro. Em seguida, é exibida a definição dessa avença nos termos propostos pela doutrina brasileira e são apreciados os elementos inerentes à relação jurídica. Por fim, a partir da pesquisa de acórdãos do TJ/PR, são abarcadas as motivações que ensejam a extinção do vínculo e os fundamentos da busca pela tutela jurisdicional.

**Palavras-chave:** Direito Civil. Direito Empresarial. Contrato de Distribuição. Contrato de Concessão Comercial.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – DISTRIBUIÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE SEGUNDO GRAU.....	13
FIGURA 2 – CONTRATO DE AGÊNCIA PURO .....	17
FIGURA 3 – CONTRATO DE AGÊNCIA-DISTRIBUIÇÃO.....	17
FIGURA 4 – CONTRATO DE DISTRIBUIÇÃO .....	18
FIGURA 5 – ACORDO HORIZONTAL E VERTICAL .....	20
FIGURA 6 – COMO OCORRE A EXTINÇÃO DO CONTRATO DE DISTRIBUIÇÃO.....	22
FIGURA 7 – CAUSAS QUE LEVAM À EXTINÇÃO DO CONTRATO DE DISTRIBUIÇÃO .....	24

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>1 BREVE ANÁLISE DA GÊNESE.....</b>	<b>7</b>
<b>2 O CONTRATO DE DISTRIBUIÇÃO.....</b>	<b>10</b>
2.1 CONCEITO .....	10
2.2 CARACTERÍSTICAS INERENTES À FORMAÇÃO.....	11
2.1.1 Bilateralidade e sinalagma .....	11
2.1.2 Atipicidade e caráter misto .....	14
2.1.3 Longa duração e estabilidade.....	18
2.1.4 Encerramento de um contrato vertical .....	19
2.1.5 Fornecimento de bens para revenda .....	21
<b>3 EXTINÇÃO DO CONTRATO DE DISTRIBUIÇÃO .....</b>	<b>22</b>
3.1 CAUSAS QUE LEVAM À EXTINÇÃO .....	24
3.1.1 Inadimplemento do valor das mercadorias .....	25
3.1.2 Infração da exclusividade de marca.....	25
3.1.3 Infração da exclusividade geográfica .....	26
3.1.4 Ausência de interesse na continuidade .....	28
3.1.5 Alteração de cláusula contratual.....	28
3.1.6 Problemas com o produto .....	29
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>30</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>32</b>
<b>ANEXO.....</b>	<b>34</b>

## INTRODUÇÃO

O presente artigo tem por escopo analisar o surgimento, conformação e extinção do contrato de concessão comercial. Para tanto, o primeiro capítulo se dedica a investigar as origens históricas do negócio jurídico, atentando para o fato de que, após a revolução industrial, tornou-se inviável a venda direta das mercadorias produzidas pelos fabricantes, precipuamente em decorrência de questões geográficas - eis que as operações de logística construídas pelos produtores estava aquém do necessário para realizar satisfatoriamente a mercancia dos bens em diferentes regiões - e de questões consumeristas - já que as diferentes demandas de mercado não estavam sendo bem atendidas.

O segundo capítulo tem como objetivo analisar a concepção moderna do contrato de distribuição a partir do conceito formulado por Paula Forgioni, autora paulistana que se dedicou ao estudo da figura jurídica. Em seguida, serão apreciados os elementos inerentes à avença, ressaltando as características que distinguem a distribuição das demais figuras contratuais tipificadas no Código Civil Brasileiro, posto que, a pesar de aparentemente se assemelhar, com essas não se confunde. O terceiro e último capítulo é resultado da pesquisa jurisprudencial dos acórdãos do TJ/PR, cujo objetivo central se constituiu em apurar as formas de extinção da relação jurídica – resilição unilateral com ou sem causa e distrato – e investigar as motivações que ensejam a busca pela tutela jurisdicional.

### 1 BREVE ANÁLISE DA GÊNESE

A partir do advento da revolução industrial, iniciada em meados do século XVIII na Grã Bretanha e ainda vigente nos dias atuais<sup>1</sup>, o processo produtivo sofreu alterações outrora inimagináveis pelos empresários, na medida em que a mecanização das operações e, por conseguinte, a implementação do sistema de manufaturas, ao qual é inerente o trabalho em série, propiciaram o aumento exponencial da produtividade fabril. Outrossim, a ampliação do mercado consumidor<sup>2</sup> e, conseqüentemente, a expansão da mercancia, consubstanciaram-se em fatores que impulsionaram a busca por novos sistemas de comercialização.

---

<sup>1</sup> “De fato, a revolução industrial não foi um episódio com um princípio e um fim. Não tem sentido perguntar quando se “completou”, pois sua essência foi a de que a mudança revolucionária se tornou norma deste então. Ela ainda prossegue.” (HOBSBAWM, Eric J. **A era das revoluções: 1789-1848**. 25ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2010, p. 46).

<sup>2</sup> MELO, Claudineu de. **Contrato de Distribuição**. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 1987, p. 2.

Nessa conjuntura de fabricação em larga escala e crescente fomento do consumo, saber vender as mercadorias se tornou tão importante quanto as produzir<sup>3</sup>. A princípio, a venda direta, na qual persiste a relação imediata entre o produtor e o comprador, emergiu como solução viável a permitir o fluxo dos produtos ao consumidor final, o que, paralelamente, possibilitou que um mesmo empresário controlasse a fabricação dos bens e as práticas de comércio, garantindo a centralização das atividades de toda a cadeia produtiva.

Nos cenários de escala de manufaturação mais desenvolvida, porém, restou inviável a exploração individual do negócio pelos fabricantes-comerciantes, em virtude da alta demanda. Essa passou a ser um obstáculo tanto às vendas diretas, devido à disposição de uma logística regionalmente limitada que oferecia produtos de maneira descontínua, quanto ao mercado consumidor, posto que cada território continha clientes com distintas peculiaridades e exigências que não estavam sendo adequadamente atendidas.

Tais empecilhos se transmudaram em oportunidades para o ingresso de empresas especializadas no ramo do comércio: as denominadas distribuidoras<sup>4</sup> ou concessionárias<sup>5</sup>, corporações que atuam na cadeia comercial como intermediárias e, desde seu surgimento, visaram atender as necessidades do segmento de vendas e as carências do mercado. Para tanto, sob a lógica da divisão do trabalho e especialização das atividades, têm como cerne de seus negócios o contato com a clientela<sup>6</sup> e as operações de revenda<sup>7</sup>, que serão adiante explanadas.

À vista do exposto, percebe-se que essa nova prática mercantil decorre diretamente da necessidade de os fabricantes atenderem mais apropriadamente seus consumidores<sup>8</sup>, razão pela qual as empresas que assomaram ao ramo se pautaram pela construção de um sistema apto a disponibilizar bens no comércio em caráter continuado, garantindo que o produto atinja os consumidores finais em diferentes localidades<sup>9</sup>. Dessa maneira, as distribuidoras se apresentaram como alternativa promissora ao escoamento da produção, corroboraram a superação da intermitência do fornecimento das mercadorias e reduziram a distância temporal e física existente entre o produtor e o mercado consumidor. Também, permitiram expansão da

---

<sup>3</sup> FORGIONI, Paula. **Contrato de distribuição**. 3ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 31.

<sup>4</sup> Terminologia adotada por Claudineu de Melo, Paula Forgioni e Orlando Gomes.

<sup>5</sup> Terminologia adotada por Rubens Requião.

<sup>6</sup> JUNIOR, Humberto Theodoro. **Do contrato de agência e distribuição no novo código civil**. Revista da Faculdade de Direito. Universidade Federal de Minas Gerais. v 42. 2002. p. 130.

<sup>7</sup> THEODORO JÚNIOR, H.; FARIA, Juliana Cordeiro de; FARIA, Livia Gonçalves Pinho Piana de. **Contrato de concessão comercial de bebidas. Responsabilidade civil do fabricante por ato ilícito praticado por preposto da concessionária. Acidente de trânsito**. v. 892. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999, p. 11.

<sup>8</sup> MELO, Claudineu de. Op cit., p. 30.

<sup>9</sup> Ibid., p. 31.

abrangência geográfica dos bens produzidos pelos fabricantes e, ao proceder dessa forma, absorveram novos clientes<sup>10</sup>.

Necessário ressaltar que, desde sua gênese, as intermediárias se concebem em personalidade jurídica própria, ou melhor, apartada dos fabricantes e com esses firma negócios, os contratos de distribuição, também denominados contratos de concessão mercantil<sup>11</sup>, nos quais se comprometem a comprar produtos de maneira habitual e pretendem os revender à freguesia. Ademais, ainda que se constitua como pessoa física, igualmente será autônoma, portanto, destituída de qualquer vínculo empregatício, e suportará os riscos e encargos do negócio de maneira individualizada, sendo sua relação com a empresa produtora puramente contratual.

Em ambas as hipóteses, em síntese, de forma independente o produtor fornece as manufaturas e o distribuidor as estratégias de logística e venda, conformando uma relação comercial, cujo funcionamento é explicado por Rubens Requião nos seguintes termos: “a empresa industrial se restringe a vender em grosso os seus produtos para concessionários – que irão revende-los, ao retalho”<sup>12</sup>.

Nessa circunstância, observa-se que as concessionárias foram responsáveis pela inauguração da relação triangular de venda<sup>13</sup>, por meio da comercialização indireta<sup>14</sup>, e pela fragmentação dos ofícios da fabricação e da logística, pois a mercancia, antes realizada de maneira individual, foi permeada por sua atuação. À vista disso, o fabricante cada vez mais passou a se dedicar exclusivamente à sua produção, relegando às empresas especializadas as tarefas de vazão dos bens e revenda dos produtos aos fregueses.

Isto posto, conclui-se que a inserção de uma corporação intermediária na cadeia produtiva suscitou a alteração na lógica da relação produtor-consumidor, aumentando o número de esferas patrimoniais as quais o bem perpassa, e a perda do controle das vendas pelo fabricante. No entanto, é preciso reconhecer que, concomitantemente, simbolizou a habilidade criativa do empresariado, que foi capaz de “adaptar arcaicas instituições aos seus propósitos lucrativos, permitindo ao nascente direito uma flexibilidade e um dinamismo que o tornaram

---

<sup>10</sup> HAICAL, Gustavo. **O contrato de agência: seus elementos tipificadores e efeitos jurídicos**. 2ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012, p. 24.

<sup>11</sup> “(...) o contrato de distribuição é, na realidade, uma espécie de contrato de concessão comercial”. (MELO, Claudineu de. Op cit., p. 41). ““Concessão Comercial” (ou Concessão de venda), embora bastante referido pela doutrina, não foi incorporado pelos agentes econômicos que, simplesmente, denominam-no “contrato de distribuição””. (FORGIONI, Paula. Op. Cit).

<sup>12</sup> REQUIÃO, Rubens. **Contrato de concessão de venda com exclusividade**. In: Revista Forense, v. 239, jul/ago/set. 1972. p. 211.

<sup>13</sup> FORGIONI, Paula. Op. Cit., p. 32.

<sup>14</sup> JUNIOR, Humberto Theodoro. Op. Cit., p. 129.

capazes de fornecer às empresas o instrumental técnico e jurídico essencial ao seu desenvolvimento”<sup>15</sup>.

Assim, o contrato de distribuição, na ótica proposta por este trabalho, é uma modalidade contratual que tem como lugar-comum a “colocação de um determinado produto no mercado consumidor”<sup>16</sup>, de modo que tanto o fabricante quanto o distribuidor pretendem obter ganhos econômicos com essa operação, ou seja, o motor dessa negociação é, essencialmente, a expectativa de lucro. Com efeito, em linhas gerais, se as vendas forem maiores, da mesma forma será a produção, o que impacta diretamente no aumento do aferimento de proventos para ambos os contratantes.

## **2 O CONTRATO DE DISTRIBUIÇÃO**

### **2.1 CONCEITO**

O estudo da formação da avença em comento inicia com a análise da conceituação formulada por Paula Forgioni. A autora paulista parte da asserção de que atualmente são meramente incidentais atributos que outrora foram considerados inerentes ao contrato de distribuição. Nessa percepção, ressalta a necessidade de que seja desenvolvido um novo conceito que expresse as particularidades mais elementares do negócio jurídico, sob a perspectiva do ordenamento jurídico pátrio e entendimento doutrinário e jurisprudencial vigentes.

Dessarte, define-o nos seguintes termos<sup>17</sup>:

Contrato de distribuição é contrato bilateral, sinalagmático, atípico e misto, de longa duração e de caráter estável, que encerra um acordo vertical, pelo qual um agente econômico (fornecedor) obriga-se ao fornecimento de certos bens ou serviços a outro agente econômico (distribuidor), para que este os revenda, tendo como proveito econômico a diferença entre o preço de aquisição e de revenda e assumindo obrigações voltadas à satisfação das exigências do sistema de distribuição do qual participa.

A partir dessa delimitação, passa-se à análise de cada umas das características entabuladas pela doutrinadora a fim de se verificar os elementos intrínsecos à celebração da

---

<sup>15</sup> REQUIÃO, Rubens. Op. Cit., p. 208.

<sup>16</sup> MELO, Claudineu de. Op cit., p. 78.

<sup>17</sup> FORGIONI, Paula. Op. Cit., p. 82.

transação comercial à luz do direito contratual em sentido genérico, bem como do contrato de distribuição propriamente dito.

## 2.2 CARACTERÍSTICAS INERENTES À FORMAÇÃO

### 2.1.1 Bilateralidade e sinalagma

Antes de analisar a característica da bilateralidade, cumpre observar a classificação do contrato como fato e negócio jurídico. Considera-se “fato jurídico” todo acontecimento da realidade ao qual a lei atribui a produção de efeitos jurídicos e, desse modo, o suporte fático passa a ser disciplinado pelo Direito<sup>18</sup>. No âmbito do comércio, os fatos jurídicos adentram o ordenamento civil precipuamente na forma de negócios jurídicos<sup>19</sup>, os quais são marcados pela voluntariedade, já que “a obrigação proveniente de negócio jurídico é querida pelo obrigado”<sup>20</sup>, em outras palavras, no exercício da autonomia da vontade, as partes intencionalmente contraem compromissos e incumbências. Os negócios jurídicos de formação mais frequente e que se constituem em grandiosa fonte de direitos e obrigações são os contratos, vínculos que originam, modificam ou extinguem uma relação a partir da conjugação de duas ou mais vontades.

Enzo Roppo leciona que, em regra, o contrato se consubstancia em um negócio jurídico bilateral no qual, no mínimo, duas partes exprimem seus anseios com a finalidade de encontrar um consenso contratual. A partir da formação desse, estabelecem recíprocas relações patrimoniais que serão regidas pelo regramento privado a que passam estar sujeitas<sup>21</sup>. Logo, destaca-se que a característica da bilateralidade promove distintos reflexos na transação, de modo de o negócio jurídico pode ser classificado como bilateral sob a ótica de sua formação (bilateralidade do consentimento), bem como de seus efeitos (bilateralidade da obrigação contratual)<sup>22</sup>.

No que diz respeito à primeira, a bilateralidade da formação é proveniente do concurso de vontades das partes que compõem o ato de escolher, haja vista que as declarações negociais contrapostas e convergentes ensejam, respectivamente, a proposta e a aceitação, que culminam na celebração da avença. Nesse panorama, sendo o contrato uma espécie de negócio jurídico

<sup>18</sup> GOMES, Orlando. **Obrigações**. 17ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2008, p. 27.

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> Ibid., p. 39.

<sup>21</sup> ROPPO, Enzo. **Il contratto**. Bolonha: Il Mulino, 1977. Tradução portuguesa de Ana Coimbra e Manuel Januário Costa Gomes. O contrato. Coimbra: Almedina, 1988, p. 73.

<sup>22</sup> GOMES, Orlando. **Contratos**. 26ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2009, p. 84.

que tem origem lastreada no livre arbítrio dos negociantes, constata-se que o estabelecimento desse vínculo jurídico jamais será de composição unilateral, eis que se firmará, ao menos, bilateralmente<sup>23</sup>.

No contrato de concessão mercantil, verifica-se a bilateralidade no momento de sua gênese, porquanto as empresas expressam suas vontades negociais e debatem os termos do pacto com o propósito de formar termos condizentes com as aspirações comuns. Contudo, cumpre salientar que a análise da formação do vínculo jurídico patrimonial ganha contornos diferentes, segundo os entendimentos adotados por Claudineu de Melo e Paula Forgioni, isso porque os autores divergem acerca dos sujeitos que podem figurar como parte negociante na transação.

Para Claudineu de Melo é necessário que a parte que fornece os produtos ao distribuidor seja um fabricante<sup>24</sup>, dado que, se o negócio jurídico fosse entabulado entre dois distribuidores, não se estaria diante de um contrato de distribuição propriamente dito, mas sim um sistema de logística de vendas voltada apenas aos comerciantes<sup>25</sup>.

Tal acepção não parece acertada à luz do atual entendimento dessa modalidade contratual, já que a finalidade de escoamento da produção está igualmente presente se o negócio jurídico for firmado entre um produtor e um distribuidor ou entre subdistribuidores. É que muitas vezes a distância entre a empresa fabricante e seu consumidor final é tão extensa que é necessária a atuação de mais de um intermediário e, mesmo assim, há manutenção dos objetivos jurídicos e econômicos da avença entabulada. Então, as partes que celebram a transação não são razões suficientes para descaracterizar a configuração de um contrato de distribuição.

Analisando os ensinamentos do autor francês Claude Champaud, Paula Forgioni conclui que “o fornecedor não é, necessariamente, o fabricante, podendo ser um industrial ou um intermediário do comércio”<sup>26</sup> e, de consequência, segundo a brasileira, essa modalidade contratual contempla diferentes possibilidades de pactuantes, quais sejam, a celebração entre fabricante e distribuidor e a pactuação entre o distribuidor e subdistribuidores, intermediários menores que igualmente adquirirão o bem para posterior revenda, configurando a distribuição de segundo grau, nos seguintes moldes:

---

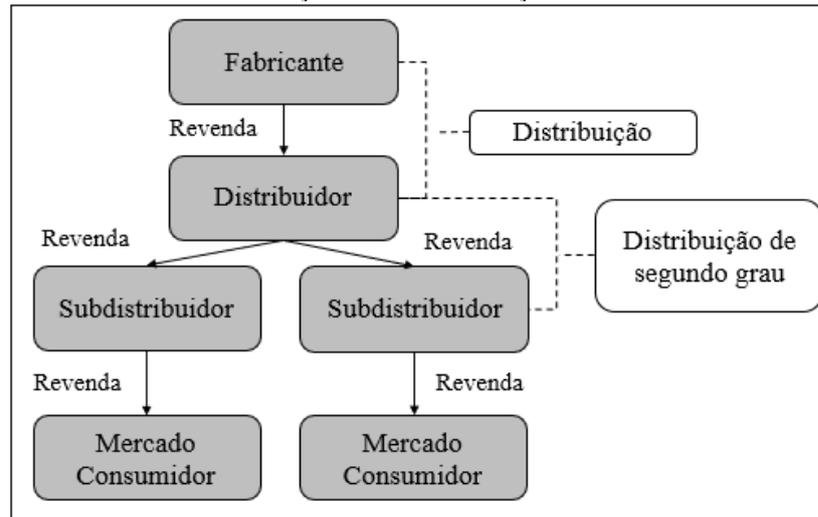
<sup>23</sup> Ibid., p. 85.

<sup>24</sup> A cerca da concepção de fabricante o autor elucida que: “(...) não está adstrita à concepção semântica que o define como sendo a “pessoa que fabrica ou dirige a fabricação”, mas se estende àqueles que, tomando um produto acabado e sem alterar sua composição técnica ou especificação, manipula-o de modo a torná-lo diferente na sua forma ou aparência”. (MELO, Claudineu de. Op cit., p. 30)

<sup>25</sup> Ibid.

<sup>26</sup> FORGIONI, Paula. Op. Cit., p. 40.

FIGURA 1 – DISTRIBUIÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE SEGUNDO GRAU



FONTE: A autora (2018).

Portanto, em síntese, a presença do fabricante não é obrigatória desde que haja a manutenção dos objetivos do negócio jurídico.

No que tange à segunda, a bilateralidade dos efeitos se manifesta quando o contrato cria obrigações para ambos os polos contratantes que, a depender da quantidade de sujeitos envolvidos na transação, pode ou não se restringir a duas partes. Por esse ângulo, Orlando Gomes ensina que a relação formada será complexa, visto que “ambos os contraentes figuram como sujeito ativo e passivo”<sup>27</sup>, ante o dever simultâneo que cada um terá de cumprir com uma prestação e exigir o cumprimento da contraprestação, sob a lógica de “causa-efeito” das obrigações.

Neste âmbito em que a incumbência de um contratante se justifica pelo adimplemento da correspectiva obrigação do outro polo, os contratos bilaterais também são conhecidos como sinalagmáticos. No que concerne ao tema, Enzo Roppo elucida que se configura como contrato sinalagmático aquele no qual a execução de uma obrigação de uma parte encontra contrapartida no que o outro contratante entrega ou promete à primeira, “esgotando assim sua função na troca recíproca de bens ou serviços”<sup>28</sup>.

Segundo Luis Renato Ferreira da Silva, o caráter sinalagmático dos contratos e, mais especificamente, a “causa sinalagmática”<sup>29</sup>, é o fundamento que move a reciprocidade comportamental<sup>30</sup>. Em vista disso, a despeito de o ordenamento Civil brasileiro não considerar

<sup>27</sup> GOMES, Orlando. Op cit., p. 85.

<sup>28</sup> ROPPO, Enzo. Op cit., p. 83.

<sup>29</sup> FERREIRA DA SILVA, Luis Renato. **Reciprocidade e contrato. A teoria da causa e sua aplicação nos contratos e nas relações “paracontratuais”**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2013, p. 22.

<sup>30</sup> Ibid., p. 23.

a “causa” como componente necessário para a existência dos contratos<sup>31</sup>, o referido autor toma como ponto de partida a noção desse elemento como “interesse na execução da prestação da outra parte contratante”<sup>32</sup> para justificar que a “causa” está presente na estrutura funcional dos contratos sinalagmáticos tanto no momento da formação do negócio jurídico (sinalagma genético), quanto no percurso da relação (sinalagma funcional)<sup>33</sup>.

Precisamente no que corresponde ao contrato de concessão mercantil, a bilateralidade dos efeitos é igualmente constatada, haja vista que competirá ao produtor a venda e entrega das mercadorias que fabrica e fica a cargo do distribuidor a compra e o pagamento pelos bens que serão repassados ao mercado consumidor. Deste modo, a correlação resta evidenciada com a averiguação de que fabricante vende seus produtos porque o distribuidor os compra e revende ao mercado consumidor. Ainda, é possível constatar que a legitimidade da mútua cobrança das prestações das partes nesta modalidade contratual decorre do lugar-comum do negócio: a busca pelo lucro<sup>34</sup>.

Nesse exato sentido, Rubens Requião assinala que o resultado do sinalagma é justamente a dependência recíproca das prestações, sendo que “a empresa concedente (vendedora) entrega as mercadorias e a empresa concessionária (compradora), paga o preço correspondente, se desejássemos reduzir o contrato à sua expressão mais simples”<sup>35</sup>.

### 2.1.2 Atipicidade e caráter misto

Confrontando os ensinamentos de Orlando Gomes e Enzo Roppo quanto os contratos atípicos, conclui-se que ambos os autores relacionam a atipicidade com o caráter misto do negócio jurídico, uma vez que a conjugação de elementos de distintas modalidades legalmente previstas possibilita a construção de um novo gênero de transação.

Nesse segmento, Orlando Gomes aduz que contratos atípicos são aqueles que “se formam a margem dos paradigmas estabelecidos”<sup>36</sup>, isto é, não são regulamentados pelo diploma legal e não são individualizados por denominação privativa. Dessarte, sua formação decorre da coordenação de elementos originais ou da associação de características de diferentes

<sup>31</sup> “A causa, no direito, não está na lei, mas está porque é inevitável no ordenamento como um todo e atua como fator de manutenção da eficácia” (Ibid., p. 19).

<sup>32</sup> ROPPO, Enzo. Op cit., p. 78.

<sup>33</sup> “A parte consente em obrigar-se (“sim, quero obrigar-me”) tendo em vista a prestação correspectiva (“por que quero tua prestação”).” (Ibid.).

<sup>34</sup> MELO, Claudineu de. Op cit., p. 82.

<sup>35</sup> REQUIÃO, Rubens. Op. Cit., p. 217.

<sup>36</sup> GOMES, Orlando. Op cit., p. 119.

contratos, conjectura na qual será misto<sup>37</sup>. Enzo Roppo define contrato atípico como “esquemas contratuais não correspondentes aos tipos definidos e qualificados, em sede legislativa”<sup>38</sup> e, ainda, associa contratos atípicos e mistos ao asseverar que, comumente, os primeiros se reduzem aos segundos, pois é possível que sejam reconhecidas obrigações inerentes aos contratos típicos<sup>39</sup>.

No que se relaciona ao contrato de distribuição, Rubens Requião defendeu em seu estudo pioneiro, publicado antes do advento do atual ordenamento civil, que o contrato de concessão de venda com exclusividade se concebe como contrato atípico e misto<sup>40</sup>. Segundo o entendimento do autor, ainda que o contrato de compra e venda seja a base para sua formação, o contrato de distribuição não é totalmente contido nessa tipicidade clássica<sup>41</sup>, porque conjuga elementos de outros tipos contratuais, tais como o fornecimento e prestação de serviços e, apesar disso, não se identifica inteiramente com nenhum deles. Sobre o tema, o paranaense argui que o “empresário lança mão de certas prestações típicas oriundas de outros contratos conhecidos, e os funde numa nova e original modalidade”<sup>42</sup>.

Na jurisprudência brasileira, verifica-se que a primeira conceituação relevante de contrato concessão mercantil que se tem notícia concorda com a linha de raciocínio esposada por Requião. Tal delimitação foi realizada no julgamento do RE 78.051 pelo Supremo Tribunal Federal, de relatoria do Min. Thompson Flores, datado de 27/08/1974<sup>43</sup>, na qual litigavam Shell do Brasil e Auto Posto Diadema Ltda. A partir da análise do acórdão, infere-se que o litígio circunscrevia a construção de bombas distribuidoras e tanques subterrâneos para abastecimento de automóveis e, entre outras avenças, a Shell venderia o combustível ao posto, que revenderia o produto ao consumidor final.

Na lide em comento, o STF teve que analisar a natureza jurídica do negócio pactuado entre os litigantes e, a partir das considerações de Rubens Requião, concluiu que a avença se tratava de um “contrato de concessão de venda com exclusividade”, transação atípica que se caracteriza como um “contrato misto e não uma união de contratos”, motivo pelo qual o eminente relator destacou que coexistem “obrigações pertinentes a tipos diferentes de

---

<sup>37</sup> *Ibid.*, p. 121.

<sup>38</sup> ROPPO, Enzo. *Op cit.*, p. 134.

<sup>39</sup> *Ibid.*, p. 137.

<sup>40</sup> REQUIÃO, Rubens. *Op. Cit.*, p. 214.

<sup>41</sup> *Ibid.*, p. 218.

<sup>42</sup> *Ibid.*, p. 219.

<sup>43</sup> STF, RE 78.051, Relator: Min. Thompson Flores, Segunda Turma, julgado em 27/08/1974, DJ 17/10/1974.

contratos” e conclui que “o grau de síntese alcançado torna inseparáveis as partes ou elementos do negócio”<sup>44</sup>.

Nada obstante, após a entrada em vigor do Código Civil Brasileiro de 2002, que trata “Da agência e Distribuição” e prevê, no art. 710, que a distribuição se caracteriza “quando o agente tiver à sua disposição a coisa a ser negociada”<sup>45</sup>, a doutrina se dividiu quanto ao entendimento da tipificação ou não desse negócio jurídico. É que a menção expressa ao termo “distribuição” fez com que autores entendessem que o diploma passou a contemplar a figura contratual, entretanto, esse posicionamento não se sustenta diante da própria hermenêutica do dispositivo, posto que o suporte fático presume a existência de um agente-representante, logo, trata-se de contrato de agência, conforme se elucidará a seguir.

Paralelamente, havia aqueles que afirmassem a manutenção da atipicidade, sobretudo em razão da presença do termo “disposição” no artigo, que não satisfaz apropriadamente a ideia de transferência de propriedade do produto entre o fabricante e o distribuidor, destarte, não contempla a noção de venda e revenda, e, assim sendo, estaria em contrariedade com o entendimento de contrato de concessão mercantil firmado pela prática, doutrina e jurisprudência.

No ano de 2012, a controvérsia foi solucionada pela aprovação do Enunciado nº 31 da I Jornada de Direito Comercial<sup>46</sup> ao aclarar que o negócio jurídico previsto no art. 710 do Código Civil trata de modalidade de agência e, ainda, que concomitantemente existe o contrato de distribuição autêntico, objeto do presente trabalho. A respeito da diferenciação dessas modalidades contratuais, Paula Forgioni expõe que o ordenamento civil brasileiro trata de dois tipos de contrato de agência:

a) Contrato de agência puro, previsto no art. 710, *caput*, primeira parte, é modalidade de venda direta no qual o representante “agencia as vendas em nome e por conta do

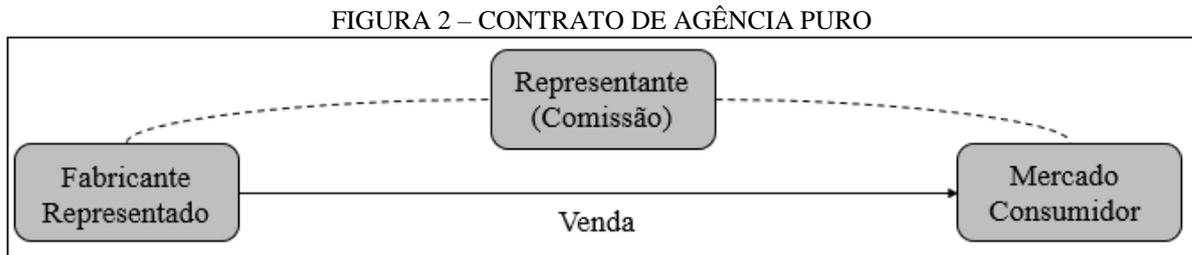
---

<sup>44</sup> Ibid., p. 15 e 16.

<sup>45</sup> Art. 710. Pelo contrato de agência, uma pessoa assume, em caráter não eventual e sem vínculos de dependência, a obrigação de promover, à conta de outra, mediante retribuição, a realização de certos negócios, em zona determinada, caracterizando-se a distribuição quando o agente tiver à sua disposição a coisa a ser negociada. Parágrafo único. O proponente pode conferir poderes ao agente para que este o represente na conclusão dos contratos.” (BRASIL. **Lei 10. 406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406compilada.htm)>. Acesso em: 27 out. 2018)

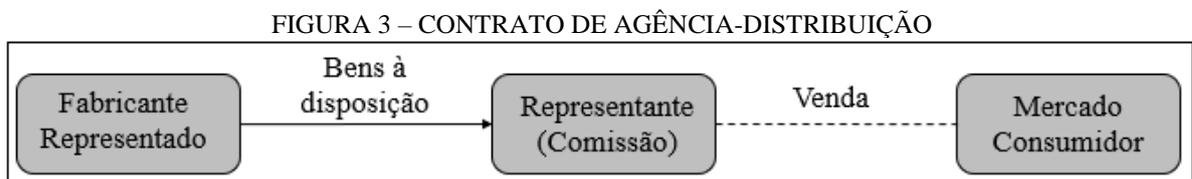
<sup>46</sup> “Enunciado nº 31: O contrato de distribuição previsto no art. 710 do Código Civil é uma modalidade de agência em que o agente atua como mediador ou mandatário do proponente e faz jus à remuneração devida por este, correspondente aos negócios concluídos em sua zona. No contrato de distribuição autêntico, o distribuidor comercializa diretamente o produto recebido do fabricante ou fornecedor, e seu lucro resulta das vendas que faz por sua conta e risco”. (BRASIL. **I Jornada de Direito Comercial, de março de 2013**. Disponível em: < <http://www.cjf.jus.br/cjf/corregedoria-da-justica-federal/centro-de-estudos-judiciarios-1/publicacoes-1/jornadas-de-direito-comercial/livreto-i-jornada-de-direito-comercial.pdf/>>)

representado”<sup>47</sup> e, em troca, recebe comissão, o que pode ser sintetizado pelo seguinte fluxograma:



FONTE: A autora (2018).

b) Contrato de agência-distribuição, disposto no art. 710, *caput*, segunda parte, consiste em espécie de mercancia direta que se aproxima do contrato de agência puro, dado que igualmente se observa que a venda é realizada pelo representante em nome do representado mediante obtenção de comissão. No entanto, distingue-se pelo fato de o representante ter “à sua disposição a coisa a ser negociada”<sup>48</sup>, para fins de agilidade na conclusão do negócio. Esquemáticamente pode ser representado pela seguinte construção:



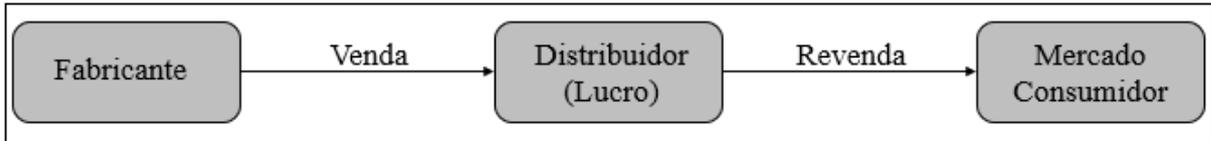
FONTE: A autora (2018).

De maneira diversa, ao contrato de distribuição autêntico é intrínseca a prática da revenda, da qual se pressupõe lógica e dedutivamente a ocorrência de uma venda anterior à distribuição, e, por isso, é negócio típico da venda indireta. Relevante destacar, uma vez mais, que essa última se distingue da venda direta em decorrência da quantidade de esferas patrimoniais que perpassa o produto objeto do contrato. Nesse entendimento, o mencionado Enunciado nº 31 assevera que “o distribuidor comercializa diretamente o produto recebido do fabricante ou fornecedor, e seu lucro resulta das vendas que faz por sua conta e risco”, prática que pode ser sintetizada pela seguinte ilustração:

FIGURA 4 – CONTRATO DE DISTRIBUIÇÃO

<sup>47</sup> FORGIONI, Paula. Op. Cit., p. 76.

<sup>48</sup> Ibid., 77.



FONTE: A autora (2018).

No que é relativo a esse último, pertinente salientar a existência de regulamentação específica da concessão comercial entre produtores e distribuidores de veículos automotores de via terrestre pela Lei nº 6.729/79, conhecida como Lei Ferrari. Conquanto, esse diploma legal não é suficiente para se afirmar que o contrato de distribuição é legalmente previsto, haja vista que regula apenas um ramo específico de atividade, devendo ser interpretado de maneira restritiva, de forma que não atinge os demais negócios jurídicos da espécie em comento, que serão regidos pelas disposições gerais do Código Civil<sup>49</sup> e pelas cláusulas contratuais.

Feita essa ressalva, é possível afirmar que hodiernamente é unânime na doutrina o entendimento de que o sentido de distribuição empregado pelo art. 710 do Código Civil é uma espécie de agência e, de outro lado, o contrato de distribuição autêntico foge à literalidade da supracitada norma, permanecendo como figura sem construção legislativa, quase em sua totalidade, e mista<sup>50</sup>, já que conjuga elementos de avenças diferentes.

Logo, superada a falsa impressão de que a concessão mercantil é legalmente tipificada, cumpre esclarecer que a menção à “distribuição” na supracitada norma se justifica apenas pelo fato de que, na conjuntura da formulação da disposição legal, ainda não eram claras as características do negócio jurídico que trata o presente trabalho<sup>51</sup>.

### 2.1.3 Longa duração e estabilidade

O lapso temporal no qual perdurará o contrato está intrinsecamente ligado à natureza da prestação pactuada e, na hipótese de as partes firmarem um contrato de longa duração, essa decorrerá da impossibilidade de uma satisfação única e pontual, pois, ao revés, será necessário

<sup>49</sup> Nesse sentido: “Considerado, na doutrina, como contrato atípico e complexo, por escapar da natureza contratual típica, visto a ausência de regulamentação legal. Ressalta-se que pela sua atipicidade, como supra mencionado, a avença de revenda e distribuição de bebidas exclui a possibilidade de aplicação analogicamente da Lei nº 6.729/79, que regula as relações comerciais entre as produtoras e as distribuidoras de veículos automotores. As disposições contidas nesta são especialíssimas, constituem exceção às regras gerais, enquanto que, em contrapartida, na distribuição de bebidas, ela ausência de lei específica, os dissídios devem ser dirimidos à luz das disposições comuns, que regulam os contratos em geral.” (TJPR - 7ª C.Cível em Composição Integral - AR - 758423-4 - Londrina - Rel.: Luiz Antônio Barry - Unânime - J. 07.10.2014)

<sup>50</sup> Nesse sentido: TJ-PR - AC: 1735795 PR Apelação Cível - 0173579-5, Relator: Miguel Pessoa, Data de Julgamento: 07/11/2005, 9ª Câmara Cível, Data de Publicação: 25/11/2005 DJ: 7002.

<sup>51</sup> FORGIONI, Paula. Op. Cit., p. 79.

seu cumprimento de modo contínuo<sup>52</sup>. Acerca do tema, Enzo Roppo ressalva que, se o contrato não contiver a previsão quanto o tempo de duração, ele poderá ser considerado “por tempo indeterminado”, cenário no qual sua eficácia será conservada até a ocorrência da rescisão, necessariamente precedida de aviso<sup>53</sup>.

No que concerne ao contrato de concessão mercantil, o tempo é elemento de suma importância, eis que essa modalidade de negócio jurídico é marcada pela estipulação da vigência do instrumento por longo período ou por tempo indeterminado. Em outras palavras, seu adimplemento é continuado ou protraído no tempo, característica que, entre outras, segundo Claudineu de Melo, é essencial para distinguir o contrato de compra e venda do de distribuição, em atenção ao fato de que a compra e venda se caracteriza, em regra, pela fugacidade, enquanto a revenda, inerente ao contrato de concessão comercial, exige que haja um vínculo continuado entre o fabricante e o distribuidor, para que efetivamente ocorra a distribuição do produto no mercado consumidor, atividade que não se esgota em raso ínterim<sup>54</sup>.

Nessa linha de raciocínio, Rubens Requião afirma que o contrato de distribuição se assemelha ao de fornecimento, posto que sua execução jamais será instantânea e sim continuada<sup>55</sup>. Da mesma forma, para Paula Forgioni, essa avença tende a permanecer mesmo com o transcurso do tempo, consubstanciando-se em contrato de longa duração, tendo em vista que a relação que decorre da transação não se esgota imediatamente.

Para tanto, a confiança e a boa-fé objetiva e o envolvimento das partes são elementos indispensáveis para a manutenção da distribuição<sup>56</sup>. Da mesma forma, a confiança e a não frustração das expectativas são itens de grande peso que visam garantir a estabilidade jurídica do negócio<sup>57</sup>. Por essas razões, os contratantes costumemente se preocupam em disciplinar também as questões que se desenvolverão ao longo do negócio, quais sejam, questões futuras em relação ao momento da celebração.

#### 2.1.4 Encerramento de um contrato vertical

No âmbito do direito concorrencial, que analisa sobretudo os efeitos das transações comerciais em relação ao mercado, a venda indireta e, por conseguinte, o contrato de concessão

---

<sup>52</sup> GOMES, Orlando. Op cit., p. 95.

<sup>53</sup> ROPPO, Enzo. Op cit., p. 153.

<sup>54</sup> MELO, Claudineu de. Op cit., p. 31-32.

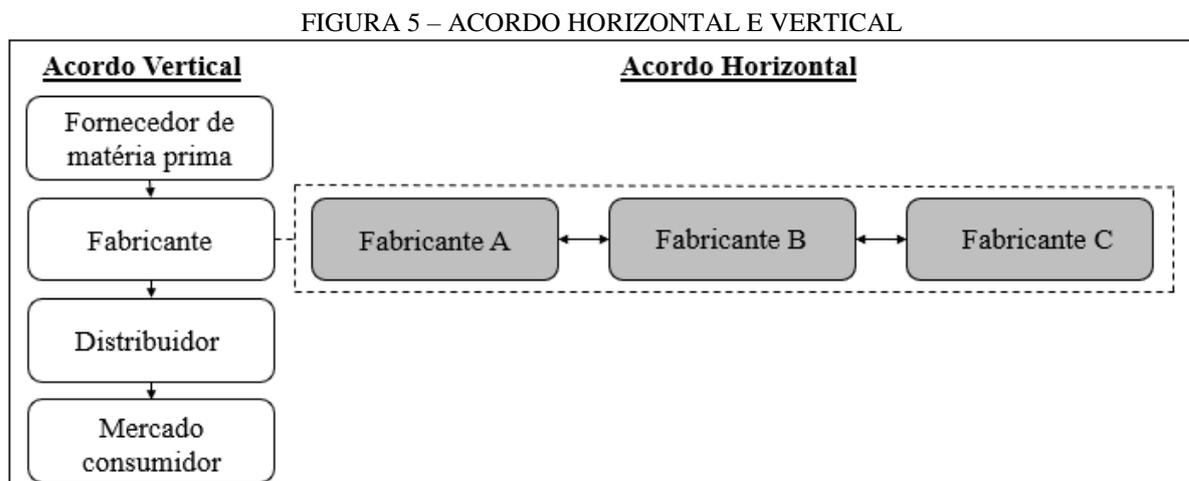
<sup>55</sup> REQUIÃO, Rubens. Op. Cit., p. 221.

<sup>56</sup> FORGIONI, Paula. Op. Cit., p. 48.

<sup>57</sup> Ibid., p. 50.

mercantil são classificados como acordos verticais<sup>58</sup>, visto que são celebrados entre corporações que não atuam no mesmo ramo. Quer dizer, distintamente ao que ocorre nos acordos horizontais<sup>59</sup>, as empresas contratantes não são concorrentes entre si, já que suas atividades são relacionadas a diferentes estágios da produção e circulação econômica. Paula Forgioni argui que esses acordos “são, pois, aqueles celebrados entre agentes econômicos que se situam em diferentes estágios da cadeia produtiva, que vai desde a extração da matéria-prima até a colocação do produto junto a seu adquirente final”<sup>60</sup>.

A título de exemplo, consideremos genericamente a produção e distribuição de determinado bem. A análise da fabricação e vazão da mercadoria inicia com a empresa que fornece a matéria prima, seguida pela fabricante que produz a mercadoria final e pelo distribuidor que compra o produto e, em seguida, os revende ao mercado consumidor. Essa cadeia de transação é enquadrada como acordo vertical, pressuposição que contempla o contrato de concessão mercantil. Por outro ângulo, os negócios jurídicos celebrados entre as fabricantes são acordos horizontais<sup>61</sup>. Senão vejamos:



FONTE: A autora (2018).

<sup>58</sup> “A concentração (ou integração) vertical consiste na operação envolvendo agentes econômicos distintos que ofertam produtos ou serviços pertencentes a etapas diferentes da mesma cadeia produtiva.” (BRASIL. **Cartilha do Conselho Administrativo de Defesa Econômica**, de maio de 2016. p. 9. Disponível em: < <http://www.cade.gov.br/acesso-a-informacao/publicacoes-institucionais/cartilha-do-cade.pdf>>. Acesso em: 27 out. 2018).

<sup>59</sup> “Uma concentração horizontal ocorre em operações que envolvem agentes econômicos distintos que ofertam produtos ou serviços substitutos entre si.” (Ibid.)

<sup>60</sup> FORGIONI, Paula. Op. Cit., p. 36.

<sup>61</sup> “As práticas restritivas horizontais consistem na tentativa de reduzir ou eliminar a concorrência no mercado, seja estabelecendo acordos entre concorrentes no mesmo mercado relevante com respeito a preços ou outras condições, seja praticando preços predatórios. Em ambos os casos visa, de imediato ou no futuro, em conjunto ou individualmente, o aumento de poder de mercado ou a criação de condições necessárias para exercê-lo com maior facilidade.” (BRASIL. **Resolução do Conselho Administrativo de Defesa Econômica nº 20 de 1999**. Anexo I. p. 2. Disponível em: < <http://www.cade.gov.br/assuntos/normas-e-legislacao/resolucao/resolucao-no-20-de-9-de-junho-de-1999.pdf/view>>. Acesso em 20 out. 2018)

### 2.1.5 Fornecimento de bens para revenda

Na dinâmica do contrato de distribuição, a propriedade do produto inicialmente passa do fabricante para o distribuidor e, posteriormente, desse para o mercado consumidor. Observa-se, pois, que o distribuidor não faz mera intermediação entre o produtor e o consumidor, no sentido de agenciamento de clientela, na medida em que adquire em bem e nome próprio e por sua conta e risco, portanto, o produto passa a ser de sua propriedade em certo período da cadeia comercial.

Destarte, a revenda do objeto do acordo é o elemento distintivo e o cerne do contrato de distribuição e, ainda, constitui-se no meio pelo qual o distribuidor auferir sua remuneração e ganho financeiro, porquanto formará sua “margem de comercialização”<sup>62</sup> através da diferença entre o preço de aquisição e o valor do repasse ao consumidor. Para tanto, conforme mencionado, a relação jurídica existente entre o fabricante e o distribuidor necessariamente tem caráter habitual, sendo vedada a eventualidade<sup>63</sup>.

Sobre o exposto, Claudineu de Melo afirma que “não ocorrendo a revenda, pelo distribuidor, não há a distribuição, mas mera aquisição do produto com vantagem especial, sendo certo que a utilização do produto, para fins diversos da revenda, importa em inadimplemento contratual do distribuidor”<sup>64</sup>. Nesse sentido, conforme as lições do autor, a revenda é um dos requisitos da configuração da concessão comercial, visto que se o distribuidor adquirir a mercadoria com outro objetivo senão a revenda, resta descaracterizada a avença. Neste panorama, se, por exemplo, o distribuidor adquire o bem com o intuito de ser o consumidor final e o utiliza em fabricação própria, em verdade, estar-se-ia diante de um contrato de fornecimento<sup>65</sup>.

Quanto à necessidade de o distribuidor comprovar a revenda pré-arranjada ou a expectativa de manter o produto em estoque para venda em caráter de pronta entrega, Claudineu e Requião asseveram que não é razoável condicionar a venda à garantia prévia de revenda, uma vez que é natural que o distribuidor mantenha seu estoque sempre abastecido para a regularidade de suas atividades e, ainda, o que importa na realidade é a finalidade/destinação do produto, independentemente do lapso temporal que será necessário para a persecução do

---

<sup>62</sup> FORGIONI, Paula. Op. Cit., p. 42.

<sup>63</sup> Ibid., p. 43.

<sup>64</sup> MELO, Claudineu de. Op cit., p. 32.

<sup>65</sup> Ibid., p. 36.

objetivo. Ademais, o autor paulistano destaca que tal situação estaria mascarando um contrato de agência, tendo em vista que nesse se pressupõe a existência do cliente para que ocorra a venda do bem pelo fabricante<sup>66</sup>.

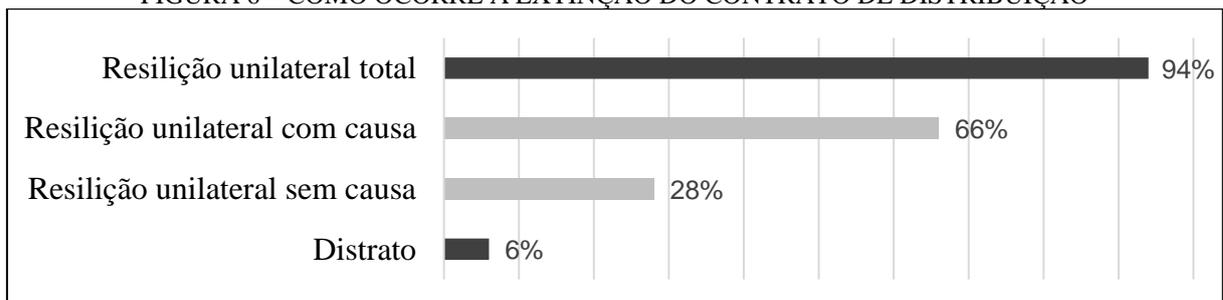
Ressalva-se, porém, que, a despeito do envolvimento e parceria que perpassa a avença de longa duração, a prática da revenda evidencia interesses contrapostos, dado que, muito embora seja verdade que a quantidade de mercadorias vendidas é proporcional ao montante produzido, de forma a promover lucro para ambas contratantes, a margem de proveito econômico que cada empresa obtém é inversamente equivalentes. Ocorre que o distribuidor busca pelo menor preço de compra do produto e maior preço de revenda possível, enquanto o produtor almeja vender seus bens pelo maior valor possível.

### 3 A EXTINÇÃO DO CONTRATO DE DISTRIBUIÇÃO

Após a análise dos elementos inerentes à formação do contrato de distribuição, inicia-se o estudo acerca dos desdobramentos que levam à extinção da avença, com destaque para as razões pelas quais a confluência de interesses cede espaço para divergência, bem como para as motivações que ensejam a busca pela tutela jurisdicional. Cumpre salientar, contudo, que não se pretende esgotar todas os cenários que culminam no encerramento do negócio jurídico e sim verificar quais são as principais condutas que promovem o fim da relação, segundo o critério de amostragem. Para tanto, foram examinados cinquenta acórdãos do Tribunal de Justiça do Estado do Paraná<sup>67</sup>, julgados e publicados no período entre setembro de 2011 e outubro de 2018, que, entre outras controvérsias, versam a respeito da extinção do contrato de distribuição.

De antemão, a constatação que mais salta aos olhos é a de que a extinção do vínculo ocorre, sobretudo, por rescisão unilateral e, em contraparte, a celebração de distrato é exceção. Observe-se:

FIGURA 6 – COMO OCORRE A EXTINÇÃO DO CONTRATO DE DISTRIBUIÇÃO



<sup>66</sup> Ibid., p. 37.

<sup>67</sup> Conforme Anexo.

FONTE: A autora (2018).

No que diz respeito a diferenciação das modalidades de extinção sublinhadas, pontua-se que, em sentido amplo, ambas são formas de rescisão, sendo essa entendida como a “dissolução do contrato por simples declaração de vontade de uma ou das duas partes contratantes”<sup>68</sup> e que opera efeitos *ex nunc*. Se houver concurso de vontade e comum acordo na desconstituição do vínculo jurídico, a rescisão será bilateral e ocorrerá por distrato<sup>69</sup>, negócio extintivo geralmente utilizado para pôr termo, de forma antecipada, às avenças com prazo determinado ou para concluir transações de prazo indeterminado<sup>70</sup>.

De outro modo, se a relação jurídica finalizar em decorrência de rescisão unilateral, presume-se que uma das partes contratantes não deseja que a relação continue a se protrair no tempo indefinidamente, razão pela qual utiliza de seu direito potestativo para encerrar o contrato<sup>71</sup>. Porém, com o fim de evitar a ruptura abrupta, a denúncia, instrumento pelo qual se operam os efeitos dessa modalidade de extinção por impulsionamento individual, deve ser acompanhada por aviso prévio em prazo “compatível com a natureza e o vulto dos investimentos”<sup>72</sup>.

Mister acentuar que, nessa hipótese, ainda que o rompimento do contrato se consubstancie em uma faculdade dos pactuantes e seja precedida por notificação, o exercício do direito não isenta as partes de eventual condenação ao pagamento de perdas e danos, eis que o rompimento pode ser demasiadamente prejudicial para um dos polos da relação. A esse respeito:

Tratando-se de contrato de distribuição de longa e ininterrupta duração, não pode a parte concedente, a quem não mais interessava o seu prosseguimento, furtar-se do dever de responder pelos danos sobrevindos à concessionária pelo rompimento unilateral da avença, sob pena de fazer tábua rasa do princípio geral da boa-fé informador das relações contratuais, dos próprios textos legais e também de soluções *proeter legem*, nos casos omissos. O nexó de causalidade entre o ato unilateral de rompimento do contrato e os prejuízos conseqüentes, até aqui suportados apenas pela distribuidora, está perfeitamente delineado, merecendo acolhimento o pedido de

<sup>68</sup> GOMES, Orlando. Op cit., p. 221.

<sup>69</sup> Art. 472. O distrato faz-se pela mesma forma exigida para o contrato. (BRASIL. Lei 10. 406, de 10 de janeiro de 2002. Op. Cit.)

<sup>70</sup> GOMES, Orlando. Op cit., p. 222.

<sup>71</sup> GOMES, Orlando. Op cit., p. 223 e 224.

<sup>72</sup> Art. 473. A rescisão unilateral, nos casos em que a lei expressa ou implicitamente o permita, opera mediante denúncia notificada à outra parte. Parágrafo único. Se, porém, dada a natureza do contrato, uma das partes houver feito investimentos consideráveis para a sua execução, a denúncia unilateral só produzirá efeito depois de transcorrido prazo compatível com a natureza e o vulto dos investimentos. (BRASIL. Lei 10. 406, de 10 de janeiro de 2002. Op. Cit.)

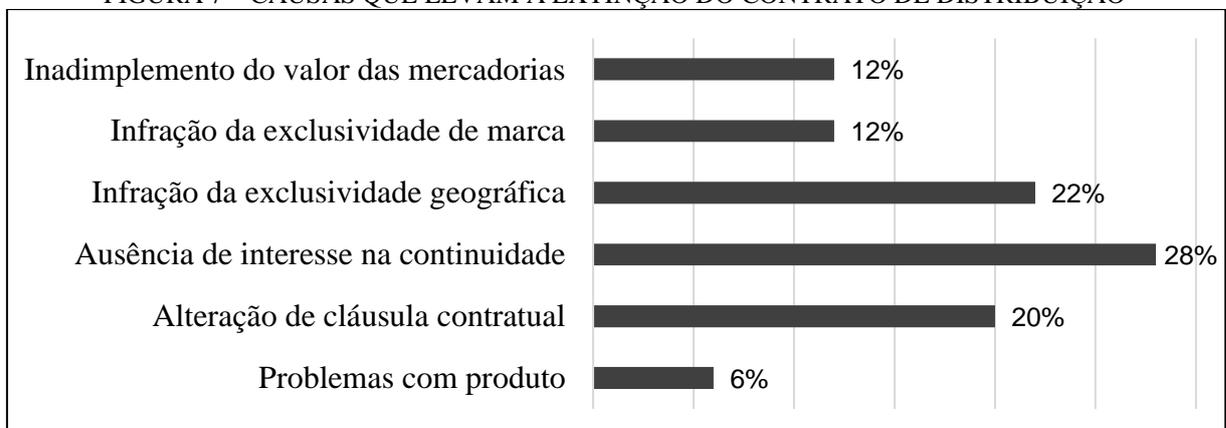
condenação da concedente no pagamento de indenização pela ruptura do pacto de distribuição de bebidas, a abranger os danos emergentes e os lucros cessantes<sup>73</sup>.

Nos casos que envolvem resilição motivada, as indenizações decorrem essencialmente da violação às disposições contratuais entabuladas, bem como do desrespeito às normas e aos princípios gerais aplicáveis ao contrato de concessão mercantil:

(...) independentemente de qualquer interpelação judicial, rescindir-se-á de pleno direito o presente se qualquer das partes infringir as cláusulas deste contrato ou se a DISTRIBUIDORA deixar de observar as "NORMAS GERAIS" que integram este instrumento, bem como falir, pedir concordata ou entrar em liquidação judicial ou extrajudicial, ou ainda se a DISTRIBUIDORA praticar atos capazes de gerar descrédito perante o mercado consumidor e a clientela, tais como títulos protestados, emissão de cheques sem a devida provisão de fundos, penhora, arresto e/ou seqüestro de bens em consequência de dívidas para com terceiros, bem como der mostras de insolvência nos negócios, ainda que parcialmente<sup>74</sup>.

Além da forma da extinção do contrato de distribuição, foi identificado que as causas que estão no plano de fundo do término da avença surgem de maneira desproporcional nas lides, isso porque umas se sobressaem em relação a outras e se configuram de maneira mais frequente, mas é comum que estejam conjugadas, isto é, constantemente mais de uma delas são suscitadas na mesma ação judicial, conforme adiante demonstrado. Nessa circunstância, para que seja possível compreender o desempenho individual de cada uma das motivações preponderantes, essas foram classificadas em “inadimplemento do valor das mercadorias”, “infração da exclusividade de marca”, “infração da exclusividade geográfica”, “ausência de interesse na continuidade”, “alteração de cláusula contratual” e “problemas com o produto”, as quais passam a ser analisadas.

FIGURA 7 – CAUSAS QUE LEVAM À EXTINÇÃO DO CONTRATO DE DISTRIBUIÇÃO



<sup>73</sup> TJPR - 7ª C.Cível - AC - 909118-1 - Campo Mourão - Rel.: Luiz Sérgio Neiva de Lima Vieira - Unânime - J. 23.10.2012

<sup>74</sup> TJPR - 11ª C.Cível - AC - 620135-6 - Londrina - Rel.: Augusto Lopes Cortes - Unânime - J. 19.09.2012

FONTE: A autora (2018).

### 3.1 CAUSAS QUE LEVAM À EXTINÇÃO

#### 3.1.1 Inadimplemento do valor das mercadorias

A categoria “inadimplemento do valor das mercadorias” está relacionada com o não pagamento dos produtos comprados pelo distribuidor do fabricante, o que ocorre, sobretudo, em razão de:

(a) Variações de mercado, precipuamente a baixa demanda pelos bens no seguimento consumerista no qual o distribuidor atua, obstando o aferimento de lucro e, por vezes, ocasionando graves prejuízos econômicos, que impedem o pagamento dos produtos adquiridos.

(b) Má administração, já que o distribuidor suporta os riscos dos negócios e arca com os gastos com material e pessoal, sendo que a gestão das vendas afeta de sobremaneira o balanço econômico da empresa e a possibilidade do adimplemento das obrigações.

(c) Incapacidade de pagar o crédito em mercadorias comumente concedido pelo fabricante ao concessionário no início da avença como forma de estímulo e que deveria ser quitado após o intermediário efetuar as primeiras distribuições.

(d) Impossibilidade de adimplir com a dívida adquirida para realizar investimento inicial e, paralelamente, de efetuar o pagamento das mercadorias compradas.

#### 3.1.2 Infração da exclusividade de marca

A exclusividade de marca trata de obstáculo material estabelecido entre as partes, haja vista que limita os produtos que serão distribuídos. Usualmente, é estipulada de duas maneiras, quais sejam: impedimento de que o agente distribuidor revenda quaisquer tipos de mercadorias que não sejam de produção do fabricante, eis que, independentemente do ramo dos produtos das outras marcas, esses não poderão ser distribuídos pelo mesmo concessionário; ou vedação de que o distribuidor comercialize produtos que sejam concorrentes dos fabricados pelo produtor, sem qualquer obstáculo em relação aos bens de outro segmento comercial. Em ambas as pressuposições, não é possível presumir a existência de cláusula de exclusividade, sendo, portanto, necessária sua expressa pactuação.

Nos casos analisados cuja extinção do contrato está relacionada à essa categoria, em síntese:

(a) não obstante a previsão de que o distribuidor seria revendedor exclusivo dos produtos de determinado fabricante, comercializou mercadorias de outras marcas em uma tentativa de diversificar seu ramo de atuação;

(b) a despeito de existência de cláusula vedando a comercialização de bens concorrentes, o concessionário distribuiu produtos de uma mesma categoria, no intuito de fornecer aos seus clientes maior variedade de marcas de um mesmo segmento.

As peculiaridades dos processos são relativas a arguição, pelos distribuidores, de que a existência dessa cláusula é marcado pelo abuso de poder e consequente desequilíbrio contratual. O entendimento jurisprudencial acerca da matéria varia caso a caso, dado que há maior probabilidade de condenação do produtor ao pagamento de indenização quando não há, no contrato de distribuição, uma contrapartida do encargo promovido pela exclusividade, nos moldes abaixo aduzido:

Dentro dessa nova política comercial consta o fato de a apelada não ter o direito de exclusividade da área de abrangência, mas ter que ser distribuidor exclusivo da apelante, tendo que competir com produtos de outros fabricantes e com a própria Nestlé que podia vender dentro da área de atuação da sua distribuidora, caracterizando o propalado abuso do direito<sup>75</sup>.

Em contraposição, o pedido de afastamento de condenação pelos produtores está lastreado na paridade de poderes entre os contratantes quando da celebração do negócio jurídico. Com efeito, normalmente é aduzido que as disposições contratuais foram debatidas e voluntariamente anuídas pelas partes, não havendo que se falar questionamentos posteriores, conforme excerto a seguir:

Como se vê, a natureza e a finalidade do negócio funcionam como parâmetros interpretativos. Nesses termos, a possibilidade de intervenção do Poder Judiciário no presente contrato (de natureza empresarial) é reduzida. (...) Os contratos empresariais são, normalmente, amplamente debatidos contando as empresas com um corpo jurídico altamente qualificado. Não há qualquer tipo de vulnerabilidade a ensejar a intervenção do juiz sobre o conteúdo do contrato. (...) Registre-se que o caso em discussão não constitui uma relação de consumo e não restou configurado o abuso de poder econômico, sendo que os apelantes, empresários da área, tinham plena ciência das cláusulas pactuadas, assumindo o risco de arcar com a multa contratual quando optaram por descumprir o pacto<sup>76</sup>.

### 3.1.3 Infração da exclusividade geográfica

<sup>75</sup> TJPR - 7ª C.Cível - AC - 909118-1 - Campo Mourão - Rel.: Luiz Sérgio Neiva de Lima Vieira - Unânime - J. 23.10.2012

<sup>76</sup> TJPR - 6ª C.Cível - AC - 1256683-3 - Região Metropolitana de Maringá - Foro Central de Maringá - Rel.: Clayton de Albuquerque Maranhão - Unânime - J. 09.06.2015

A exclusividade geográfica, por sua vez, trata da dimensão territorial da vedação, a qual reserva ao distribuidor uma área de atuação própria onde lhe competirá atender a todo o mercado consumidor circunscrito. Isso não significa que na região será obstado todo e qualquer tipo de concorrência, mas apenas em relação às mercadorias do fabricante que celebrou a avença. Em troca, o concessionário concorda em não comercializar além dos limites do território delimitado. Relevante destacar que, assim como a cláusula de exclusividade de marca, a exclusividade geográfica deve ser expressa.

Nas lides cuja controvérsia se desenvolvem nessa categoria, observou-se a violação contratual por meio de três condutas:

(a) desrespeito à lealdade contratual, pelo fabricante, em decorrência da inserção de outros distribuidores nas áreas de atuação exclusiva, ocasionando graves problemas econômicos ao concessionário, uma vez que os esforços empreendidos para projetar os produtos que revende e para fidelizar clientes serão absorvidos por outra companhia. Logo, tal conduta opera o desvio de clientela, eliminação do controle do mercado consumidor em detrimento das operações comerciais e suscita a busca por indenização e lucros cessantes. Nessa linha de raciocínio:

Insta pontuar que partindo do fixado no acórdão - os lucros cessantes abrangem apenas aquilo que a agravante deixou de auferir com a venda dos produtos da agravada no intervalo de abril de 2003 a abril de 2004, período em que foi reconhecida a existência de cláusula de exclusividade e seu descumprimento pela agravada<sup>77</sup>.

(b) da atuação direta do fabricante na área de exclusividade, majoritariamente por meio da venda direta de seus produtos às grandes redes de mercados. Com efeito, essa prática geralmente está relacionada ao estabelecimento de preços e condições de pagamentos diferenciados em benefício do supermercado de forma que, se não estiver lastreada em critérios objetivos, tal conduta poderá, além de configurar transgressão contratual, ser considerada infração concorrencial, ante a discriminação e favorecimento do adquirente atendido sem intermediários. Nesse entendimento:

Embora os contratos firmados garantissem exclusividade à distribuidora, na respectiva região geográfica, apurou-se a ocorrência de vendas diretas pela fábrica a preços inferiores, com violação do contrato e dos princípios da boa-fé e da lealdade

---

<sup>77</sup> TJPR - 6ª C.Cível - AI - 1273694-0 - Curitiba - Rel.: Clayton de Albuquerque Maranhão - Unânime - J. 31.03.2015

comercial. A conduta predatória da concedente verdadeira concausa do declínio das vendas da distribuidora, informa o dever de indenizar<sup>78</sup>.

(c) atuação do distribuidor além da área exclusiva delimitada e, como resultado, interferência nas operações comerciais de outros concessionários que estavam efetuando a revenda na região.

### 3.1.4 Ausência de interesse na continuidade

“Ausência de interesse na continuidade” foi o termo escolhido para abranger as hipóteses nas quais as partes, no gozo da autonomia da vontade, optam por não prosseguir com a avença outrora entabulada ou, ainda, por não pactuar aditivo prorrogando o negócio e, ao proceder dessa forma, há extinção automática da avença pelo decurso do tempo nos contratos em que há prazo determinado. Em grande parte dos casos não restaram claros os motivos que suscitaram o fim do contrato, haja vista se tratarem de motivações negociais sigilosas que não são expostas nos autos, todavia, dentre as ações em que há alguma exposição das justificativas, destacam-se:

- (a) mudança do segmento em que atua;
- (b) alteração da localização da sede da empresa;
- (c) encerramento das atividades comerciais;

A particularidade dessas demandas concerne à forma de extinção do contrato de distribuição, sendo que, diferentemente das demais categorias, não envolvem descumprimento contratual e, ainda que seja comum que o término da avença ocorra por meio de rescisão unilateral sem causa, é a única em que se observou a existência do fim do negócio jurídico por distrato.

### 3.1.5 Alteração de cláusula contratual

Entre os processos que integram a categoria “alteração de cláusula contratual”, foi constatado que, geralmente, as disposições da avença são modificadas por conta de novas propostas formuladas pelo fornecedor, que tem interesse na manutenção de um negócio que lhe seja mais benéfico possível. Neste cenário, o distribuidor tende a aceitar as mudanças, mesmo

---

<sup>78</sup> TJPR - 7ª C.Cível - AC - 909118-1 - Campo Mourão - Rel.: Luiz Sérgio Neiva de Lima Vieira - Unânime - J. 23.10.2012

a contragosto, com a finalidade de continuar distribuindo os produtos, no entanto, muitas vezes as novas condições lhe são desfavoráveis, pois envolvem, entre outros, a redução dos prazos para pagamento dos produtos, aumento do valor dos bens, exigência de que seja adquirida maior quantidade de mercadorias e fixação de preço mínimo ou máximo de revenda. Inclusive, verificou-se que parte dessas transformações são obstadas pela legislação pátria<sup>79</sup>.

Com efeito, as principais reclamações dos concessionários que emergem deste contexto estão atreladas às reduções do faturamento mensal, onerosidade do negócio e ausência de flexibilidade na relação. Em contrapartida, os fornecedores tendem a aduzir que as novas cláusulas foram livremente negociadas entre os contratantes:

Não podem os Recorrentes alegar que a Recorrida fez exigências abusivas, já que as cláusulas acima descritas foram livremente pactuadas entre as partes. (...) Ora, se realmente consideraram as condições estabelecidas pela requerida excessivas, não deveriam ter assinado o acordo, que foi firmado, repise-se, espontaneamente. (...) Ainda, não se pode olvidar que a apelada tem o perfil de uma multinacional renomada que deve impor suas exigências às empresas que com ela querem contratar, até porque comercializa produtos alimentícios, que requerem cuidados especiais para sua regular comercialização<sup>80</sup>.

### 3.1.6 Problemas com o produto

Sabendo-se que as empresas distribuidoras não têm controle da produção das mercadorias que revendem e que essas são necessárias para a manutenção de seu lucro e de sua imagem no mercado consumidor, os casos que envolvem “problemas com produto” estão relacionados com as queixas quanto a:

(a) qualidade dos produtos que chegaram ao consumidor final, visto que quando esses contêm defeitos e/ou não estão próprios para serem comercializados, tais como a presença de infestação no caso de mercadorias perecíveis e de danos físicos no caso de bens duráveis, não

---

<sup>79</sup> Condutas proibidas por lei. “Art. 36. Constituem infração da ordem econômica, independentemente de culpa, os atos sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados: IX – impor, no comércio de bens ou serviços, a distribuidores, varejistas e representantes preços de revenda, descontos, condições de pagamento, quantidades mínimas ou máximas, margem de lucro ou quaisquer outras condições de comercialização relativos a negócios destes com terceiros. XII - dificultar ou romper a continuidade ou desenvolvimento de relações comerciais de prazo indeterminado em razão de recusa da outra parte em submeter-se a cláusulas e condições comerciais injustificáveis ou anticoncorrenciais;” (BRASIL. **Lei 12. 529**, de 30 de novembro de 2011. Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; altera a Lei no 8.137, de 27 de dezembro de 1990, o Decreto-Lei no 3.689, de 3 de outubro de 1941 - Código de Processo Penal, e a Lei no 7.347, de 24 de julho de 1985; revoga dispositivos da Lei no 8.884, de 11 de junho de 1994, e a Lei no 9.781, de 19 de janeiro de 1999; e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2011/Lei/L12529.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12529.htm)>. Acesso em 3 nov. 2018)

<sup>80</sup> TJPR - 11ª C.Cível - AC - 664163-8 - Curitiba - Rel.: Vilma Régia Ramos de Rezende - Rel.Desig. p/ o Acórdão: Ruy Muggiati - Por maioria - J. 02.04.2014

é possível distinguir de imediato se a origem do problema decorre de fabricação ou do manuseio/transporte. Entretanto, por terem contato mais próximo com o cliente, é comum que seja atribuído ao distribuidor esse ônus comercial e dele se cobre satisfações, o que reflete tanto em sua imagem, quanto em seu balanço econômico, haja vista que comumente arca com os gastos decorrentes da troca das mercadorias.

(b) tipo dos produtos que são vendidos ao distribuidor, na medida em que, por estratégias corporativas dos produtores, pode haver seleção prévia das mercadorias a serem repassadas ou não aos concessionários. Nesse sentido, apurou-se que há queixa dos distribuidores no sentido de que recebem produtos que têm menor aceitação no mercado e são menos lucrativos. Por outro lado, lhes faltam os produtos que são mais requisitados.

## CONCLUSÃO

A partir do estudo desenvolvido nos tópicos anteriores, é possível concluir que:

1. O contrato de distribuição surgiu como alternativa às vendas diretas dos bens pelas fabricantes, tendo em vista que, nos cenários de grande escala produtiva, restou inviável a comercialização individual das mercadorias. Destarte, consubstancia-se em um reflexo da revolução industrial, que promoveu a mecanização fabril e a expansão do mercado consumidor, bem como da necessidade dos produtores de escoar a produção de modo perene e de atingir novos clientes. Nesse sentido, inaugurou a venda triangular por meio da inserção de empresas intermediárias na cadeia consumerista, as distribuidoras, igualmente denominadas concessionárias, que são juridicamente independentes.

2. A despeito da constatação de que o negócio jurídico em comento é legalmente atípico, visto que o Enunciado nº 31 da I Jornada de Direito Comercial superou a controvérsia acerca da hermenêutica do texto normativo do art. 710 do Código Civil - que não satisfaz apropriadamente a ideia de venda e revenda dos bens -, são marcantes suas características em decorrência da utilização prática, estudos doutrinários e entendimento jurisprudencial. Nessa conjuntura, pertinente destacar que, em relação à bilateralidade, verificou-se que, o momento da celebração do vínculo jurídico, o qual é marcado pela expressão do consentimento e da autonomia da vontade, é possível que figure como parte fabricante, distribuidora e subdistribuidoras, desde que haja a manutenção do objetivo final de escoamento da produção, isso porque, dependendo da distância geográfica que a mercadoria percorrerá até atingir o consumidor final, pode ser inviável que apenas uma empresa seja responsável pela operação.

3. A revenda é o cerne do contrato de concessão comercial, sem a qual não pode ser efetivamente caracterizado o negócio jurídico, isto é, sem a utilização do bem para a revenda, resta corrompida a própria avença. Ademais, esse elemento é, igualmente, fonte de interesses contrapostos, já que o aferimento de lucros pela produtora e pela distribuidora são inversamente proporcionais, em outras palavras, enquanto a primeira deseja realizar a venda com o maior valor possível, a segunda pretende adquirir os bens por valor baixo e revender por preço considerável, de modo a lhe permitir a obtenção de vantagem econômica.

4. A longa durabilidade do contrato está intrinsicamente relacionada as formas com que ocorre o término da avença, quais sejam, rescisão unilateral com ou sem causa e distrato, sendo que há evidente predominância da extinção impulsionada apenas por um polo da relação jurídica e a celebração de negócio extintivo bilateral é exceção. Ainda, a despeito de a rescisão ser uma faculdade das partes, esta não afasta por completo a condenação ao pagamento de perdas e danos, na medida em que pode ensejar prejuízos demasiadamente grande para uma das empresas, revelando verdadeiro abuso de direito.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Cartilha do Conselho Administrativo de Defesa Econômica**, de maio de 2016. Disponível em: <<http://www.cade.gov.br/acesso-a-informacao/publicacoes-institucionais/cartilha-do-cade.pdf>>

BRASIL. **I Jornada de Direito Comercial**, de março de 2013. Disponível em: <<http://www.cjf.jus.br/cjf/corregedoria-da-justica-federal/centro-de-estudos-judiciarios-1/publicacoes-1/jornadas-de-direito-comercial/livreto-i-jornada-de-direito-comercial.pdf/>>

BRASIL. **Resolução do Conselho Administrativo de Defesa Econômica nº 20**, de 1999. Anexo I. p. 2. Disponível em: <<http://www.cade.gov.br/assuntos/normas-e-legislacao/resolucao/resolucao-no-20-de-9-de-junho-de-1999.pdf/view>>.

BRASIL. **Lei 10. 406**, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406compilada.htm)>

BRASIL. **Lei 12. 529**, de 30 de novembro de 2011. Estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; altera a Lei no 8.137, de 27 de dezembro de 1990, o Decreto-Lei no 3.689, de 3 de outubro de 1941 - Código de Processo Penal, e a Lei no 7.347, de 24 de julho de 1985; revoga dispositivos da Lei no 8.884, de 11 de junho de 1994, e a Lei no 9.781, de 19 de janeiro de 1999; e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2011/Lei/L12529.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12529.htm)>.

**FERREIRA DA SILVA**, Luis Renato. **Reciprocidade e contrato. A teoria da causa e sua aplicação nos contratos e nas relações “paracontratuais”**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2013.

FORGIONI, Paula. **Contrato de distribuição**. 3ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

GOMES, Orlando Gomes. **Contratos**. 26ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2009.

\_\_\_\_\_. **Obrigações**. 17ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2008.

HAICAL, Gustavo. **O contrato de agência: seus elementos tipificadores e efeitos jurídicos.** 2ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

HOBSBAWM, Eric J. **A era das revoluções: 1789-1848.** 25ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

JUNIOR, Humberto Theodoro. **Do contrato de agência e distribuição no novo código civil.** Revista da Faculdade de Direito. Universidade Federal de Minas Gerais. v 42. 2002.

\_\_\_\_\_. et. al. **Contrato de concessão comercial de bebidas. Responsabilidade civil do fabricante por ato ilícito praticado por preposto da concessionária. Acidente de trânsito.** v. 892. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999.

MELO, Claudineu de. **Contrato de Distribuição.** 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 1987.

REQUIÃO, Rubens. **Contrato de concessão de venda com exclusividade.** In: Revista Forense, v. 239, jul/ago/set. 1972.

ROPPO, Enzo. **Il contratto.** Bolonha: Il Mulino, 1977. Tradução portuguesa de Ana Coimbra e Manuel Januário Costa Gomes. O contrato. Coimbra: Almedina, 1988.

**ANEXO – ACÓRDÃOS ANALISADOS – TJ/PR**

TJPR - 15ª C.Cível - 0012322-38.2017.8.16.0001 - Curitiba - Rel.: Luiz Carlos Gabardo - J. 10.10.2018
TJPR - 18ª C.Cível - 0005958-45.2016.8.16.0014 - Londrina - Rel.: Marcelo Gobbo Dalla Dea - J. 08.08.2018
TJPR - 11ª C.Cível - 0000412-56.2017.8.16.0181 - Marmeleiro - Rel.: Mario Nini Azzolini - J. 13.06.2018
TJPR - 17ª C.Cível - AC - 1675869-3 - Região Metropolitana de Londrina - Foro Central de Londrina - Rel.: Lauri Caetano da Silva - Unânime - J. 06.06.2018
TJPR - 7ª C.Cível - AC - 1732268-4 - Curitiba - Rel.: Ramon de Medeiros Nogueira - Unânime - J. 22.05.2018
TJPR - 17ª C.Cível - AC - 1652229-1 - Curitiba - Rel.: Lauri Caetano da Silva - Unânime - J. 11.10.2017
TJPR - 14ª C.Cível - AC - 1648056-9 - Curitiba - Rel.: José Hipólito Xavier da Silva - Unânime - J. 13.12.2017
TJPR - 12ª C.Cível - AC - 1669764-6 - Curitiba - Rel.: Luis Espíndola - Unânime - J. 29.11.2017
TJPR - 12ª C.Cível - AC - 1669766-0 - Curitiba - Rel.: Luis Espíndola - Unânime - J. 29.11.2017
TJPR - 12ª C.Cível - AC - 1669762-2 - Curitiba - Rel.: Luis Espíndola - Unânime - J. 29.11.2017
TJPR - 18ª C.Cível - AC - 1710657-7 - Curitiba - Rel.: Denise Kruger Pereira - Unânime - J. 11.10.2017
TJPR - 11ª C.Cível - AC - 1650030-6 - Curitiba - Rel.: Gil Francisco de Paula Xavier Fernandes Guerra - Unânime - J. 30.08.2017
TJPR - 11ª C.Cível - AC - 1515914-3 - Francisco Beltrão - Rel.: Sigurd Roberto Bengtsson - Unânime - J. 21.06.2017

TJPR - 7ª C.Cível - AC - 1310188-9 - Cascavel - Rel.: D'Artagnan Serpa Sá - Unânime - J. 29.11.2016
TJPR - 12ª C.Cível - AC - 1421247-2 - Região Metropolitana de Londrina - Foro Central de Londrina - Rel.: Luiz Cezar Nicolau - Unânime - J. 23.11.2016
TJPR - 7ª C.Cível - AC - 1545547-1 - Curitiba - Rel.: Luiz Antônio Barry - Unânime - J. 22.11.2016
TJPR - 6ª C.Cível - AC - 1497697-7 - Região Metropolitana de Maringá - Foro Regional de Nova Esperança - Rel.: Carlos Eduardo Andersen Espínola - Unânime - J. 18.10.2016
TJPR - 6ª C.Cível - AC - 1567149-9 - Marmeleiro - Rel.: Prestes Mattar - Unânime - J. 11.10.2016
TJPR - 17ª C.Cível - AC - 1546731-7 - Curitiba - Rel.: Lauri Caetano da Silva - Unânime - J. 21.09.2016
TJPR - 18ª C.Cível - AC - 1343748-6 - Região Metropolitana de Maringá - Foro Central de Maringá - Rel.: Marcelo Gobbo Dalla Dea - Unânime - J. 06.07.2016
TJPR - 12ª C.Cível - AI - 1395786-9 - Curitiba - Rel.: Suzana Massako Hirama Loreto de Oliveira - Unânime - J. 13.04.2016
TJPR - 6ª C.Cível - AC - 1403778-4 - Curitiba - Rel.: Renato Lopes de Paiva - Unânime - J. 02.02.2016
TJPR - 6ª C.Cível - AC - 1256683-3 - Região Metropolitana de Maringá - Foro Central de Maringá - Rel.: Clayton de Albuquerque Maranhão - Unânime - J. 09.06.2015
TJPR - 6ª C.Cível - AI - 1273694-0 - Curitiba - Rel.: Clayton de Albuquerque Maranhão - Unânime - J. 31.03.2015
TJPR - 17ª C.Cível - AC - 1350003-3 - Curitiba - Rel.: Fabian Schweitzer - Unânime - J. 05.08.2015
TJPR - 16ª C.Cível - AC - 1362379-3 - Campo Mourão - Rel.: Magnus Venicius Rox - Unânime - J. 27.05.2015
TJPR - 7ª C.Cível - AC - 1220773-9 - Região Metropolitana de Londrina - Foro Central de Londrina - Rel.: Victor Martim Batschke - Por maioria - J. 19.05.2015

TJPR - 11ª C.Cível - AC - 1262054-9 - Curitiba - Rel.: Ruy Muggiati - Por maioria - J. 18.03.2015
TJPR - 11ª C.Cível - AI - 1152955-6 - Curitiba - Rel.: Gamaliel Seme Scaff - Unânime - J. 29.10.2014
TJPR - 9ª C.Cível - AC - 1128705-1 - Curitiba - Rel.: Domingos José Perfetto - Unânime - J. 16.10.2014
TJPR - 7ª C.Cível em Composição Integral - AR - 758423-4 - Londrina - Rel.: Luiz Antônio Barry - Unânime - J. 07.10.2014
TJPR - 10ª C.Cível - AC - 1132716-3 - Castro - Rel.: Elizabeth de Fátima Nogueira - Unânime - J. 28.08.2014
TJPR - 11ª C.Cível - AC - 1193600-2 - Região Metropolitana de Londrina - Foro Central de Londrina - Rel.: Denise Kruger Pereira - Unânime - J. 27.08.2014
TJPR - 6ª C.Cível - AC - 963420-0 - Colombo - Rel.: Espedito Reis do Amaral - Unânime - J. 15.07.2014
TJPR - 11ª C.Cível - AC - 664163-8 - Curitiba - Rel.: Vilma Régia Ramos de Rezende - Rel.Desig. p/ o Acórdão: Ruy Muggiati - Por maioria - J. 02.04.2014
TJPR - 7ª C.Cível - AC - 993484-3 - Maringá - Rel.: Denise Kruger Pereira - Unânime - J. 25.03.2014
TJPR - 11ª C.Cível - AC - 1075528-5 - Região Metropolitana de Maringá - Foro Central de Maringá - Rel.: Gamaliel Seme Scaff - Unânime - J. 19.03.2014
TJPR - 14ª C.Cível - AC - 1053663-5 - Cascavel - Rel.: Edson Vidal Pinto - Unânime - J. 23.10.2013
TJPR - 7ª C.Cível - AC - 622058-2 - Apucarana - Rel.: Joscelito Giovani Ce - Unânime - J. 01.10.2013
TJPR - 6ª C.Cível - AC - 1018924-1 - Umuarama - Rel.: Prestes Mattar - Unânime - J. 27.08.2013
TJPR - 6ª C.Cível - AC - 994847-4 - Curitiba - Rel.: Luiz Osório Moraes Panza - Unânime - J. 21.05.2013

TJPR - 7ª C.Cível - AC - 826902-5 - Curitiba - Rel.: Lenice Bodstein - Rel.Desig. p/ o Acórdão: Guilherme Luiz Gomes - Por maioria - J. 23.04.2013
TJPR - 12ª C.Cível - AI - 894300-4 - Curitiba - Rel.: Angela Maria Machado Costa - Rel.Desig. p/ o Acórdão: João Domingos Küster Puppi - Por maioria - J. 31.10.2012
TJPR - 7ª C.Cível - AC - 909118-1 - Campo Mourão - Rel.: Luiz Sérgio Neiva de Lima Vieira - Unânime - J. 23.10.2012
TJPR - 11ª C.Cível - AC - 620135-6 - Londrina - Rel.: Augusto Lopes Cortes - Unânime - J. 19.09.2012
TJPR - 7ª C.Cível - AC - 922198-7 - Curitiba - Rel.: Antenor Demeterco Junior - Unânime - J. 31.07.2012
TJPR - 7ª C.Cível - AC - 820252-6 - Curitiba - Rel.: Lenice Bodstein - Unânime - J. 19.06.2012
TJPR - 11ª C.Cível - AC - 793504-6 - Curitiba - Rel.: Augusto Lopes Cortes - Unânime - J. 04.04.2012
TJPR - 10ª C.Cível - AC - 673496-1 - Ponta Grossa - Rel.: Hélio Henrique Lopes Fernandes Lima - Por maioria - J. 08.03.2012
TJPR - 9ª C.Cível - AC - 673252-9 - Curitiba - Rel.: Renato Braga Bettega - Unânime - J. 01.09.2011