



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - CDC

PROJETO DE LEI Nº 4.447/12

Acrescenta novo § 2º ao art. 17 da Lei nº 8.245, de 18 de outubro de 1991, que dispõe sobre as locações dos imóveis urbanos e os procedimentos a ele pertinentes, para disciplinar a cobrança de aluguel em centros comerciais (Shopping Centers)

Autor: Dep Marcelo Matos (PHS/RJ)

Relator: Dep. Áureo (SD/RJ)

VOTO EM SEPARADO DO DEPUTADO RICARDO IZAR (PP/SP)

I – RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 4.447, de 2012, de autoria do ilustre Deputado Marcelo Matos, busca alterar o Artigo da Lei do Inquilinato (Lei nº 8.245, de 18 de outubro de 1991), estabelecendo que “na locação de espaço comercial imobiliário em centros comerciais (“shopping centers”), somente será permitida a cobrança anual de 12 (doze) aluguéis mensais, vedada qualquer modalidade de cobrança progressiva ou de percentual sobre o faturamento do locatário”.

II – ANÁLISE

Reiteradas são as propostas de alterações legislativas que pretendem regular a relação entre empreendedores de shopping centers e lojistas. No todo, o



CÂMARA DOS DEPUTADOS

imaginário é proteger determinada categoria da equivocada “imposição de cláusulas abusivas”. No entanto, se reconhece que no setor de shopping centers – tanto no Brasil como em todo o resto do mundo – a remuneração do empreendedor é determinada mediante a aplicação de uma percentagem sobre o montante das vendas do lojista, observado um valor mínimo com base na produtividade. Nesse sentido, como o volume de vendas do comércio varejista é sujeito a variações sazonais durante o ano, o faturamento do lojista não se distribui em quantias iguais nos doze meses do ano. Desta forma, o shopping center não é nada mais que uma plataforma em que se facilita enormemente transações comerciais entre consumidores e lojistas, participando, efetivamente, dessa relação. Vale frisar, que ambos lutam, em conjunto, para o bem do empreendimento, haja vista se tratar de negócios jurídicos atípicos, preconizados pelo artigo 54 da Lei de Locações.

Ao intentar restringir a livre negociação entre shopping center e lojistas, na verdade, vemos o engessamento da realização desses benefícios recíprocos, comprometendo toda a cadeia de combinação que envolve a atividade de shopping center. Contudo, o sucesso do negócio está atrelado, bem como é fruto da parceria equilibrada e bem-sucedida entre os principais interessados, quais sejam: empreendedores e lojistas. Prova maior desse sucesso compartilhado, constatado pelo setor brasileiro de shopping center, é a liberdade de pactuação e contratação entre as partes envolvidas, de modo a ampliar, cada vez mais, o desenvolvimento do negócio.

Ainda assim, trazemos à baila a livre iniciativa que também provoca uma saudável concorrência entre empreendedores, cujos efeitos são fundamentais aos lojistas que, a cada dia, ganham força em mesa de negociações. Trata-se de uma luta boa, que deve ser fomentada e incrementada em um ambiente honesto e livre, pautado, sempre, pelos princípios da proporcionalidade, além de



CÂMARA DOS DEPUTADOS

interesses da população brasileira.

No que toca ao sistema de aluguel, inclusive sobre a cláusula do aluguel dobrado em dezembro, o Superior Tribunal de Justiça – STJ validou e legitimou sua possibilidade por meio de votação unânime, cujo acórdão foi relatado pelo ministro Paulo de Tarso Sanseverino (REsp nº 1.409.849-PR). O acórdão é datado de 26.04.2016 e rechaçou, expressamente, alegação de abusividade na estipulação. No julgado, foi explicitada e reiterada a legitimidade desse tipo de estipulação, que é fruto de um legítimo acordo de vontades.

Oportuno mencionar que, fosse essa espécie de cláusula atentatória a normas de ordem pública relacionadas ao Plano Real (o que não corresponde à realidade), certamente, o STJ não a teria legitimado, como o fez, por unanimidade.

Evidentemente, a crítica feita no Substitutivo ao regime de aluguel em shopping center não tem como subsistir, seja pela ausência de abusividade das cláusulas, seja pela sua perfeita harmonia com as leis do Plano Real, como já foi declarado pelo STJ, que vem de ser a Corte Superior encarregada de apreciar, em última instância, a legislação federal e a adequação dos negócios jurídicos a suas regras. É o que se passa a evidenciar.

Saliente-se, de outro lado, que a legislação do Plano Real - Lei nº 9.069, de 1995 - pertence aos anos 90 do século passado. De lá para cá, milhares de instrumentos de locação em shopping centers foram submetidos ao crivo do Poder Judiciário (no curso das renovatórias tão comuns nesse tipo de negócio), e nunca nem um único desses contratos teve seu regime de aluguel invalidado ao entendimento, por exemplo, de que o aluguel dobrado em dezembro (ou na Páscoa), ou o aluguel escalonado seriam ilegais, por violação ao direito monetário.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Rechace-se, também, a alegação de que a forma de remuneração aqui descrita teria sido concebida pelos empreendedores para burlar regras do Plano Real. A premissa é inteiramente falsa. O sistema de aluguel em shopping é praticado no Brasil desde a década de 60 do Século XX. Muito antes da edição de qualquer dos planos de estabilização monetária implantados no país. É por igual falaz a teoria de que o aluguel em shopping seria inflacionário. Ao revés, o conjunto de lojas produz concorrência entre lojistas. Telefônicas como Claro, TIM e Oi permanecem, lado a lado, em disputa pelos consumidores. Lojas de roupa e de calçados, idem. Na praça de alimentação, empresas de fast food se digladiam, tudo em proveito do consumidor, que extrai da concorrência o melhor serviço, o melhor atendimento e o melhor preço. Dizer que o aluguel em shopping center aumenta o preço dos produtos só revela total desconhecimento do negócio.

Noutro giro, a relação entre empreendedor e lojista de shopping center não é daquelas em que uma das partes é hipossuficiente diante da outra. Muito ao contrário, trata-se de uma relação entre empresários, ambos peritos no exercício da livre iniciativa, não cabendo cogitar, no caso, de protecionismo legal em favor de um desses agentes da economia de mercado.

Inexoravelmente, a locação em shopping center apresenta como locatários empresas como: lojas de departamentos (C&A, Renner, Lojas Americanas), as chamadas “megalojas” (Fast Shop, FNAC, Casa & Vídeo, Centauro, Casas Bahia, Ponto Frio), bancos de varejo (Bradesco, Itaú, Banco do Brasil, CEF etc.), concessionárias de telecomunicações (Oi, Claro, TIM, Vivo), grandes redes exibidoras de filmes (Cinemark, Playarte, Kinoplex), gigantes internacionais do fornecimento do fast food (McDonald’s, Burger King) ou mesmo elegantes griffes estrangeiras (Armani, Chanel, Ermenegildo Zegna).

Em verdade, nos shoppings brasileiros, as lojas satélites (leia-se, as lojas de



CÂMARA DOS DEPUTADOS

menor porte), em sua esmagadora maioria, são lojas que operam sob marcas exploradas em regime de franquia, funcionando no shopping, ora na qualidade de franqueadora, ora na de franqueada. E as franquias constituem organizações extremamente sofisticadas e aparelhadas por consultores experientes, tanto da área econômica, como da jurídica.

A locação entre empreendedor e lojista que integra uma organização de franquia é um contrato detidamente analisado e negociado, só sendo assinado após aprovação de advogados especializados, o que afasta qualquer resquício de hipossuficiência do locatário. São exemplos de franquias comuns nos shoppings: Boticário, Subway, Bob's, Spoleto, Arezzo, Cacau Show, Casa do Pão de Queijo, Hering, entre muitas outras.

Pela própria dinâmica do shopping center, é lícito dizer que a tendência irreversível é a rarefação do lojista de uma loja só. Aquele que debuta em um shopping e se adapta a essa modalidade especial de varejo, logo ingressará em um segundo shopping e, sem dificuldade, poderá ter, em curto espaço de tempo, a sua própria rede de lojas.

Como está sobremodo evidente, as teses que motivaram a proposta em exame, de intervenção estatal no sistema de aluguel, são, por certo, todas, manifestamente improcedentes e descompatibilizadas da realidade do negócio.

Ademais, a intervenção preconizada no aludido teor, em que se pretende alterar o regime jurídico deste tipo de contrato evidentemente prejudicará, por completo, o próprio negócio de shopping center e, na mesma toada, os próprios lojistas a quem se deseja defender.

III – CONCLUSÃO



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Diante dos fatos acima narrados, bem como os fundamentos apresentados, voto pela **REJEIÇÃO** do Projeto de Lei nº 4.447, de 2012, e pela **REJEIÇÃO** das Emendas nº 1 e 2 apresentadas nesta Comissão de Defesa do Consumidor.

Sala da Comissão, em de novembro de 2017

Deputado Ricardo Izar