



**CONTRATOS DE
DISTRIBUIÇÃO:
COMO E QUANDO DEVO
FAZER?
ASPECTOS JURÍDICOS PARA
ESTA TOMADA DE DECISÃO**

Cristiane Tomaz

Dando sequência a abordagem sobre contratos de distribuição, passaremos a tratar de outros pontos relevantes e que devem receber a necessária atenção das partes contratantes. O primeiro deles:

Devemos fazer um contrato escrito ou podemos manter uma relação verbal?

Apesar de não haver imposição legal, por se tratar de uma relação jurídica com inúmeras nuances e detalhes, recomenda-se a celebração de contratos escritos, pois assim, tanto o fabricante quanto o distribuidor terão maior segurança no desenvolvimento de sua parceria comercial.

Com a existência de um contrato escrito supera-se a problemática em torno de, por exemplo, a) comprovação do tipo de relação jurídica existente entre as partes; b) termos e condições previamente negociados e estabelecidos pelas partes que regerão esta relação jurídica, entre outros.

Dessa forma, torna-se mais fácil exigir o cumprimento de determinada condição ajustada em caso de inadimplemento, uma vez que um contrato escrito bem elaborado contempla de maneira adequada os direitos e deveres das partes.

É certo que o contrato de distribuição escrito não elimina por completo as situações conflituosas que possam surgir, mas as reduz de sobremaneira, uma vez que refletirá de maneira expressa o desejo das partes no momento em que contrataram, não sofrendo a instabilidade que pode ser gerada, por exemplo,

pela mudança das pessoas diretamente envolvidas na condução da relação comercial.

Exclusividade e Divisão de Mercado

Quando estamos tratando de contrato de distribuição, a eficaz negociação e redação das cláusulas de **exclusividade e divisão de mercado** podem representar a sensível redução de litígios, uma vez que estes temas são objetos constantes de disputas judiciais envolvendo esta espécie de contrato.

Nesse sentido, as partes devem estabelecer claramente se a relação de distribuição desenvolver-se-á em base exclusivas ou não e em que medida. Exemplificando, o fabricante poderá atribuir exclusividade ao distribuidor em determinado território, segmento de mercado, linha de produtos, entre outros. Em contrapartida, por exemplo, o fabricante poderá exigir a dedicação exclusiva por parte do distribuidor, ou seja, que este não distribua produtos de concorrentes do fabricante.

Por outro lado, a divisão de mercado poderá ser estabelecida em contrato de diversas formas, tais como, a) divisão dos distribuidores por linha de produtos do fabricante, assim, haverá mais de um distribuidor no mesmo território, porém, atuando em linhas de produtos diferentes, b) distribuidores podem ser divididos para atender uma lista de clientes específica fornecida pela fabricante; c) ou a mais tradicional das divisões, em território, seja, bairro, cidade, região, estado, etc.

A exclusividade e divisão de mercado devem ser claramente definidas e acordadas entre as partes para que os trabalhos se desenvolvam sem conflitos, revelados, em situações como da alegação de descumprimento de contrato por “invasão” de um distribuidor no território do outro (concorrência intramarca) ou até mesmo diante da atuação direta do fabricante na respectiva área.

Para ilustrar a importância da definição precisa quanto das regras de exclusividade, vejamos um caso apreciado e julgado pelo Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo:

Caso concreto

No presente caso que passamos a abordar, as partes firmaram contrato de distribuição escrito com cláusula de exclusividade por parte da distribuidora, ou seja, não poderia ela proceder com a distribuição de produtos de empresas concorrentes da fabricante.

Ocorre que, no curso do contrato a distribuidora descumpriu a cláusula de exclusividade e, conseqüentemente, o contrato foi rescindido por justa causa pela fabricante. Inconformada a distribuidora ingressou com ação judicial visando o reconhecimento da rescisão contratual, mas por culpa da fabricante, com a condenação desta na multa prevista em contrato e indenização por danos morais e materiais.

Com base no contrato de distribuição, escrito firmado entre as partes e respaldado em cláusula que previa claramente o dever de exclusividade, o Poder Judiciário não acolheu os pedidos da distribuidora, mantendo a rescisão por justa causa e não imputando a fabricante qualquer dever de indenizar. Vejamos um trecho desta decisão:

“É incontroverso que a autora passou a comercializar produtos refrigerados da marca 'Sublime'. A própria autora confirma o fato e o comprova através da documentação anexa à inicial. Inequivoco, portanto, que houve quebra da exclusividade expressamente convencionada no contrato, cuja finalidade era manter a fidelidade do distribuidor ao fornecedor, a fim de que não fossem comercializados produtos de empresas concorrentes. O argumento da autora, no sentido de que houve anuência de prepostos da ré para a comercialização não tem como prevalecer. Primeiro, porque nada há a evidenciar que os funcionários citados tivessem poderes de representação da empresa ré. Tal prova competia à autora. Segundo, a cláusula de exclusividade foi ajustada por meio de contrato escrito, de forma que eventual retificação deveria ser ajustada nos mesmos moldes (...)”[\[1\]](#) (g.n.)

Em suma, muitas situações de conflito entre fabricantes e distribuidores podem ser mitigadas através da celebração de contratos de distribuição escritos, o que consequentemente acarretará no desenvolvimento mais estável da relação jurídica e, principalmente, na redução de dispêndios com disputas judiciais e pagamento de indenizações.

Fiquem atentos aos nossos próximos newsletter, abordaremos outros aspectos do contrato de distribuição: observâncias às regras de direito concorrencial, dependência econômica e extinção do Contrato de Distribuição.

[\[1\]](#) TJSP, Apelação nº 0068177-90.2012.8.26.0100, 11ª Câmara de Direito Privado, Rel. Des. Marino Neto, d.j. 30-07-2015.



Molina Tomaz
SOCIEDADE DE ADVOGADOS

HOME | O ESCRITÓRIO | ÁREAS DE ATUAÇÃO | EQUIPE | ARTIGOS E PUBLICAÇÕES | IMPRENSA | CONTATO

Rua Venezuela, 641, Centro, Santo André, SP, CEP 09030-310
Tel. 55 11 4992-7531 – Fax. 55 11 4468-1297 | E-mail: newsletter@molinatomaz.com.br
www.molinatomaz.com.br

 molinatomaz