

NOTAS SOBRE O EMPREENDIMENTO DO *SHOPPING CENTER* – A QUESTÃO DO *TENANT MIX* E DA CLÁUSULA DE RAIO E SEUS EFEITOS NO CAMPO DAS RELAÇÕES EMPRESARIAIS E DAS RELAÇÕES DE CONSUMO

*CONSIDERATIONS ABOUT THE VENTURE SHOPPING CENTER –
THE ISSUE OF TENANT MIX AND EXCLUSIVITY CLAUSE AND ITS EFFECTS WITHIN BUSINESS
RELATIONS AND CONSUMER RELATIONS*

LARISSA MARIA DE MORAES LEAL

Doutora e Mestre em Direito Privado pela UFPE. Professora de Direito Civil e de Direito do Consumidor na UFPE. Vice-Presidente da Adecon-PE – Associação de Defesa da Cidadania e do Consumidor de Pernambuco. Advogada.



VENCESLAU TAVARES COSTA FILHO

Doutor e Mestre em Direito Civil pela UFPE. Secretário Geral da Escola Superior de Advocacia da Ordem dos Advogados do Brasil – Seção Pernambuco. Advogado.

Recebido em: 19.01.2015

Aprovado em: 23.01.2015

ÁREA DO DIREITO: Comercial/Empresarial; Consumidor

RESUMO: O presente artigo tem por finalidade a análise as relações jurídicas decorrentes do empreendimento de *shopping center*. O tema é abordado, inicialmente, a partir da natureza dos centros de compras como um feixe de contratos coligados. Estabelecendo um diálogo, no âmbito do Direito Privado Geral, entre as normas de direito empresarial e as normas de direito do consumidor, são tratadas as cláusulas caracterizadoras desse contrato, o *tenant mix* e a cláusula de raio, em seus efeitos internos – produzidos entre as partes – e seus efeitos externos, sociais e econômicos, com especial atenção aos consumidores.

PALAVRAS-CHAVE: *Shopping Center* – Centros de Compras – *Tenant Mix* – Cláusula de Raio ou Exclusividade – Consumidores.

ABSTRACT: The present article aims to analyze the legal relations arising from the venture of shopping center. The topic is addressed initially from the mall nature as a bundle of related contracts. Establishing a dialogue from the Private Law, between the Company Law and the Consumer Law, the especial clauses of this contract are treated – the tenant mix and exclusivity clauses for example, in its effects between the parties and and in its social and economics effects, with special attention to consumers.

KEYWORDS: Shopping Center – Tenant Mix – Exclusivity Clause – Consumers.

LEAL, Larissa Maria de Moraes; Costa Filho, Venceslau Tavares. Notas sobre o empreendimento do *shopping center* – A questão do *tenant mix* e da cláusula de raio e seus efeitos no campo das relações empresariais e das relações de consumo. *Revista de Direito Civil Contemporâneo*. vol. 2. p. XX-XX. São Paulo: Ed. RT, 2015.

SUMÁRIO: 1. À guisa de introdução – 2. O empreendimento do *shopping center* como coligação contratual – 3. Aluguel mínimo, aluguel percentual e *tenant mix* – 4. O *Tenant Mix*, a cláusula de raio e os seus efeitos negociais internos – 5. A cláusula de raio e os seus efeitos negociais externos – A questão da concorrência e a tutela dos consumidores – 6. Conclusão – 7. Referências bibliográficas.

1. À GUISA DE INTRODUÇÃO

A busca de espaços seguros, que promovam a reunião de lazer e do consumo, em conjunto com o aumento dos índices de violência nas cidades de grande e médio porte no Brasil, intensificou a expansão de um empreendimento comercial específico nas últimas décadas: o *shopping center*.

Na chamada *Sociedade dos Consumidores*, os *shopping centers* têm marcado o seu surgimento na década de 50, do século XX. Esse empreendimento teve expansão rápida no Ocidente em razão de sua dupla finalidade: proporcionar aos empresários uma eficiente tecnologia organizacional – facilitando a reunião de insumos das atividades comerciais e aglutinando a clientela – e oferecer aos consumidores um espaço de convivência apresentado como seguro, confortável, de fácil acesso e com considerável número de lojas, de diferentes ramos da atividade econômica, o que lhes facilita a realização dos intentos consumeristas¹.

Em linhas gerais, na seara empresarial, trata-se de um estabelecimento que visa a organização de um conjunto de estabelecimentos empresariais, que foram seduzidos pela própria funcionalidade do contrato proposto: a promessa da atração de consumidores.

Assim, os *shopping centers* são propostos e negociados, por meio de contratos coligados, como uma vantagem de mercado (*goodwill of trade*) construída, arquitetada e organizada, para criar demanda e satisfazê-la, a bem dos lojistas.²

Em outra ordem, não é possível negar que os *shopping centers* ou centros de compras fazem parte do cotidiano das pessoas que residem nas cidades. Para além das conexões causais acima aventadas, e “como nenhum fator de explicação pode, em princípio, ser o último, e como, para ser compreendido, qualquer fator exige outro anterior, a unidade para compreender, em teoria, deve ser

1. Sobre o tema, BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo*. São Paulo: Zahar, 2008, passim e *A ética é possível num mundo de consumidores?*. São Paulo: Zahar, 2011, passim.
2. MAMEDE, Gladston. *Manual de Direito Empresarial*. São Paulo: Atlas, 2010, p. 259.

LEAL, Larissa Maria de Moraes; Costa Filho, Venceslau Tavares. Notas sobre o empreendimento do *shopping center* – A questão do *tenant mix* e da cláusula de raio e seus efeitos no campo das relações empresariais e das relações de consumo. *Revista de Direito Civil Contemporâneo*. vol. 2. p. XX-XX. São Paulo: Ed. RT, 2015.