

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
COGEAE**

CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM DIREITO IMOBILIÁRIO

NATÁLIA MEDEIROS

**PONTOS CONTROVERTIDOS NO CONTRATO DE LOCAÇÃO EM
*SHOPPING CENTER***

**SÃO PAULO
2014**

NATÁLIA MEDEIROS

**PONTOS CONTROVERTIDOS NO CONTRATO DE LOCAÇÃO EM
*SHOPPING CENTER***

Monografia apresentada ao Curso de Especialização *Lato Sensu* em Direito Imobiliário da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – COGEAE, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista, sob orientação do Prof. William Santos Ferreira.

SÃO PAULO

2014

NATÁLIA MEDEIROS

**PONTOS CONTROVERTIDOS NO CONTRATO DE LOCAÇÃO EM
*SHOPPING CENTER***

BANCA EXAMINADORA

Professor Orientador Dr. William Santos Ferreira

Professor Arguidor

Professor Arguidor

SÃO PAULO

2014

RESUMO

O presente trabalho monográfico tem como objetivo tratar sobre o contrato de locação em *Shopping Center*, especialmente no que tange as suas peculiaridades, uma vez que estas não são tratadas na Lei nº 8.245/91. A falta de previsão legal no tocante aos diversos aspectos da locação objeto de estudo, gera controvérsias, tendo em vista seu caráter diferencial. A análise dos aspectos controvertidos da locação em Shopping Center, se deu mediante pesquisa doutrinária e jurisprudencial, sendo imprescindível para evolução e compreensão do trabalho, tratar inicialmente sobre conceitos de Shopping Center, os aspectos jurídicos do contrato de locação para esse tipo de empreendimento, bem como a estrutura deste contrato para então, prosseguir até as questões mais polêmicas.

Palavras-chave: Locação. Shopping Center. Lei nº 8.245/91

ABSTRACT

This monograph aims to address on the lease at Shopping Center, especially regarding its peculiarities, since these are not treated in Law No. 8,245 / 91. The lack of legal provision in relation to different aspects of the leasing object of study, is controversial, given its differential character. The analysis of the controversial aspects of the lease in Shopping Center, took place through doctrinal and jurisprudential research is essential for progress and understanding of the work initially handle on concepts Shopping Center, the legal aspects of the lease for this type of project, as well as the structure for this contract then proceed to the more controversial issues.

Key words: Lease. Shopping Center. Law n. 8.245/91.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	08
1. SHOPPING CENTER	09
1.1 Evolução Histórica	09
1.2 Conceitos.....	10
1.2.1 Conceito Técnico.....	10
1.2.2 Conceito Jurídico.....	12
1.3 Modalidades.....	12
1.3.1 Shopping Regional.....	13
1.3.2 Shopping Comunitário.....	13
1.3.3 Shopping de Vizinhança.....	13
1.3.4 Shopping Especializado.....	14
1.3.5 Outlet Center.....	14
1.3.6 Festival Center.....	14
2. CONTRATOS DE LOCAÇÃO EM SHOPPING CENTER.....	15
2.1. Legislação Aplicável.....	15
2.2 Partes do Contrato.....	16
2.2.1 O Empreendedor.....	16
2.2.2 O Lojista.....	17
2.2.3 O Administrador.....	17
2.3 Natureza Jurídica.....	18
2.3.1 Teoria da Locação.....	18
2.3.2 Teoria da Locação com Atipicidade.....	19
2.3.3 Teoria dos Contratos de Adesão.....	21
2.3.4 Teoria dos Contratos Coligados.....	22
2.3.5 Teoria da Atipicidade Mista.....	22
2.4 Composição do Contrato.....	23
2.4.1 Escritura Declaratória de Normas Gerais e Complementares.....	24

2.4.2 Estatuto da Associação dos Lojistas.....	24
2.4.3 Regimento Interno.....	26
3. CLÁUSULAS CONTROVERTIDAS NA LOCAÇÃO EM SHOPPING CENTER	27
3.1 O Aluguel.....	27
3.1.1 Aluguel Mínimo (ou fixo).....	27
3.1.2 Aluguel Percentual (ou variável).....	28
3.1.3 Aluguel Escalonado (ou progressivo).....	29
3.1.4 O Aluguel de Desempenho.....	31
3.1.5 O 13º Aluguel (ou aluguel em dobro).....	32
3.2 O Direito de Auditoria.....	32
3.3 A Res Sperata.....	33
3.4 Fundo de Promoção.....	38
3.5 Tenant Mix.....	39
3.6 Aprovação do Projeto da Loja.....	40
3.7 Cessão do Contrato à Terceiros.....	41
3.8 Cláusula de Raio.....	43
3.9 As Lojas Âncoras.....	47
4. ASPECTOS PROCESSUAIS DA LOCAÇÃO EM SHOPPING CENTER.....	48
4.1 Ação Renovatória.....	48
4.2 Ação Revisional.....	51
4.3 Responsabilidade Civil.....	56
CONCLUSÃO	60
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS	62
ANEXOS.....	65

INTRODUÇÃO

Os *Shopping Centers* vêm ganhando cada dia mais, lugar de destaque no cotidiano da população, já que nele é possível aliar em um mesmo ambiente lazer, comércio e alimentação contando ainda com algumas facilidades, como segurança, horários diferenciados de funcionamento, bancos e estacionamento. Com isso, também ganhou destaque devido a sua importância econômica, tendo reflexos diretos na vida econômica do país.

Dessa maneira, ante a sua importância no cenário nacional, merece especial atenção o estudo sobre o tema quanto aos seus aspectos jurídicos, principalmente no que concerne à relação jurídica e contratual existente entre os empreendedores e lojistas, já que não há legislação específica sobre o assunto.

Já no tocante aos contratos de locação firmados entre as partes acima mencionadas – que será o tema principal desse estudo – grande polêmica e discussões surgiram em torno da sua natureza jurídica, além de certas peculiaridades existentes nessa modalidade de contrato ser ou não consideradas como ilegais e abusivas.

De suma importância também, será a análise da parte processual referente às locações em *Shopping Center*, ou seja, as ações cabíveis para assegurar os direitos e interesses das partes, colacionando alguns julgados acerca do tema, a fim de demonstrar qual tem sido o posicional dos Tribunais acerca do tema.

1. O SHOPPING CENTER

1.1. Evolução Histórica

Com características e estrutura semelhantes, foi nas feiras de comerciantes na Idade Média, que teve origem o *Shopping Center*, já que as lojas individuais passaram a se juntar em razão da semelhança dos produtos, trazendo maior facilidade e comodidade à população e inclusive aos comerciantes.

Como consequência do desenvolvimento do comércio e da Revolução Francesa, no Século XIX, em Paris, teve origem o primeiro mercado fechado, destinado para compras. No entanto, os centros comerciantes que mais se assemelham aos padrões atuais, surgiram após o término da Segunda Guerra Mundial, na década de 50, nos Estados Unidos.

Foi nesse período, após período instável e delicado da economia mundial, que houve a difusão do *Shopping Center*. Após intensificou-se, tendo em vista o poder aquisitivo das pessoas ter aumentado.

Conforme ensina Gladston Mamede, “o comércio varejista, na segunda metade deste século, conheceu uma inovação logística: a constituição de centro de compras especificamente para atrair clientes e facilitar, ao máximo, a venda de produtos.”¹

O primeiro grande shopping totalmente fechado foi construído em 1956, em Minneapolis, em razão do inverno rigoroso do local. No entanto, a estrutura que inicialmente era utilizada apenas em razão do frio, acabou sendo adotada em todas as regiões, independentemente da temperatura do local.

Já no Brasil, o *Shopping Center Iguatemi* foi o primeiro *shopping* a ser inaugurado, em 1966, na cidade de São Paulo, permanecendo como um dos mais importantes *shoppings* da cidade e do país, sendo sinônimo de luxo e *glamour*.

¹ MAMEDE, Gladston. **Contrato de locação em Shopping Center**. Belo Horizonte: Del Rey, 2002, p. 23.

A partir da década de 80 do século passado é que efetivamente iniciou-se a expansão desses empreendimentos que conquistaram a confiança dos lojistas e da população, principalmente por oferecer segurança e facilidade em encontrar tudo no mesmo lugar.

Atualmente, existem 503 shoppings centers no país, sendo que 166 deles, estão situados no Estado de São Paulo. Até dezembro de 2014, estima-se que mais 31 novos shoppings serão inaugurados no Brasil.²

1.2. Conceitos

Os *Shopping Centers* são considerados templos de consumo, os quais proporcionam aos seus clientes segurança e comodidade em um único lugar. Proporcionam também, além do ambiente agradável, economia de tempo aos consumidores, o que é de extrema importância em razão do ritmo de vida acelerado pelo qual a maioria das pessoas se submete.

A expressão *Shopping Center* é de origem inglesa e foi gradativamente introduzida ao idioma português e pode ser traduzida como centro de compras.

1.2.1 Conceito Técnico

O primeiro conceito técnico é aquele utilizado pelo ABRASCE – Associação Brasileira de *Shopping Centers* – qual seja:

Empreendimentos com Área Bruta Locável (ABL), normalmente, superior à 5 mil m², formados por diversas unidades comerciais, com administração única e centralizada, que pratica aluguel fixo e percentual. Na maioria das vezes, dispõe de lojas âncoras e vagas de estacionamento compatível com a legislação da região onde está instalado.³

Conceito bastante apropriado também é aquele disponibilizado pelo BNDES:

² Disponível em <http://www.abrasce.com.br>. Acesso em 15 de julho de 2014.

³ Disponível em <http://www.abrasce.com.br>. Acesso em 15 de julho de 2014.

Empreendimento do setor de serviços que agrupam diversos estabelecimentos comerciais, centralizados arquitetônica e administrativamente. As suas lojas geram, de modo geral, alugueis fixo ou variável de acordo com o desempenho atingido. Para o crescimento das vendas, é necessário que se adotem ações de comum acordo entre os participantes do empreendimento, com diversas estratégias para o alcance do sucesso comercial.⁴

Já Nagib Slaibi Filho conceitua o *Shopping Center* nos seguintes termos:

Shopping Center é um grupo de estabelecimentos comerciais unificados arquitetonicamente e construído em terreno planejado e desenvolvido. O Shopping Center deverá ser administrado como uma unidade operacional, sendo o tamanho e tipos de loja existentes relacionados diretamente com a área de influência comercial a que esta unidade serve. O Shopping Center também deverá oferecer estacionamento compatível com todas as lojas existentes.⁵

E ainda, nas palavras de Caio Mario da Silva Pereira:

Na sua aparência externa é um edifício de grandes proporções, composto de confortáveis salões para instalações de numerosas lojas, arranjadas com gosto e até com certo luxo, distribuídas ao longo de vários andares, selecionadas em razão de ordenamento especial que atende a estudos destinados a distribuir os ramos de atividade segundo uma preferência técnica (mix) e levando em consideração que é necessário fixar a atenção dos consumidores sobre certas marcas ou denominações de maior atração.⁶

Por fim, mister mencionar o entendimento de Maria Helena Diniz, senão vejamos:

Conquanto um conglomerado de estabelecimentos comerciais, na verdade, os shopping centers, longe de serem apenas um conjunto de lojas, constituem, ao revés, verdadeiro centro comercial ao qual convergem não só o interesse de lojistas, mas também do próprio empreendedor que participa dos lucros, o que a rigor se constitui na sua inovação em relação às locações comerciais comuns.⁷

⁴ Disponível em <http://www.bndes.gov.br>. Acesso em 15 de julho de 2014

⁵ SLAIBI FILHO, Nagib. **Comentários à Nova Lei do Inquilinato**. 9. Ed. São Paulo: Forense, 1986, p. 331.

⁶ PEREIRA, Caio Mario da Silva. **Shopping Centers: organização econômica e disciplina jurídica**, Revista dos Tribunais, São Paulo, n 580, fev/2004, p. 17.

⁷ DINIZ, Maria Helena. **Tratado Teórico e Prático dos Contratos**, volume 3. 7 ed. São Paulo: Saraiva, 2013, p. 55.

1.2.2 Conceito Jurídico

Do ponto de vista jurídico, tem-se que *Shopping Center* é um conjunto de empresas, sejam elas sociedades econômicas ou empresários individuais, que exercem atividade econômica, em um mesmo lugar.

Para João Carlos Pestana de Aguiar, *shopping center*:

Consiste num empreendimento de construção dispendiosa, destinada a um conjunto comercial composto de várias lojas de maior (âncoras) e de menor dimensão (satélites), todas voltadas para galerias internas confortáveis, sendo as lojas logicamente localizadas quanto aos negócios nelas explorados (tenant mix), fornecendo ao consumidor facilidades de acesso (estacionamento), requintes na apresentação do conjunto, qualidade dos produtos, segurança, conforto e lazer, atrativos que sustentam o sucesso do empreendimento.⁸

Cada uma dessas empresas que compõem o Shopping Center, possui o seu próprio estabelecimento comercial, ou seja, os bens que a empresa conquistou, sejam eles materiais ou imateriais.

No que tange ao aspecto obrigacional do Shopping Center, Washington de Barros Monteiro dispõe o quanto segue:

O Shopping Center caracteriza-se, sobretudo, pela sua sistemática ou ordenamento, como um complexo de relação internas entre o incorporador ou incorporadores do empreendimento e os lojistas e prestadores de serviço, de índole eminentemente obrigacional, inclusive entre os próprios lojistas e prestadores de serviços, ligados entre si por uma espécie de solidariedade e congregados, muitas vezes, numa entidade associativa para a defesa de seus interesses.⁹

1.3 MODALIDADES

⁸ AGUIAR, João Carlos Pestana de, **Nova lei das locações comentada**. Rio de Janeiro: Lúmen Júris, 1992, p. 96.

⁹ MONTEIRO, Washington de Barros. Shopping centers. In: ARRUDA, José Soares; LÔBO, Carlos Augusto da Silveira. **Shopping centers: aspectos jurídicos**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1984, p. 162.

A Associação Internacional de Shopping Centers e a ABRASCE, estabelecem algumas modalidades de shopping, quais sejam, shopping regional, shopping comunitário, shopping especializado, *Outlet* e Festival Center, que serão discriminados a seguir.¹⁰

1.3.1 Shopping Regional

Trata-se de modalidade de shopping que oferece mercadorias em geral, além dos mais completos e variados serviços e tem como principais atrações as tradicionais lojas âncoras, ou seja, lojas de departamento de desconto ou hipermercados (exemplo: *C&A* e *Carrefour*). Suas instalações são fechadas e as lojas são voltadas para um *mall* interno.

1.3.2 Shopping Comunitário

O *shopping* comunitário é aquele que oferece uma grande variação de lojas de vestuário e mercadorias diversas. Os supermercados e lojas de departamentos de descontos são as âncoras mais comuns. Pode-se encontrar ainda, entre os lojistas do shopping comunitário, aqueles de “off-price” que vendem brinquedos, artigos eletrônicos, roupas, etc.

1.3.3 Shopping de Vizinhança

Essa modalidade fornece conveniência nas compras de necessidade cotidiana dos seus clientes, tendo um supermercado como âncora, sendo que este recebe o apoio das demais lojas que oferecem diversos outros artigos de conveniência.

Pode-se incluir aqui, os supermercados que possuem diversas lojas em seu interior, como por exemplo, farmácia, lanchonetes, lojas de cosméticos, agência de viagens, etc.

¹⁰ CERVEIRA, Daniel Alcântara Nastri; DORNELLAS, Marcelo de Souza. **Shopping Center – Limites na liberdade de contratar**. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 32.

1.3.4 Shopping Especializado

Shopping voltado para lojas de um ramo específico de atividades, tais quais moda, decoração, automóveis, esportes, etc.

Para melhor ilustrar essa modalidade, podemos exemplificar como o Shopping Lar Center, localizado na cidade de São Paulo, o qual é direcionado apenas para o nicho específico de móveis e artigos de decoração.

1.3.5 Outlet Center

Em sua maioria, trata-se de lojas nas quais os fabricantes vendem suas mercadorias com grandes descontos, seja por ser de coleção passada ou por possuir defeitos de fabricação. Normalmente existem para que os fabricantes não tenham prejuízos com mercadorias que muito provavelmente não serão vendidas em razão dos defeitos ou por não estar na moda na próxima estação.

1.3.6 Festival Center

Localizado na maioria das vezes em áreas turísticas e basicamente voltado para atividades de lazer, possuindo restaurantes, cinemas, *fast-food*, pequenos parques de diversões, dentre outras opções.

2. CONTRATOS DE LOCAÇÃO EM *SHOPPING CENTER*

2.1. Legislação Aplicável

O contrato de locação em *Shopping Center* é regido pela Lei 8.245/91, ainda que esta modalidade não tenha sido tratada de maneira aprofundada, apenas sendo mencionada nos artigos 52 e 54 da referida lei, o que não impede que haja peculiaridades à este contrato.

A primeira peculiaridade encontra-se exposta no artigo 52, § 3º no qual proíbe o empreendedor de recusar a renovatória sob argumento de utilizar-se do imóvel para uso próprio ou destiná-lo a fundo de comércio de empresa constituída há mais de um ano de que o próprio empreendedor ou seus consanguíneos sejam sócios, conforme verifica-se do texto da lei:

Art. 52. O locador não estará obrigado a renovar o contrato se:

(....)

II – o imóvel vier a ser utilizado por ele próprio ou para transferência de fundo de comércio existente há mais de um ano, sendo detentor da maioria do capital o locador, seu cônjuge, ascendente ou descendente.

(...)

§2º. Nas locações de espaço em shopping centers, o locador não poderá recusar a renovação do contrato com fundamento no inciso II deste artigo.”

Já o artigo 54 da mesma lei, traz expresso em seu *caput* o princípio da autonomia da vontade, de maneira a prevalecer as condições acordadas entre as partes e ainda, restringe às cobranças as quais caberá ao locatário arcar com o seu pagamento, a saber:

Art. 54. Nas relações entre lojistas e empreendedores de shopping center, prevalecerão as condições livremente pactuadas nos contratos de locação respectivos e as disposições procedimentais previstas nesta lei.

§1º O empreendedor não poderá cobrar do locatário em shopping center: a) As despesas referidas nas alíneas a, b e d do parágrafo único do artigo 22; b) As despesas com obras ou substituições de equipamentos, que impliquem modificar o projeto ou o memorial descritivo da data do habite-se e obras de paisagismo nas partes de uso comum.

Quanto a aplicação da Lei do Inquilinato no tocante às locações em Shopping Centers, Silvio de Salvo Venosa, compartilha deste entendimento, embora haja algumas restrições:

Nessa relação existe o cunho locacional, o qual, no entanto, não é o único, e nem sempre o preponderante. Parte da doutrina nega a existência de uma locação nesse negócio. A Lei do Inquilinato, contudo, é expressa em abranger ao menos parte dessa relação jurídica. Outra não pode ser a solução tendo em vista a presença do art. 54 e do §2º do art. 52.

(...)

Desse modo, não se podem transplantar pura e simplesmente os clássicos princípios do microssistema da Lei do Inquilinato para essa modalidade de arrendamento.¹¹

Desta feita, resta claro que a Lei 8.245/91 é aplicável aos contratos firmados para locação em Shopping Centers, sendo que o legislador visou proteger o locatário, *ex vi* do artigo 52 da mencionada lei, do pagamento de despesas extras, com as quais este não esteja prevendo e contando.

2.2. Partes do Contrato

O contrato de locação em *Shopping Center* é regido pela Lei 8.245/91, ainda que esta modalidade não tenha sido tratada de maneira aprofundada, apenas sendo mencionada nos artigos 52 e 54 da referida lei, o que não impede que haja peculiaridades à este contrato.

2.2.1 O Empreendedor

O empreendedor é o investidor e proprietário do *Shopping Center*, sendo o responsável pela prospecção, realização de pesquisa de mercado e estudos de viabilidade e tem por finalidade atrair os lojistas, captar clientes e potencializar as vendas.

¹¹ VENOSA, Silvio de Salvo. **Alguns aspectos da locação nos shopping centers**, Revista Literária de Direito, São Paulo, v. 7, n. 41, jul/2011, p.19-20.

Após a realização das pesquisas e estudos, os investidores se unem para construir o *Shopping Center* e colocar em prática o resultado dos estudos. Sabe-se que o investimento para construção de um *Shopping Center* é grande e é calculado para que retorne aos investidores, no menor prazo de tempo possível.

Assim, os investidores ficam vinculados por meio de instrumentos jurídicos para regular essa relação entre eles, podendo ser através de sociedade, consórcio e condomínio.

2.2.2 O Lojista

Entende-se por lojista a sociedade empresária ou o empresário individual que exerce atividade econômica e que aluga determinado espaço dentro do empreendimento, devendo pagar a *res sperata* a fim de auxiliar os investidores na sua construção.

Ao lojista caberá o pagamento da reserva do ponto escolhido, verba de publicidade, corretagem, aluguel, contas de rateios, fundo de promoção, entre outras despesas mais.

2.2.3 O Administrador

O administrador é quem administra e supervisiona o funcionamento do *Shopping Center* em seu dia-a-dia, podendo ou não ser o próprio empreendedor.

É ele quem irá promover os rateios das despesas e realizar cobranças de aluguel e demais obrigações, representando também os empreendedores junto aos lojistas.

O administrador é o responsável para que todas as atividades do shopping corram dentro da mais perfeita normalidade, sendo executados os serviços de maneira satisfatória, além de ter estreita e direta ligação com os lojistas, de maneira a alcançar o sucesso do empreendimento.

2.3 Natureza Jurídica

No que concerne à natureza jurídica dos contratos nos Shopping Centers, não há entendimento pacífico na doutrina, haja vista os aspectos e características peculiares desse negócio jurídico.

Sobre essa falta de consenso, existente desde antes da entrada em vigor da Lei nº 8.245/91, destacou Sylvio Capanema:

Muito se tem discutido quanto à natureza jurídica dos contratos de cessão de uso de espaços em Shopping Center. Os longos e doutos pareceres já emitidos, pelo que há de melhor em nossas letras jurídicas, bem como os sucessivos congressos e seminários já realizados, não conseguiram espantar as dúvidas.¹²

Assim, diversas são as correntes que discutem tal questão, que serão analisadas a seguir.

2.3.1 Teoria da Locação

A primeira corrente defende que a natureza jurídica dos contratos de *Shopping Center*, é de locação, haja vista haver disposição legal no texto da Lei 8.245/91 e por estar enquadrado como locação urbana não-residencial.

Trata-se de contrato de locação aquele firmado entre os empreendedores e os lojistas dos *Shopping Centers* e ainda que haja algumas peculiaridades em relação às locações residenciais e comercial em geral, não desconfigura seu caráter locatício.

Dentre os doutrinadores que defendem essa corrente, pode-se citar Luiz Antonio de Andrade:

Uma das facetas que os shopping centers oferecem de modo constante à observação dos juristas deriva dos vínculos locatícios,

¹² SOUZA, Sylvio Capanema de. A locação de espaços em Shopping Center e a ação renovatória. In TUBENCHLAK, James; BUSTAMANTE, Ricardo Silva de. **Livro de estudos jurídicos**. Rio de Janeiro: Instituto de Estudos Jurídicos, 1990, vol. 1, p. 259.

que se estabelecem normalmente entre a pessoa que detém, organiza e administra o centro comercial e as empresas que nele se instalam, exercendo o comércio. (...) Nos contratos com cláusula de aluguel calculado sobre a receita ou o faturamento estão presentes todos os elementos que caracterizam a figura jurídica da locação, tal como resulta do conceito legal, expresso no art. 1.188 do CC (...) A circunstância, já tantas vezes assinalada, de ajustarem as partes o pagamento do aluguel – ou seja, a retribuição – em percentual sobre o rendimento periódico obtido não desnatura a relação locatícia, nem configura qualquer espécie de sociedade, ainda que em conta de participação.¹³

Compartilha ainda, do mesmo entendimento, Caio Mário da Silva Pereira:

(...) se trata de um vero e próprio contrato de locação. (...) O fato de esse 'contrato de locação', com toda a parafernália de dependências e acessórios, de tipo físico ou intelectual, exigir modelação específica às contingências mercadológicas do empreendimento não retira ao contrato a natureza de contrato de locação.¹⁴

Não descaracteriza a natureza locatícia a cobrança de aluguel incidente sobre o faturamento da empresa locatária, já que há previsão expressa, no artigo 565¹⁵ do Código Civil, de contraprestação ao locador, não havendo qualquer tipo de restrição à esse respeito.

Salienta-se ainda, que antes mesmo da entrada em vigor da Lei 8.245/91, muitos doutrinadores já entendiam o contrato em *Shopping Center* como sendo de locação, tendo em vista as suas características.

2.3.2 Teoria da Locação com Atipicidade

Nessa corrente, defende-se não se tratar de um mero contrato de locação, já que possui diversas características intrínsecas, além daquelas básicas estabelecidas em um contrato padrão de locação.

¹³ ANDRADE, Luis Antonio. **Considerações sobre o aluguel em 'shopping centers'**. In ARRUDA, José Soares, LOBO, Carlos Augusto da Silveira (Coord.), **Shopping Centers: aspectos jurídicos**. São Paulo, Revistas dos Tribunais, 1984, p. 169;177.

¹⁴ Op. Cit., p. 77/82.

¹⁵ Art. 565. Na locação de coisa, uma das partes se obriga a ceder à outra, por tempo determinado ou não, o uso e gozo de coisa não fungível, mediante certa retribuição.

A possibilidade de celebração de contratos atípicos emana do princípio da autonomia da vontade, sendo que tal privilégio encontra proteção no art. 425 do Código Civil, que dispõe: **Art. 425.** *É lícito às partes estipular contratos atípicos, observadas as normas gerais fixadas neste Código.*

Por orientação da própria lei, não descaracteriza a relação principal de locação o fato de se adicionar no contrato outros elementos típicos ou atípicos, permanecendo vigentes os princípios da Lei nº 8.245/91.

A teoria da atipicidade é defendida sob o fundamento de não tratar-se de simples locação, já que as peculiaridades próprias do negócio Shopping Center torna tal espécie de locação, especial e diferente.

E ainda, que o locatário não terá apenas a loja que alugou, mas também, diversos benefícios e garantias.

Os *Shopping Centers* são empreendimentos diferentes dos demais que somente oferecem o imóvel para a locação, já que integram também bens imateriais, ou seja, o fundo de comércio. Nesse caso, se trata de dois fundos de comércio: o do próprio lojista e o *Shopping Center*, de tal sorte que a natureza jurídica do contrato de locação de *Shopping Center* seria locatícia, no tocante à locação do imóvel. No entanto, no que se refere à cessão do fundo comercial, esta não pode ser regulamentada pela Lei 8.245/91, já que esta somente regula bens materiais, o que caracteriza o contrato como sendo de natureza jurídica de locação atípica.

Nesse diapasão, deve-se analisar as palavras de Maria Helena Diniz:

O contrato de shopping center é, por tais razões, um contrato atípico; seria impropriamente uma 'locação' para fins comerciais, tendo como prestação um 'aluguel' percentual, calculado sobre o faturamento mensal da loja, que seria pago ao empreendedor como forma de participação no lucro do lojista pelos serviços que presta na publicidade, na administração, na organização, etc. Locação não é, mas pela atual lei inquilinária, com o escopo de resolver certos

problemas, ante a omissão legislativa, ficou estabelecido que cairá sob sua égide, em certos casos.¹⁶

Por fim, tem reconhecido os Tribunais quanto a atipicidade do contrato de locação do *Shopping Center*:

AGRAVO DE INSTRUMENTO – LOCAÇÃO DE IMÓVEL – EXECUÇÃO DE TÍTULO EXTRAJUDICIAL – Instrumento particular de dívida decorrente de contrato de locação atípica de loja de uso comercial em Shopping Center. Término da relação contratual para contratação de outra loja diversa da anterior. Ação de revisão do contrato atual. (...) Recurso provido. (TJSP – AI 990092546937 – Rel. Des. Wlatter Zeni, 32ª Câmara de Direito Privado – j. 28.01.2010) (grifo nosso)

EXECUÇÃO. CRÉDITO LOCATÍCIO – CONTRATO ESCRITO E ASSINADO PELAS PARTES – Título ao qual a lei confere vigor executivo. Irrelevância da particularidade de se cuidar de locação atípica, isto é, de loja situada em “shopping center”. Propositura de ação pelo devedor que não elimina a força executiva do contrato. Apelação do embargado provida, prejudicada a do embargante. (TJSP – Apelação com Revisão CR 1186140008 – Des. Rel. Arantes Theodoro, 36ª Câmara de Direito Privado – j. 15.01.2009) (grifo nosso)

2.3.3 Teoria do Contrato de Adesão

Esta corrente defende que os contratos de *Shopping Centers* são contratos de adesão, já que admitem que seu conteúdo seja elaborado por uma das partes – no caso, pelo empreendedor ou administrador -, não ocorrendo a discussão acerca das cláusulas contratuais.

No caso dos *Shopping Centers*, cabe ao lojista aceitar ou não o contrato feito pelo empreendedor, não sendo possível a discussão de suas cláusulas e uma vez aceito, o lojista confirma sua aceitação em todas as cláusulas e condições.

Deve-se ressaltar, entretanto, que o contrato de adesão é uma peculiaridade no tocante à sua formação, não se tratando de uma espécie contratual.

¹⁶ DINIZ. Maria Helena. **Lei de locações de imóveis urbanos comerciais: lei n. 8.245/91**, 13ª ed. Ver. Atual, conforme Código Civil de 2002. São Paulo, Saraiva, 2013, p. 281.

O mais correto, portanto, é falar em adesão às condições gerais que ao serem aderidas, se materializarão e ganharão eficácia jurídica.

2.3.4 Teoria dos Contratos Coligados

Os contratos coligados são aqueles compostos por dois ou mais contratos distintos vinculados com o escopo de atingir uma finalidade econômica, de maneira que cada contrato será regido e submetido às limitações da sua legislação específica.

Referidos contratos têm o intuito de estabelecer uma unidade econômica não contratual, havendo apenas a união de contratos distintos que permanecem disciplinados juridicamente pela sua atividade, não formando um único contrato misto.

Defende essa teoria Jorge Pinto Furtado, sob o seguinte argumento:

Se não configura um novo contrato típico, os elementos a mais dos descritos na lei para o tipo legal de base, não poderá passar de simples circunstâncias ou, quando muito, construirão um contrato misto ou uma união de contratos; jamais desembocarão num contrato atípico.¹⁷

Os defensores da teoria dos contratos coligados assim o fazem por entender que nessa espécie contratual, há a conexão de diversos contratos, incidindo normas pertinentes a cada espécie, tendo em vista não haver unidade de causa.

2.3.5 Teoria da Atipicidade Mista

Inicialmente, deve-se destacar que o contrato atípico misto é assim definido em razão da sua formação ocorrer no exercício da autonomia privada para regulamentar interesses que demandam modelo não existente no quadro legal

¹⁷ FURTADO, Jorge Pinto. **Os centros comerciais e seu regime jurídico**. 2ª ed. Coimbra: Almedina, 1998, p.43.

(atípico) além de sua estrutura englobar elementos típicos de diversos contratos previstos em lei (misto).

Examinando a causa do contrato de uso de espaço em *Shopping Center*, já que é que determina qual a espécie do contrato, tem-se que este não pode ser tratado como locação, tendo em vista que o empreendimento de *Shopping Center* não é construído apenas para receber renda do prédio ou sala que aluga.

Nessa espécie de contrato em questão, as normas aplicadas são às que concernem ao contrato de locação, mas suas características peculiares são diversas à ela, não tendo que se falar em locação, portanto.

Fábio Ulhoa Coelho dispõe que:

O empresário que se dedica ao ramo dos shopping centers exerce uma atividade econômica peculiar, pois não se limita a simplesmente manter um espaço apropriado à concentração de outros empresários atuantes em variados ramos de comércio ou serviço. A sua atividade não se resume à locação de lojas aleatoriamente reunidas em um mesmo local. Ele, decididamente, não é um empreendedor imobiliário comum.¹⁸

Ante todo o exposto, pode-se concluir que a natureza jurídica que mais se enquadra o contrato de *Shopping Center* é a da atipicidade mista, já que ainda que apresente características do contrato de locação, é diverso por apresentar também características de outros contratos, criando um nome tipo em razão de sua complexidade e variedade de interesses.

2.4 Composição do Contrato

O contrato de locação nos shopping centers é complementado pelo estatuto da associação dos lojistas, pela escritura declaratória de normas gerais e pelo regimento interno do shopping, sendo que estes contêm cláusulas impositivas de deveres e obrigações tanto para os lojistas quanto para os empreendedores.

¹⁸ COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial**. 9 ed. rev. E atual. São Paulo: Saraiva: 2005, p.67.

Dada a importância desses documentos que integram o contrato de locação de shopping center, merecem especial atenção, conforme verifica-se a seguir.

2.4.1 Escritura Declaratória de Normas Gerais e Complementares

A Escritura Declaratória de Normas Gerais e Complementares consiste no documento no qual estão dispostas todas as regras de funcionamento do *Shopping Center*, como a utilização das lojas e das áreas comuns, forma de cobrança e reajuste dos aluguéis, penalidade pelo descumprimento das obrigações, etc. *Mister* ressaltar a necessidade de que referido documento seja registrado no Cartório de Notas.

Em outras palavras, trata-se de um manual de normas, elaborado pelo empreendedor, referente à instalação e funcionamento do *shopping* que deverá ser fielmente cumprido por ambas as partes.

A elaboração da Escritura Declaratória de Normas Gerais e Complementares ocorre em duas fases. A primeira delas é formalizar junto ao tabelionato, através de escritura pública, as normas complementares do contrato de locação, declarando os deveres dos empreendedores e dos lojistas. A necessidade deste registro se dá justamente pelo fato de não haver previsão legal quanto as relações e condutas adotadas por este tipo de empreendimento.

O segundo passo é levar referida escritura ao conhecimento dos interessados, devendo sua ciência ser comprovada, ocasião em que passará a ser exigido o seu cumprimento.

Desta feita, a Escritura Declaratória de Normas Gerais e Complementares nada mais é, do que um instrumento particular de livre disposição do empreendedor, a fim de estabelecer obrigações aos lojistas, seja de âmbito locatício, seja no que se refere ao uso e funcionamento do *Shopping Center*.

2.4.2 Estatuto da Associação dos Lojistas

Os lojistas associados devem respeitar o estatuto e efetuar o pagamento das taxas, sendo que o não cumprimento dessas obrigações pode implicar rescisão do contrato, tendo em vista que o Estatuto da Associação de Lojistas integra o contrato de *Shopping Center*.

A associação dos lojistas é uma sociedade civil de direito privado, sem fins lucrativos, constituída pela totalidade de lojistas de um mesmo *Shopping Center*, possuindo estatuto próprio. Sua filiação é obrigatória e se dá mediante pagamento de uma contribuição para custeio da associação e sua finalidade é promover a união entre o empreendedor e os lojistas e regular o Fundo de Promoções Coletivas.

Essa Associação compulsória de lojistas, também é uma peculiaridade no contrato em estudo, haja vista que contraria o texto da Constituição Federal, em que dispõe sobre a liberdade de associação, a saber:

Art. 5º - Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza garantindo-se aos brasileiros e estrangeiros residentes no País, a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

(...)

XVII – é plena a liberdade de associação para fins lícitos, vedada a de caráter paramilitar;

(...)

XX – ninguém poderá ser compelido a associar-se ou a permanecer associado.

Os Tribunais, entretanto, têm entendido que o dever de contribuição à associação dos lojistas, não configura uma afronta ao dispositivo federal supracitado, já que todos os lojistas serão beneficiados com os projetos custeados com a verba oriunda da contribuição, cujo objetivo é o sucesso do empreendimento.

A corroborar com o acima exposto colaciona-se os seguintes julgados:

Ação de cobrança. Fundo de promoção e propaganda de associação dos lojistas. Dever de contribuição que não afronta a liberdade de associação prevista na Constituição Federal. Decisão mantida. Recurso improvido. (TJSP, Apelação n. 119514-13.2008.8.26.0000, Rel. Des. Eduardo Sá Pinto Sandeville, 6ª Câmara de Direito Privado, j. 16.05.2013)

AÇÃO DE COBRANÇA. FUNDO DE PROMOÇÃO. ASSOCIAÇÃO DE LOJISTAS EM SHOPPING CENTER. PREVENÇÃO. (...) Não afronta a Constituição Federal a disposição contida na Convenção Condominial a qual atribui como um dos deveres dos condôminos participar da Associação dos Lojistas do Shopping e contribuir com as despesas com publicidade e promoção (fls. 172). O dever de se associar, in casu, decore do tratamento equânime a ser despendido a todos os lojistas, igualmente, beneficiários do sucesso do empreendimento em que estão instalados. Não se discute aqui a liberdade de associação consagrada no artigo 5º, da Magna Carta, mas sim, a necessidade de participação de todos os lojistas na associação, por serem beneficiários diretos da publicidade e promoções por ela veiculadas, mostrando justificável a disposição contratual que, em última análise, visa tão somente garantir o rateio das despesas atinentes à publicidade e promoção entre a totalidade dos lojistas, criando uma situação de equilíbrio entre os condôminos do shopping center. (TJSP, Apelação n. 1.173.838-00/4, Rel. Des. Norival Oliva, 26ª Câmara de Direito Privado, j. 30.06.2008)

O LOJISTA DE SHOPPING CENTER NÃO PODE RECUSAR O PAGAMENTO DE TAXAS DA ASSOCIAÇÃO DOS COMERCIANTES REUNIDOS, PORQUE CUIDA-SE DE UM INVESTIMENTO COMERCIAL SOLIDÁRIO. COBRANÇA PROCEDENTE (...) IMPROVIMENTO. (TJSP, Apelação n. 19087656-13.1998.8.26.0000, Rel. Des. Enio Zuliani, 3ª Câmara de Direito Privado, j. 20.07.2000)

2.4.3 Regimento Interno

O Regimento Interno tem por objetivo completar a Escritura Declaratória de Normas Gerais e Complementares destinado aos lojistas, empregados, prepostos, fornecedores, prestadores de serviços e usuários do shopping, e contém normas do dia-a-dia visando um ambiente harmonioso, organizado e agradável.

Havendo necessidade de alteração do Regimento Interno, a Associação de Lojistas poderá participar desse processo.

3. CLÁUSULAS CONTROVERTIDAS NA LOCAÇÃO EM SHOPPING CENTER

Na locação em *Shopping Center*, além da ocupação do espaço físico e do pagamento do aluguel e demais despesas, a parte interessada deverá estar ciente da existência de alguns aspectos diferenciados dos demais contratos aos quais deverá se submeter.

Dessa maneira, passa-se ao estudo desses aspectos peculiares.

3.1. O Aluguel

Diferentemente do que ocorre nas locações comuns, o aluguel no *Shopping Center* não será fixado apenas com base nas características do imóvel, como metragem e localização, mas também será calculado de acordo com o faturamento do lojista-locatário.

3.1.1 O Aluguel Mínimo (ou fixo)

Na cobrança do aluguel mínimo, estipula-se no contrato de locação um valor fixo, de acordo com a área e localização da loja a ser locada dentro do empreendimento, que deverá ser pago em moeda nacional corrente.

O aluguel mínimo, nas palavras de Gladston Mamede *nada mais é do que aluguel, servindo o adjetivo mínimo apenas para afirmar a existência de uma outra remuneração, percentual*.¹⁹

Nos contratos de locação em *Shopping Center*, essa modalidade de aluguel será sempre aplicada alternativamente ao aluguel percentual.

Importante ressaltar que o objeto da ação revisional, prevista no art. 19²⁰ da Lei n. 8.245/91, será o valor contratual do aluguel mínimo.

¹⁹ MAMEDE, Gladston. **Manual de direito empresarial**, 8 Ed., São Paulo: Atlas, 2013, p. 257.

3.1.2 O Aluguel Percentual (ou variável)

O pagamento do aluguel ao empreendedor, geralmente é calculado na forma de percentual sobre o faturamento mensal bruto do lojista, sendo que o aluguel fixo é usado apenas para garantir ao empreendedor uma receita mínima, com a qual possa contar.

O percentual acima mencionado deverá ser estabelecido em contrato, podendo variar entre 4% a 12%, sendo que via de regra as lojas âncoras terão um percentual inferior se comparado às lojas satélites.

Nas palavras de Gladston Mamede, o aluguel percentual pode ser definido como *o resultado de uma remuneração por meio de cláusula de sucesso, sendo definido pela incidência de determinado percentual sobre a receita do estabelecimento*.²¹

A combinação do aluguel fixo e o percentual não configura dupla cobrança, já que não são cumulativos e sim alternativos e excludentes, uma vez que o aluguel percentual apenas será cobrado na hipótese deste ser superior ao aluguel fixo estabelecido no contrato. Ressaltando que para o empreendedor o mais interessante é o pagamento do aluguel percentual, pois assim vai estar demonstrado que as vendas do lojista estão sendo satisfatórias.

No sentido da possibilidade de estabelecer o aluguel fixo e variável, têm entendido os Tribunais:

LOCAÇÃO NÃO RESIDENCIAL. SHOPPING CENTER. Ação revisional de contrato c.c repetição do indébito e indenização por perdas e danos. Nulidade de cláusulas: não ocorrência. Inaplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor. Contrato de locação atípico (art. 54 da Lei 8.245/91). Aluguel variável, de valor mínimo e pagamento em dobro no mês de dezembro. Previsão contratual. Fundo de promoção destinado à propaganda em

²⁰ **Art. 19.** Não havendo acordo, o locador ou locatário, após três anos de vigência do contrato ou do acordo anteriormente realizado, poderão pedir revisão judicial do aluguel, a fim de ajustá-lo ao preço de mercado.

²¹ MAMEDE, p. 265.

benefício da locatária. Cobrança devida. Ausência de qualquer nulidade de cláusulas. Benfeitorias. Retenção ou indenização não autorizadas, consoante os termos avençados. Sentença mantida. Recurso improvido. (TJSP - Apelação com Revisão nº 0005541-06-2004.8.26.0606 – 32º Cam. De Dir. Privado – Rel. Des. Francisco Occhiuto Júnior, j. 22.03.2013)

Locação. Revisional de contrato de cessão de direito de uso (shopping center) c.c. pedidos de restituição de quantia e indenização material. Cerceamento de defesa. Não realização da prova pericial requerida pela ré. Inocorrência. Não constitui cerceamento de defesa o indeferimento da produção de provas a respeito de fatos suficientemente demonstrados por documentos juntados pela partes, devendo o juiz, ao dirigir a instrução processual, evitar a produção de provas desnecessárias ou inúteis ao seu convencimento e a justa solução da lide posta em juízo. Alegação de abusividade de cláusulas contratuais. Contrato de adesão. **Abusividade inexistente. Ausência de demonstração de conduta irregular do locador. Ausência de demonstração de onerosidade excessiva. Possibilidade de pactuação de aluguel mínimo e em percentual. Possibilidade de cobrança de aluguel em dobro no mês de dezembro. Cláusulas previamente acordadas.** Contrato que se submete ao artigo 54 da Lei Inquilinária. Retenção e indenização benfeitorias expressamente afastada por cláusula legal. Observância da regra do artigo 421 do Código Civil. **Sentença de improcedência. Apelo improvido.** (TJSP - Apelação com Revisão nº 1183720002 – 32º Cam. De Dir. Privado – Relator Ruy Coppola – j. 27.11.2008) (grifo nosso)

LOCAÇÃO. EMBARGOS À EXECUÇÃO. NULIDADE DE CLÁUSULA CONTRATUAL QUE ESTABELECEU CRITÉRIOS DIFERENCIADOS PARA FIXAÇÃO DO ALUGUEL DE LOJA DE SHOPPING CENTER, UM VALOR MÍNIMO E OUTRO VARIÁVEL, COM BASE NO FATURAMENTO DA LOJA. INEXISTÊNCIA DE VEDAÇÃO LEGAL. ADMISSIBILIDADE. EXGESE DO ARTIGO 54, CAPUT, LEI 8.245/91. Inexistindo qualquer vedação legal que proíba a estipulação do valor do aluguel de loja de "shopping center" com base em um piso mínimo e outro variável, não há se falar em nulidade de cláusula contratual que estabelece tal ajuste, ante as condições livremente pactuadas pelos contratantes, nos termos do artigo 54, "caput", da Lei 8.245/91. (TJSP - Apelação com Revisão nº 627.799-00/0. 2º TAC – Rel. Des. Amorim Cantuária - j. 18.06.2002)

Desta feita, verifica-se não haver qualquer ilegalidade no que se refere ao arbitramento de quantia mínima e variável para pagamento de aluguel, sendo plenamente cabível.

3.1.3 O Aluguel Escalonado (ou progressivo)

O aluguel escalonado pode ser entendido como um aumento progressivo do valor fixo inicialmente pactuado no instrumento de locação, fundamentado na curva de crescimento do negócio.

O aumento progressivo do valor fixo nas lojas que compõem o empreendimento do *Shopping Center*, é o que difere do aluguel de uma loja de rua. Todavia, sua cobrança contraria à Lei nº 8.245/91, a qual dispõe que o prazo para reajuste é de 03 anos:

Art. 19º - Não havendo acordo, o locador ou locatário, após tres anos de vigência do contrato ou do acordo anteriormente realizado, poderão pedir revisão judicial do aluguel, a fim de ajustá-lo ao preço de mercado.

Maria Helena Diniz, nesse sentido, afirma que *não será admissível a revisão do aluguel, antes de completado o triênio, ainda que se invoque onerosidade excessiva ou grande mutação nas condições econômicas.*²²

E ainda, tendo em vista que na maioria dos casos, o aluguel progressivo é imposto de maneira trimestral, afronta além da Lei supra citada, a Lei nº 9.069/95:

Art. 28. Nos contratos celebrados ou convertidos em REAL com cláusula de correção monetária por índices de preço ou por índice que reflita a variação ponderada dos custos dos insumos utilizados, a periodicidade de aplicação dessas cláusulas será anual.
§ 1º É nula de pleno direito e não surtirá nenhum efeito cláusula de correção monetária cuja periodicidade seja inferior a um ano.

Sobre a impossibilidade de cobrança do aluguel escalonado, tem-se o seguinte julgado:

Locação. Imóvel. Despejo por falta de pagamento, cumulado com cobrança. Ação julgada procedente. Alegação de cobrança excessiva de valores. Exigência de aluguel escalonado. Forma disfarçada de reajuste vedada desde o advento da Lei 9.069/95. Norma de ordem pública. Manutenção da multa moratória fixada pelas partes. Não incidência do Código de Defesa do

²² DINIZ. Maria Helena. *Lei de locações de imóveis urbanos comerciais: lei n. 8.245/91*, p. 128.

Consumidor. Recurso provido em parte. (...) Bem se vê que o contrato restou concretizado com valores escalonados e em ostensiva ofensa ao artigo 28, parágrafo §1º. (...) O contrato é posterior ao início da vigência da lei citada (as partes e os efeitos jurídicos do contrato subordinam-se ao império da lei do tempo de sua constituição "tempus regit actum" e, em assim sendo, o aluguel mensal a ser reclamado é aquele fixado inicialmente de R\$ 500,00, reajustado pelos Índices legais. (TJSP, Apelação n. 845.067-0/0, 32ª Câmara, Rel. Des. Ruy Coppola, j. 05.05.05)

Com o intuito de coibir essa prática, o Projeto de Lei nº 7137/2002, apresentado pela ex deputada Zulaiê Cobra, propõe dispositivos específicos sobre a questão, com a inclusão dos parágrafos 2º e 3º, no art. 17 da Lei de locação, conforme verifica-se a seguir:

Art. 17 (...)

§ 2º Nas locações de espaços comerciais em shopping centers, só será permitida a cobrança anual de 12 (doze) alugueres, mínimos ou percentuais.

§ 3º Nas locações de espaços comerciais em shopping centers, é vedado ao locador a cobrança de aluguéis pré determinados ou progressivos, após o primeiro ano de vigência do contrato de locação, prevalecendo apenas o índice oficial de reajuste nele estabelecido e em seus anexo (NR).

3.1.4 O Aluguel de Desempenho

Aluguel de desempenho é aquele no qual o lojista-locatário se obriga a pagar ao empreendedor-locador, semestralmente, o montante equivalente a 75% do aluguel mínimo, vigente à época do pagamento, como garantia do sucesso do negócio.

Mamede defende a abusividade de referida cobrança, nos seguintes termos:

Estranha, igualmente, a figura do chamado aluguel de desempenho, uma sobrecobrança semestral (via de regra, 75% do valor do aluguel), que se pretende um mecanismo de aferição do sucesso de cada loja; essa taxa extra, considere-se como participação no sucesso do lojista ou forma de afastar lojistas malsucedidos, é nitidamente abusiva, não se amoldando aos princípios gerais do ato jurídico e do contrato, tal como disposto no Código Civil.²³

²³ MAMEDE, p. 259.

3.1.5 O 13º Aluguel (ou aluguel em dobro)

Outra cláusula constante no contrato de locação em *Shopping Center* é aquela a qual obriga o lojista ao pagamento de aluguel em dobro no mês de dezembro, sob o fundamento de que no referido mês, os gastos do empreendedor aumentam, principalmente no que concerne ao pagamento dos empregados – por isso a denominação análoga ao 13º salário – e gastos com publicidade, em razão do Natal.

O valor devido em dobro é aquele que refere-se ao aluguel mínimo e não o percentual. Somente será exigido o valor percentual na hipótese deste equivaler a valor superior ao dobro do mínimo.

Há entendimentos contrários aos acima expostos, os quais defendem que a cobrança do 13º aluguel é abusiva e passível de anulação, tendo em vista que o lojista não utiliza os serviços prestados pelo empreendimento duas vezes no mês.

No entanto, os empreendedores alegam não haver abusividade na cláusula, já que o artigo 54 da Lei 8.245/91, que dispõe sobre as hipóteses de vedação de cobrança, não apresenta qualquer restrição a seu respeito, além da liberdade de pactuação entre as partes.

3.2. O Direito de Auditoria

O Direito de auditoria consiste na possibilidade do empreendedor fiscalizar o faturamento bruto do lojista, para fins de apuração do valor do aluguel percentual, seja pela análise da escrituração contábil, balanço ou notas fiscais ou pela constatação *in loco*, através de representantes que acompanharão o movimento da loja, a fim de verificar se o registro de todas as vendas é realizado de maneira correta, sem qualquer fraude.

Não há que se falar em ilicitude ou abusividade da cláusula de fiscalização, desde que haja previsão contratual, sendo portanto, uma fiscalização consentida pelo lojista-locatário e desde que não afete o exercício de sua atividade.

Nesse sentido, foi aprovada na I Jornada de Direito Comercial, em outubro de 2012 – evento promovido pelo Centro de Estudos Judiciários no Conselho da Justiça Federal (CJF)²⁴, o teor do Enunciado 30: *Nos contratos de shopping center, a cláusula de fiscalização das contas do lojista é justificada desde que as medidas fiscalizatórias não causem embaraços à atividade do lojista.*

3.3 A Res Sperata

A *Res Sperata* é a quantia paga pelos lojistas aos empreendedores, antes da efetivação do contrato de locação – e, portanto em documento apartado – a fim de assegurar sua participação no futuro empreendimento, pela reserva de uma área específica.

Não se trata de parcela de pagamento pela aquisição do imóvel, mas sim, pela cessão de parcela do futuro fundo de comércio do *Shopping Center*, que é de propriedade do empreendedor.

É também uma contraprestação por todas as vantagens que o empreendimento trará ao lojista, que se valerá da prospecção e estudos previamente realizados, além de se valer da estrutura técnica inicial do empreendimento. É aquilo que se espera do estabelecimento, a expectativa e benefícios em possuir uma loja em um *Shopping Center*.

Acerca da *Res Sperata*, bem assevera Ives Gandra Martins:

De início, a grande maioria dos contratos de locação do espaço e do "sobrefundo comercial" dos "shoppings" principia com uma caução ou reserva de área, quando da construção do empreendimento a que os juristas denominam de *res sperata*. Tal forma de remuneração atual ou futura, em verdade, apenas representa parcela do pagamento do uso futuro de imóvel, ao qual se acrescentará os demais custos de manutenção da imagem e do próprio conjunto de estabelecimentos.

²⁴ Disponível em http://ftp.stj.jus.br/portal_stj/objeto/texto/impressao.wsp?tmp.estilo=&tmp.area=398&tmp.texto=107584. Acesso em 02 de agosto de 2014.

O sobrefundo surge na fase de implantação, sob a figura da res sperata ou da "caução" ou "reserva" para o futuro, mas permanece, na fase de manutenção, enquanto existir o "shopping center". Vale dizer, o "sobrefundo comercial", que está na essência da reserva de um espaço a ser ocupado pelas lojas-satélites, é elemento compositor da relação contratual entre ambos, desde o momento de sua reserva, quando ainda em construção, até o momento em que o "shopping center" desapareça ou a loja-satélite se desligue, deixando de manter estabelecimentos no complexo criado.²⁵

O empreendedor antes de construir o centro comercial firma um contrato a título de direito de reserva da localização com o futuro lojista, que pagará uma quantia periódica durante a fase de construção, sendo distinto do instrumento de locação, para fins de atividade empresarial.²⁶

Fábio Ulhôa Coelho, expõe seu entendimento no tocante à esta obrigação:

Além do aluguel, há outras obrigações de natureza pecuniária assumidas pelo locatário de loja em Shopping Center. Geralmente, paga-se uma prestação denominada res sperata, retributiva das vantagens de se estabelecer num complexo comercial que já possui uma clientela constituída. O consumidor, por certo, muitas vezes procura o shopping e não especificamente um de seus lojistas. O fundo de empresa do empreendedor do Shopping Center (chamado de sobrefundo por Ives Gandra da Silva Martins, 191, é, em certa medida, utilizado pelos locatários, que devem, em contrapartida, remunerá-lo por meio da res sperata.²⁷

Já Silvio Venosa, afirma:

Nos shopping centers, o locador recebe, ordinariamente, três tipos de pagamento: o aluguel propriamente dito (...), e mais uma quantia que a doutrina denomina de 'res sperata', coisa esperada ou prometida. Esta última modalidade constitui uma retribuição ao empreendedor pela cessão do fundo de comércio, com toda a estrutura que o acompanha. É o que se chama de 'sobrefundo de comércio', representado pelos bens imateriais de que o empreendimento é detentor, permanente. Tem em mira o lucro futuro, cuidando-se de modalidade de venda de coisa futura. Daí porque se considera existir um fundo de comércio no próprio centro comercial em si, cuja parcela é cedida ao lojista. Por essa razão, muitos consideram o contrato do

²⁵ MARTINS, Ives Gandra da Silva. A Natureza Jurídica das Locações Comerciais dos "Shopping Centers". Boletim Jurídico, Uberaba/MG, ano 1, nº 1. Disponível em: <http://www.boletimjuridico.com.br/doutrina/texto.asp?id=115> Acesso em 10 de agosto de 2014.

²⁶ DINIZ, Maria Helena. **Lei de locações de imóveis urbanos comerciais: lei n. 8.245/91**, p. 279.

²⁷ COELHO, Fabio Ulhoa. Revista do Advogado, Associação dos Advogados de São Paulo, nº108, maio de 2010, p. 59.

lojista com o empreendedor uma sublocação, quando o próprio locador arrenta todo o empreendimento.²⁸

E completa Gladson Mamede:

Daqueles que pretendem reservar uma loja, enquanto o empreendimento ainda está em construção, é costumeiro exigir o pagamento da reserva de localização. A vantagem oferecida ao lojista, pela qual ele paga é justamente a garantia de que ocupará determinado espaço no empreendimento, obrigando-se o empreendedor não apenas a entregar o espaço tal como prometido, mas também a concluir o empreendimento segundos os moldes da oferta, a incluir as lojas âncoras, instalações, etc. Há ônus e bônus para os dois lados.²⁹

Haja vista a cobrança da *Res Sperata* ser livremente pactuada entre as partes e não haver qualquer vedação no ordenamento jurídico acerca de sua cobrança, dúvidas não pairam quanto a sua licitude. Nesse sentido tem decidido os Tribunais:

Locação comercial. “Shopping Center”. Negócio jurídico complexo. “Res Sperata”. Ampla liberdade de contratação conferida pelo art. 54 da Lei 8.245/91. Inaplicabilidade do CDC. Relação entre fornecedores e prestadores de serviços. Crédito decorrente da “res sperata” configura encargo acessório decorrente de locação. Execução autorizada a teor do art. 585, V, CPC. (TJSP, *Apelação nº 0009916-87.2011.8.26.0482*, 34ª Câmara de Direito Privado, Rel. Des. Soares Levada, j. 10.04.2014)

Apelação Cível. Embargos à execução. Locação de espaço destinado a loja, em shopping center. Execução que se funda no instrumento de rescisão do contrato de locação e confissão de dívida. Pretensão das embargantes de compensação das verbas cobradas em execução com os valores pagos a título de reserva de loja e com as benfeitorias introduzidas no imóvel. É lícita a verba cobrada a título de reserva de loja, ou *res sperata*, não podendo prevalecer a tese de que ela é abusiva, pois se caracteriza como retribuição ao locador pelas vantagens do lojista em se estabelecer em complexo comercial, possuindo maiores chances de êxito em suas vendas. Previsão no contrato de impossibilidade de retenção ou indenização dos valores gastos a título de benfeitorias, os quais se destinaram a agregar valor ao comércio que seria ali por ela explorado. Valores, aliás, que são ilíquidos. Cláusulas do contrato e da confissão de dívida que foram claramente redigidas.

²⁸ VENOSA, Sílvio de Salvo. **Lei do Inquilinato Comentada, Doutrina e Prática**, Editora Atlas, 10ª ed., 2010, p. 249.

²⁹ MAMEDE, p. 258.

Desequilíbrio e desproporção de vantagens contratuais entre os contratantes não vislumbrados. Recurso provido para serem julgados improcedentes os embargos à execução, com condenação das embargantes no pagamento das verbas da sucumbência (TJSP – Apelação nº 9120325-07.2007.8.26.000, 27ª Câmara de Direito Privado, Rel. Des. Moraes Pucci, j. 19.03.2013)

Salienta-se ainda, que a desistência por parte do lojista em fazer parte do empreendimento do Shopping Center, não autoriza a devolução dos valores pagos à título de *Res Sperata*, nos termos da decisão abaixo:

PROPOSTA DE LOCAÇÃO DE IMÓVEL EM SHOPPING CENTER. RESILIÇÃO UNILATERAL PELA INQUILINA. PERDA DOS VALORES PAGOS. RES SPERATA LEGITIMIDADE DE SUA COBRANÇA. É legítima a cobrança antecipada de valor a título de reserva de uso de área em Shopping Center (*res sperata*), que remunera o empreendedor pelas vantagens que confere ao lojista interessado em se estabelecer em complexo comercial notoriamente valorizado. Recurso provido. (TJSP, Apelação nº 0201487-95+2012.8.26.0100, 25ª Câmara de Direito Privado, Rel. Des. Edgard Rosa, j. 13.02.2014)

CONTRATO DE CESSÃO DE DIREITO DE INTEGRAR A ESTRUTURA TÉCNICA DE "SHOPPING". DEVOUÇÃO DE PAGAMENTO FEITO A TÍTULO DE "RES SPERATA". IMPOSSIBILIDADE. RESCISÃO DO CONTRATO. DESPEJO. SENTENÇA-MANTIDA. 1. Quando acontece a assinatura de um contrato que se conhece como *res sperata* (integração à estrutura técnica de um empreendimento comercial), os débitos assumidos ali, desvinculam-se de concomitante contrato de locação da loja, o qual é inteiramente autônomo, e, por isto, permanecem os mesmos parâmetros por notas promissórias e encargos daquele primeiro contrato, em nada importando que se registre o encerramento da locação com a entrega da loja. 2. A exigência do pagamento conhecido como *res sperata*, é plenamente lícita e legítima por tratar-se da remuneração pela cessão ao lojista de parcela do fundo de comércio pertencente ao empreendedor, sendo descartada sua restituição. (TJMG - Apelação nº 1.0024.03.163159-1/001, Rel. Des. Francisco Kupidlowski, 13ª Câmara Cível, j. 15.01.2009)

LOCAÇÃO. SHOPPING CENTER. ALEGADOS PREJUÍZOS DECORRENTES DE OBRAS NO CENTRO COMERCIAL. RELAÇÃO DE CAUSALIDADE. AUSÊNCIA. LUCROS CESSANTES NÃO DEVIDOS. DEVOUÇÃO DO ADIANTAMENTO A TÍTULO DE RES SPERATA. (...) 2. O direito de integrar a estrutura do shopping configura o que se intitula de *res sperata*, que é prestação peculiar aos contratos de locação em shopping center, negócio jurídico complexo que não pode ser enquadrado como simples locação comercial, pois existem particularidades que só a ele competem. Uma das atipicidades é a cobrança da *res sperata* (a coisa esperada), que é a contraprestação pelo trabalho do empreendedor do shopping pelos custos da formação do fundo de

comércio, da estrutura física e do "tenant mix" que compõe a estrutura organizacional. 3. Eventual insucesso do comerciante no desempenho de suas atividades no shopping não gera, em regra, o direito à restituição do valor pago a título de res sperata. Isso porque o insucesso em qualquer empreendimento é um risco a ser assumido pelo comerciante, já que a atividade comercial está sujeita a riscos de flutuações de ganhos e de perdas. Mesmo nos contratos de locação atípica de shoppings, o êxito ou não das vendas não faz parte, sequer implicitamente, do contrato entre o lojista e a administração do shopping, sobretudo porque o locador não pode garantir a impossibilidade de fracasso da mercancia alheia. 4. A devolução só se justificaria se configurado que a frustração comercial decorreu de fato imputável à administração do shopping, ou seja, se a parte autora foi prejudicada pela implementação de um "tenant mix" ineficaz. A parte autora, porém, não logrou comprovar que as alegadas mudanças estruturais promovidas no "Parkshopping" prejudicaram a sua loja, sobretudo porque a diminuição do faturamento da loja só ocorreu mais de cinco meses após as reformas do centro comercial, o que afasta o nexo de causalidade. 5. A r. sentença concluiu pela responsabilidade de indenizar da parte ré não porque a administração do shopping deu causa ao insucesso comercial da parte autora, mas porque teria dado causa à não conclusão do trespasse do ponto comercial tentado pelos autores. Nada há nos autos, no entanto, que indique que o referido trespasse não foi efetivado por alguma dificuldade imposta pelo centro comercial. (...) 6. Recursos conhecidos; não provido o da autora e provido o das rés. (TJDF, Apelação nº 20110112186790, Rel. Des. Waldir Leôncio Lopes Jr., 2ª Turma Cível, j. 28.08.2013) (grifo nosso)

CIVIL - CONTRATO DE RESERVA E LOCAÇÃO DE SALA EM SHOPPING CENTER - ALEGADO EXCESSO DE TEMPO PARA TÉRMINO DA OBRA - CONTRATO POR TEMPO INDETERMINADO - AUSÊNCIA DE NOTIFICAÇÃO - CONSTITUIÇÃO EM MORA - AUSÊNCIA - CC 1916, ART. 960 - DEVOLUÇÃO DA RES SPERATA - IMPOSSIBILIDADE - INAPLICABILIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. (...) 2. A res sperata tem por função remunerar o locador empreendedor pelos custos com a formação do fundo de empresa do shopping center, sendo inviável a restituição do valor quando findo o contrato de locação" (AC n. 2002.012858-4, Des. Maria do Rocio Luz Santa Ritta). 3. O Superior Tribunal de Justiça firmou posição de que o Código de Defesa do Consumidor não é aplicável aos contratos locativos (AgRg no REsp 795731/RS, Min. Paulo Gallotti). (TJSC, Apelação Cível n. 2002.006555-8, de Itajaí, rel. Des. Luiz César Medeiros, j. 10.08.2009).

O valor da *Res Sperata* será estipulado de acordo com a lei da oferta e da procura, ou seja, quanto maior for a procura, mais alto será o valor.

Por fim, não se deve confundir a *Res Sperata* com luvas, visto que a primeira tem a finalidade de reservar um espaço no empreendimento ao lojista, através de

pagamento antecipado das despesas a serem feitas durante a construção da obra, Enquanto que as luvas representam a soma paga pelo locatário ao locador, na locação comercial, pela valorização do local, acrescentando-lhe o valor original³⁰

3.4 Fundo de Promoção

O fundo de promoção está previsto no estatuto da Associação dos Lojistas e caracteriza-se pela contribuição paga pelos próprios lojistas, para investimentos em promoções e propagandas que visem atrair o maior número possível de consumidores.

Trata-se de uma obrigação acessória à locação, devendo ser administrada pela Associação dos Lojistas, que deverá utilizar essa verba para promover o empreendimento através de campanhas de marketing, campanhas publicitárias, de maneira a favorecer coletivamente os lojistas com o aumento de seu faturamento – e consequentemente, o aumento da arrecadação do empreendedor -.

Sobre o assunto, Mamede dispõe:

Essa associação de lojistas é comumente a destinatária das contribuições dos lojistas para um fundo de promoção e propaganda, no qual se alocam verbas que serão usadas nas estratégias publicitárias e mercadológicas do empreendimento, um dos fatores responsáveis pelo sucesso. Promoção, aliás, do empreendimento como um todo, e não de cada lojista individualmente, já que se trata de objetivos e estratégias distintas; o fundo se aplica na promoção do shopping, buscando atrair consumidores para o empreendimento e, assim, beneficiar a todos os lojistas, indistintamente.

Por ser uma contribuição obrigatória, o inadimplemento do lojista no pagamento fundo promocional, enseja propositura de ação de despejo por falta de pagamento de obrigações acessórias, tendo em vista que juntamente com a Escritura Declaratória de Normas Gerais Complementares e o Regimento Interno, o Estatuto da Associação dos Lojistas também é parte integrante do contrato de locação, sendo o empreendedor parte legítima para ingresso da ação de despejo por rescisão contratual ou apenas, ação de execução.

³⁰MARINI, Celso. **Shopping Center**, *Jus Navegandi*, Maio 2000. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=608?>>> Acesso em 26 de julho de 2014.

3.5 Tenant Mix

O empreendedor do ramo de *Shopping Center*, para lançar um empreendimento, deverá realizar diversos estudos e planejamento mercadológicos, a fim de apurar qual a necessidade da localidade na qual deseja implantar seu centro comercial para então, definir a posição a qual cada loja – âncora, satélite ou magnética – deverá ocupar.

À esta forma de organização estratégica, dá-se o nome de *tenant mix* que, nas palavras de Silvio Venosa é o *plano de determinação dos ramos e localização das lojas e pontos de venda dentro do centro de compras, gravitando em torno das chamadas lojas-âncoras, as quais funcionam como ponto magnético da clientela*.³¹

Gladson Mamede destaca os estudos realizados pelo empreendedor e seu resultado, nos termos abaixo:

Há, assim, um serviço específico, que não se confunde com a mera locação do imóvel: a administração organizacional e mercadológica planejada, voltada para exponenciação do consumo de bens e serviços. (...); essa boa mistura mercadológica é chamada *tenant mix*, e é uma vantagem oferecida pelo *shopping center* aos lojistas.³²

Independentemente do número de lojas instaladas no Shopping, um *mix* eficiente resultará em um resultado mais favorável ao empreendedor, se atingir uma variedade maior de consumidores, incentivando-os a fazer múltiplas compras ou comprar em diferentes tipos de lojas.

No que se refere ao *tenant mix*, Pedro Paulo Salles Cristofaro, expõe de maneira clara:

Nada em um shopping center é aleatório. Da escolha das lojas à sua distribuição espacial, da definição quanto aos serviços oferecidos ao público ao projeto arquitetônico, tudo é feito e planejado para atender

³¹ VENOSA, Silvio de Salvo. p. 263.

³² MAMEDE, p. 259.

às necessidades do mercado e para atrair para aquele conjunto de lojas, organizado daquela maneira específica, um fluxo ótimo de compradores potenciais.³³

O *tenant mix* é uma condição *sine qua non* para caracterizar o empreendimento como *Shopping Center*, já que do contrário, seria apenas uma concentração de lojas em um mesmo local, com destaque nas palavras de Fabio Ulhôa:

O empreendimento shopping center compreende uma relativa organização da competição empresarial. (...) Há todo um planejamento de distribuição do espaço (*tenant mix*), de sorte a oferecer aos consumidores uma variada gama de produtos, marcas, além de atrativos na área de lazer e restauração. Ao dar em locação uma loja do seu shopping center, o empresário não pode perder de vista o complexo em sua inteireza, devendo atentar à necessária combinação da diversidade de ofertas, fator inerente ao sucesso do empreendimento.³⁴

Desta maneira, a fim de preservar a organização estratégica do *Shopping*, é comum que os contratos de locação de imóveis situados nestes estabelecimentos, contemplem cláusula que veda a alteração do ramo comercial, sem expressa autorização prévia do locador-empREENDEDOR.

Desde que haja previsão contratual, não encontra-se qualquer óbice a aplicação da cláusula de imutabilidade do ramo de atividade dos lojistas, já que esta visa exclusivamente a manutenção da organização e qualidade do ramo negocial do comerciante, evitando que os demais lojistas e conseqüentemente o empreendimento, sejam prejudicados.

O não cumprimento da cláusula que proíbe a alteração do ramo comercial pelo lojista poderá acarretar ação de despejo por infração contratual, além da cobrança da multa, pelo empreendedor.

O empreendedor por sua vez, visando melhorar o desempenho do *Shopping* ou em situações justificadas, poderá alterar o *mix* do shopping e para isso solicitará

³³CRISTOFARO, Pedro Paulo Salles. **As cláusulas de raio em shopping centers e a proteção à livre concorrência**. Revista de Direito Renovar. vol. 36, set./dez, 2006, p. 52.

³⁴COELHO, Fábio Ulhôa. **Revista do Advogado**, p. 57.

a retomada de alguns espaços locados, devendo indenizar o lojista pelas despesas de instalações em locais diversos e pela diminuição do seu fundo de comércio.

3.6 Aprovação do Projeto da Loja

Visando garantir a harmonia do empreendimento, no que se refere ao padrão de lojas que serão oferecidas ao consumidor, não raras são as cláusulas na qual o lojista se obriga a apresentar o projeto da loja que pretende instalar, - normalmente previstas na Escritura Declaratória de Normas -, devendo o projeto ser submetido à aprovação do empreendedor.

Em que pese tratar-se de uma limitação da vontade do lojista em relação ao empreendedor, não há qualquer ilegalidade ou abusividade na referida cláusula, uma vez não encontrar nenhuma vedação na lei.

Guilherme Calmon Nogueira da Gama justifica a submissão do projeto à aprovação do empreendedor, sob o fundamento:

A cláusula se baseia na homogeneidade do empreendimento, na harmonia do conjunto, diante da necessidade de se conciliarem os interesses particulares de cada um dos lojistas com o interesse geral e coletivo de todos e do próprio empreendedor, visando proporcionar maior atratividade ao consumo, num ambiente dotado de beleza e harmonia arquitetônicas, com bastante afinidade e sofisticação, exatamente visando diferenciar tais lojas de shopping center do modelo tradicional e comum das lojas situadas em construções independentes e autônomas.³⁵

3.7 Cessão do Contrato à Terceiros

É defeso ao lojista ceder, sublocar ou emprestar seu espaço comercial, sem a prévia e expressa concordância do empreendedor sob pena de infração contratual. Tal proibição poderá estar prevista no instrumento de locação ou ainda, na Escritura Declaratória de Normas Gerais e Complementares.

³⁵GAMA, Guilherme Calmon Nogueira da, Contrato de Shopping Center, disponível em http://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista18/revista18_187.pdf. Acesso em 20 de agosto de 2014.

Tais restrições encontram-se respaldadas no art. 13 da Lei n. 8.245/91, a saber:

Art. 13. A cessão da locação, a sublocação e o empréstimo do imóvel total ou parcialmente, dependem do consentimento prévio e escrito do locador.

§1º Não se presume o consentimento pela simples demora do locador em manifestar formalmente a sua oposição.

§2º Desde que notificado por escrito pelo locatário, de ocorrência de uma das hipóteses deste artigo, o locador terá o prazo de 30 (trinta) dias para manifestar formalmente a sua oposição.

O intento desta limitação, tal qual ocorre na cláusula de imutabilidade do ramo comercial, é a manutenção do *tenant mix* do empreendimento, bem como manter o padrão de consumidores inicialmente proposto, além de evitar que integre o *Shopping Center* pessoa ou empresa sem idoneidade ou insolvente que não arque com as obrigações que lhe são devidas.

Quanto a validade da cláusula, nas palavras de João Augusto Basílio:

Em suma, são válidas as cláusulas contratuais que vedam a cessão de contrato, a cessão da maioria das cotas ou ações do estabelecimento comercial do lojista e, ainda, a alteração da atividade sem o consentimento do empreendedor, tudo em razão da preservação da estrutura organizacional desenvolvida pelo empreendedor, prevalecendo nesse caso o interesse maior da comunidade sobre o interesse individual do lojista.³⁶

Mister salientar ainda que pode-se considerar como cessão da locação a alteração de mais da metade do capital social da empresa locatária, sendo que esta também deverá ser comunicada ao locador.

Nesse sentido, aduz Rubens Requião:

Através da alteração do quadro de controle do capital da sociedade é fácil obter a substituição das pessoas representativas das pessoas jurídicas. Proibindo essa mudança ou alteração, impede-se por via travessa, a substituição efetiva do locatário.³⁷

³⁶ BASÍLIO, João Augusto. **Shopping Centers**. Rio de Janeiro: Renovar, 2005, p. 127.

³⁷ REQUIÃO, Rubens, In ARRUDA, José Soares, LOBO, Carlos Augusto da Silveira (Coord.), **Shopping Centers: aspectos jurídicos**. São Paulo, Revistas dos Tribunais, 1984, p. 153.

Isto porque, não é incomum a alteração do quadro societário como forma de fraudar a disposição da cláusula proibitiva, conforme assevera Luiz Antonio Scavone Junior:

Sabendo disto, expediente muito comum utilizado por locatários que buscam burlar a proibição de cessão do contrato de locação sem a anuência do locador é a cessão das quotas ou do controle da sociedade locatária. (...)

Nesta eventualidade, com a previsão no contrato, caso não haja a anuência do locador, tratar-se-á de infração contratual pela locatária e permitirá o despejo.

Em outras palavras, a cessão das quotas será, em razão de previsão contratual, cessão da locação por equiparação. Com isso, por se tratar propriamente de infração contratual (art. 9.º, II), ensejará ação de despejo que deve ser dirigida ao locatário original que, constituindo pessoa jurídica, será citada na pessoa de seus representantes legais atuais.³⁸

Ao empreendedor não cabe recusa da cessão, quando lojista tenha direito a renovação compulsória, e o terceiro interessado seja comprovadamente idôneo, apresentando inclusive documentação de sua atividade empresarial, que deverá ser a mesma da pretendida no *Shopping Center*.³⁹

Havendo anuência do empreendedor, prática costumeira é a cobrança de taxa de transferência pela cessão do contrato a ser paga ao *Shopping Center*.

Importante ressaltar que esse tipo de taxa nem sempre representa fonte de lucro para os empreendedores, quando se prestar apenas a reembolsá-los dos custos com a seleção de um novo lojista, referentes, entre outros aspectos, à procura de candidato adequado ao *tenant mix* do Shopping, ao estudo de sua experiência e aptidão empresarial e à verificação de sua idoneidade financeira e de seu fiador.

3.8 Cláusula de Raio

³⁸ SCAVONE JUNIOR, Luiz Antonio. **Equiparação da transferência do controle acionário do locatário à locação**. Disponível em <http://www.scavone.adv.br/index.php?Equiparacao-da-transferencia-do-controle-acionario-do-locatario-a-cessao-da-locacao>. Acesso em 22 de agosto de 2014.

³⁹ FILHO, Mario Cerveira, p. 84.

Cláusulas de raio são aquelas às quais os lojistas se obrigam a não exercer a mesma atividade em outro estabelecimento, dentro de uma distância pré-determinada em contrato ou na escritura declaratória de normas gerais e complementares.

A principal característica desta cláusula seria o amparo aos interesses do *Shopping Center* como um todo, principalmente no tocante a lucratividade e preservação do *tenant mix* e não, do empreendedor como fornecedor do imóvel.

Segundo ensina de Landislau Karpát, *A proibição evita que se afronte o tenant mix, que, se não respeitado, poderá inclusive comprometer o empreendimento como um todo.*⁴⁰

Do contrário, o lojista poderia desviar sua clientela para outro estabelecimento próximo do mesmo ramo, de sua propriedade, o que diminuiria seu faturamento da loja instalada no *Shopping Center*, comprometendo toda a estrutura e fluidez do empreendimento.

Todavia, existem entendimentos de que a inserção da cláusula de raio afronta a ordem econômica, no tocante a livre concorrência, mais precisamente o art. 20 da Lei n. 8.884/94:

Art. 20. 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:

- I. limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência ou a livre iniciativa;
- II. dominar mercado relevante de bens ou serviços;
- III. aumentar arbitrariamente os lucros;
- IV. exercer de forma abusiva posição dominante

Seus defensores utilizam como argumento a Súmula nº 646 editada pelo Superior Tribunal Federal (STF), a qual dispõe que *ofende o princípio da livre concorrência lei municipal que impede a instalação de estabelecimentos comerciais*

⁴⁰ KARPAT, Landislau. **Locação em geral e aluguéis em Shopping Center**. 2ª ed., Rio de Janeiro: Forense, 2000, p.152.

do mesmo ramo em determinada área, de maneira que se não pode haver a limitação por meio de lei municipal, tampouco poderia um contrato impor tais limitações.

Sob essa fundamentação, defende o ex Desembargador Antônio Pessoa Cardoso:

Ora, se a alegação de interesse público não foi capaz de autorizar a regulamentação legislativa com maior razão não se pode admitir tal capacidade a uma cláusula, constante de um contrato de adesão, celebrado sem a interferência do Poder Público.

"Cláusula de raio", mesmo que tenha sido em livre expressão da vontade das partes, sempre estará sujeita ao controle da estrita legalidade pelo Poder Judiciário, visto que o decurso do tempo e o natural desenvolvimento da área comercial bem poderão, ao final, resultar em desequilíbrio contratual.

Não deve e não pode prevalecer a imposição desta cláusula, sob pena de o Judiciário cancelar limitações à livre concorrência, permitindo a dominação do mercado por grupos poderosos, violando flagrantemente a ordem econômica.⁴¹

Gladson Mamede também entende pela invalidade da cláusula, mas fundamentado na Constituição Federal:

a vigente Constituição Federal não mais permite que sejam postos limites à capacidade dos cidadãos (individualmente ou organizados em pessoas jurídicas) de livre agir e de livre concorrer. Basta recordar que a livre iniciativa é fundamento da República, assim definido pelo artigo 1º, IV, da Constituição Federal. Reconhece o nosso legislador constituinte que é do interesse do Estado brasileiro, para benefício do País, que as pessoas tenham amplas possibilidades de ação econômica, elevando a possibilidade de concretizar empreendimentos os mais diversos, desde que legais, à condição de base do sistema jurídico e econômico no qual baseia-se a República.⁴²

Em que pese os entendimentos acima, os Tribunais têm se posicionado pela validade da cláusula, valendo-se do interesse coletivo dos lojistas:

FUNDADA EM INFRAÇÃO CONTRATUAL, RELATIVAMENTE À LOCAÇÃO DA LOJA Nº SUC-S06, PISO 2 ART. 9º, II, DA LEI N.

⁴¹ CARDOSO, Antônio Pessoa. **O Lojista e o Shopping**. Disponível em <<http://www.ibrajus.org.br/revista/artigo.asp?idArtigo=81>>. Acesso em 23 de agosto de 2014.

⁴² MAMEDE, Gladston. **Contrato de locação em shopping center: abusos e ilegalidades**. Belo Horizonte: Del Rey, 2000, p. 110.

8.245/91 INSTALAÇÃO DE NOVO ESTABELECIMENTO COMERCIAL DE REDE DE LOJAS EM INFRAÇÃO À CLÁUSULA DE RAIOS PACTUADA ENTRE O CENTRO COMERCIAL E OS LOJISTAS NELE INSTALADOS DISPOSIÇÃO CONTRATUAL LIVREMENTE CONVENCIONADA ENTRE AS PARTES E AINDA EM VIGOR, MESMO APÓS SUCESSIVAS PRORROGAÇÕES DOS CONTRATOS DE LOCAÇÕES INOCORRÊNCIA DE REVOGAÇÃO EXPRESSA OU TÁCITA POR INSTRUMENTOS CONTRATUAIS POSTERIORES VALIDADE DA CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDADE TERRITORIAL AMPLAMENTE RECONHECIDA NA DOUTRINA E JURISPRUDÊNCIA FINALIDADE DE PROTEÇÃO DA CLIENTELA DO CENTRO COMERCIAL, NO INTERESSE DOS PRÓPRIOS LOJISTAS NELE INSTALADOS RESTRIÇÃO CONTRATUAL BEM DELIMITADA NO ESPAÇO, QUE NÃO OFENDE OS PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS DA ORDEM ECONÔMICA PRESERVAÇÃO DA LIBERDADE DE INICIATIVA E DE CONCORRÊNCIA, NÃO AFETADAS POR PONTUAL LIMITAÇÃO GEOGRÁFICA PRECEDENTES DESTA CORTE CARACTERIZAÇÃO DE NÍTIDA INFRAÇÃO CONTRATUAL QUE NÃO PODE SUBSISTIR AÇÃO PROCEDENTE PRAZO PARA QUE A RÉ ENCERRE AS ATIVIDADES DA LOJA INSTALADA IRREGULARMENTE disposições de não-concorrência nos “Shopping Centers” visam resguardar os interesses de tais centros comerciais que, na complexa e peculiar atividade desenvolvida, procuram organizar seu espaço físico de maneira estratégica, formando o seu “tenant mix” com vistas a atrair o público-alvo por eles definido. Daí a seleção dos produtos almejados por essa gama de clientes e das lojas freqüentadas por tais consumidores. [...] Por essa razão, é legítimo concluir que o shopping center, em si mesmo, apesar de destituído de personalidade jurídica, é objeto de proteção do direito concorrencial, tanto em relação a terceiros, como também nas relações entre os próprios comerciantes com estabelecimentos nele localizados. (TJSP, Apelação n. 9219951-28.2009.8.26.0000, 30ª Câmara de Direito Privado, Rel. Des. Edgard Rosa, j. 21.09.2011).

Por fim, merece destaque as palavras de Pedro Cristofaro, no que se refere a validade da cláusula:

Inicialmente, é necessário que se defina o tipo de atividade empresarial sobre a qual incide a regra de não concorrência com o shopping center. Na medida em que a cláusula de raios tem função essencial de manter a posição relativa do lojista no tenant mix, considerando sua força atrativa, não há porque estendê-la além das atividades exercidas pelo lojista naquele shopping. No que diz respeito ao prazo de vigência, entendemos que, em situações normais [admite-se] [...] que a restrição vigore durante todo o curso da relação locatícia. Por fim, o raios propriamente dito em que a concorrência estaria proibida deverá ser limitado ao estritamente necessário para que o poder de atração da loja localizada no interior do shopping não seja aviltado. A distância cabível, naturalmente, dependerá de diversos fatores, que fazem parte dos próprios estudos

de viabilidade para a composição do tenant mix.⁴³

3.9 As Lojas Âncoras

São as lojas de grande porte muito conhecidas pelo público, sendo geralmente as grandes magazines ou lojas de departamentos que vendem diversos tipos de produtos, tais como: cama, mesa, banho, moda feminina, masculina e infantil, e algumas delas ampliam ainda mais o seu leque de mercadorias vendendo eletroeletrônicos, eletrodomésticos, móveis, entre outros.

As lojas âncoras costumam atrair grande parte dos consumidores aos *Shopping Centers*, e em geral, ficam dispostas em lugares estratégicos onde há a grande circulação de pessoas e por essa razão possuem alguns benefícios em relação às demais lojas: pagam um aluguel percentual menor em relação as lojas satélites e magnéticas, são isentadas do pagamento da *Res Sperata* e em alguns casos, até da contribuição do fundo de promoção.

⁴³ CRISTOFARO, Pedro Paulo Salles. Op. Cit, p. 70.

4. ASPECTOS PROCESSUAIS DA LOCAÇÃO EM *SHOPPING CENTER*

4.1 Ação Renovatória

Trata-se a ação renovatória de um instrumento processual conferido ao locatário a fim de efetivar a renovação do contrato de locação de imóvel não residencial, ainda que contrariando a vontade do locador, desde que preenchidos os requisitos, conforme prevê o art. 51 da Lei de locação:

Art. 51. Nas locações de imóveis destinados ao comércio, o locatário terá direito a renovação do contrato, por igual prazo, desde que, cumulativamente:

I - o contrato a renovar tenha sido celebrado por escrito e com prazo determinado;

II - o prazo mínimo do contrato a renovar ou a soma dos prazos ininterruptos dos contratos escritos seja de cinco anos;

III - o locatário esteja explorando seu comércio, no mesmo ramo, pelo prazo mínimo e ininterrupto de três anos.

§ 1º O direito assegurado neste artigo poderá ser exercido pelos cessionários ou sucessores da locação; no caso de sublocação total do imóvel, o direito a renovação somente poderá ser exercido pelo sublocatário.

§ 2º Quando o contrato autorizar que o locatário utilize o imóvel para as atividades de sociedade de que faça parte e que a esta passe a pertencer o fundo de comércio, o direito a renovação poderá ser exercido pelo locatário ou pela sociedade.

§ 3º Dissolvida a sociedade comercial por morte de um dos sócios, o sócio sobrevivente fica sub - rogado no direito a renovação, desde que continue no mesmo ramo.

§ 4º O direito a renovação do contrato estende - se às locações celebradas por indústrias e sociedades civis com fim lucrativo, regularmente constituídas, desde que ocorrentes os pressupostos previstos neste artigo.

§ 5º Do direito a renovação decai aquele que não propuser a ação no interregno de um ano, no máximo, até seis meses, no mínimo, anteriores à data da finalização do prazo do contrato em vigor.

Busca-se com a ação renovatória, a proteção ao fundo de comércio do lojista locatário, de maneira que ele possa permanecer no imóvel exercendo suas atividades empresariais.

O fundo de comércio (ou estabelecimento comercial) é definido por Rubens Requião, nos seguintes termos:

O fundo de comércio ou estabelecimento comercial é o instrumento da atividade do empresário. Com ele o empresário comercial aparelha-se para exercer sua atividade. Forma o fundo de comércio a base física da empresa, constituindo um instrumento da atividade empresarial. (...) Compõe-se o estabelecimento de elementos corpóreos e incorpóreos, que o empresário comercial une para o exercício de sua atividade.⁴⁴

O preenchimento de alguns requisitos se faz necessário para que o locatário tenha o direito da renovatória, sendo os mesmos requisitos exigidos nas locações comuns, quais sejam, que o contrato inicial tenha sido firmado de forma escrita e com prazo de vigência determinado de no mínimo 5 anos ou que esse tempo seja da soma de todos os contratos realizados sem que houvesse interrupção, além da exploração do mesmo ramo de atividade há pelo menos 3 anos.

Havendo interrupção do prazo acima mencionado, os Tribunais têm entendido pela improcedência da ação:

AÇÃO RENOVATÓRIA PRAZO DE VIGÊNCIA INFERIOR AOS CINCO ANOS EXIGIDOS PELO INCISO II DO ART. 51 DA LEI DE LOCAÇÕES - SOMA DE PERÍODOS DE VIGÊNCIA CONTRATADA APÓS LOCAÇÃO TER VIGORADO POR PRAZO INDETERMINADO POR MAIS DE 5 ANOS IMPOSSIBILIDADE DEMANDA IMPROCEDENTE - DESPEJO POR DENÚNCIA VAZIA AUSÊNCIA DE NOTIFICAÇÃO PRÉVIA IRRELEVÂNCIA RESCISÃO DO CONTRATO EM RAZÃO DA IMPROCEDÊNCIA DA AÇÃO RENOVATÓRIA Havendo significativa interrupção na sequência dos contratos escritos em face de prorrogação da locação por tempo indeterminado, mostra-se inadmissível a soma de prazos contratados para se alcançar o mínimo de cinco anos exigidos para a renovação compulsória da locação (art. 51, II da Lei de Locações). (TJSP. Apelação n. 0164015-02.2008.8.26.0100, 30 Camara de Direito Privado, Des. Rel. Andrade Neto, j. 19.03.2014)

A ação renovatória deverá ser proposta dentro do prazo máximo de um ano e no mínimo, seis meses anteriores ao término do contrato, sendo cumprido também, todos os requisitos processuais elencados no artigo 282 do Código Civil.

⁴⁴ REQUIÃO, Rubens. **Curso de direito comercial**, vol. 1. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 290.

Poderá propor a ação renovatória o sucessor do locatário ou ainda o cessionário locatário, desde que cumpra todos os requisitos acima expostos, da mesma forma que o locatário.

Também terá legitimidade para propositura da ação, o sublocatário. Quando, se tratar de sublocação total, a legitimidade será exclusiva do sublocatário, que poderá inclusive, ingressar com ação em face do sublocador. Em caso de sublocação parcial, o locatário terá legitimidade concorrente ao sublocatário.

Nesse diapasão, Maria Helena Diniz, dispõe:

O sublocatário, se se tratar de sublocação total do imóvel para fins mercantis ou industriais, por ser o titular do fundo de comércio, desde que reúna todos os requisitos legais. Se a relação locativa não for simples, mas múltipla, apenas o sublocatário terá o direito à renovação, movendo ação contra o locador, hipótese em que se deverá citar o sublocador. Será, portanto, carecedor da ação o locatário que sublocar todo o imóvel para exercício de atividade empresarial, não tendo, por isso, fundo de comércio a proteger, pois a lei não tem por escopo a proteção da atividade especulativa do locatário como sublocador. O titular da renovatória só poderá ser o sublocatário que efetivamente explora o comércio ou indústria.⁴⁵

Deve-se ressaltar que a sublocação deve ser consentida pelo empreendedor locador e ainda, o sublocatário deverá exercer o mesmo ramo de atividade que o sublocador.

Poderá o locador pleitear a retomada quando não estiverem presentes os requisitos legais para a renovação compulsória. É o que ocorre quando o locatário estiver inadimplente, ou quando propuser a ação renovatória fora do prazo legal ou se não estiver exercendo o mesmo ramo de comércio há pelo menos três anos, entre outras situações.

O locador pode opor-se à renovação quando, por determinação do poder público, tiver que realizar no imóvel, obras que importarem na sua radical transformação; ou para fazer modificações de tal natureza que aumentem o valor do

⁴⁵ DINIZ, Maria Helena, **Lei de locações de imóveis urbanos comerciais: lei n. 8.245/91**, p 268.

negócio, principalmente quando o empreendedor pretende ampliar o shopping ou alterar sua estrutura física para remodelar o *tenant mix*.

No tocante a recusa da renovação do contrato sob o argumento de uso próprio do imóvel pelo empreendedor, sabe-se não ser possível já que a sua proibição consta expressamente no artigo 52 da Lei nº 8.245/91.

Por fim, salienta-se que não será válida cláusula que renunciar o direito à ação renovatória, conforme explica Gladson Mamede:

O direito à renovação compulsória do contrato, nesses casos, é norma de ordem pública, não passível de renúncia antecipada; não tem qualquer validade jurídica, portanto, a cláusula contratual por meio da qual o locatário renuncie à renovação; poderá, quando muito, deixar de exercer o direito, não renunciar a ele.⁴⁶

4.2 Ação Revisional

Em função das oscilações naturais dos preços, é comum que o aluguel contratado entre locador e locatário, com o passar dos anos, se distancie da média de mercado, seja pela valorização ou depreciação, tanto do imóvel quanto do *Shopping Center*.

Assim, para corrigir eventuais distorções e adequar o valor do aluguel, a lei concede tanto ao locador como ao locatário o direito de exigir judicialmente a adequação do aluguel ao patamar de mercado por meio da ação revisional, conforme disposição do art. 19 da Lei nº 8.245/91:

Art. 19. Não havendo acordo, o locador ou locatário, após tres anos de vigência do contrato ou acordo anteriormente realizado, poderão pedir revisão judicial, a fim de ajustá-la ao preço de mercado.

O texto legal acima citado, traz expresso o requisito essencial da ação em comento, qual seja, a inalterabilidade do valor de locação, pelo prazo de 3 anos.

⁴⁶ MAMEDE, p. 253.

Na hipótese de ter havido repactuação do valor da locação, tanto no aumento quanto da diminuição deste, o prazo de 3 anos passará a contar a partir dessa alteração e não da vigência inicial do contrato.

No que concerne à possibilidade de propositura de ação revisional e a inalterabilidade do valor da locação, destaca-se as decisões a seguir:

LOCAÇÃO DE IMÓVEIS AÇÃO REVISIONAL DE ALUGUERES SHOPPING CENTER – IMPOSSIBILIDADE JURÍDICA DO PEDIDO CARÊNCIA DA AÇÃO NÃO OCORRÊNCIA. Em princípio, perfeitamente possível o ajuizamento de ação revisional para equacionar os interesses das partes no contrato de locação, no momento de manifesto desequilíbrio contratual do valor locativo, quer pela valorização no mercado imobiliário, quer pela depreciação do valor do aluguel. (TJSP - AI: 20074596820138260000 Rel. Des. Clóvis Castelo, 35ª Câmara de Direito Privado, j.26.08.2013)

TUTELA ANTECIPADA ALUGUEL PROVISÓRIO - REVISIONAL LOCAÇÃO DE ESPAÇO COMERCIAL (SHOPPING CENTER) INOBSERVÂNCIA DO PRAZO TRIENAL DO ART. 19 DA LEI 8.245/91 - REVISIONAL FUNDADA NÃO EM DEFASAGEM DO PREÇO LOCATIVO JUNTO AO MERCADO E SIM EM SUPOSTO DESCUMPRIMENTO DE OBRIGAÇÃO CONTRATUAL PELO LOCADOR (SHOPPING) POSSIBILIDADE RECURSO DESPROVIDO. (...) A teor do art. 19 da Lei 8.245/91, somente após três anos de vigência do contrato ou do acordo anteriormente realizado, podem o locador e o locatário pedir revisão judicial do aluguel, “a fim de ajustá-lo ao preço de mercado”. A hipótese retratada no referido dispositivo é de carência da ação, por impossibilidade jurídica (vedação legal) do pedido de revisão antes do decurso do prazo trienal, período mínimo de estabilidade do contrato fixado pelo legislador, em que não poderiam os contratantes modificar o valor da renda, ainda que este esteja abaixo ou acima do valor praticado pelo mercado. (TJSP. AI: 20239566020138260000, 35ª Câmara de Direito Privado, Rel. Des. Clóvis Castelo, j. 11.11.2013)

Tratando-se de um contrato atípico de locação aqueles que têm como objeto imóvel situado em *Shopping Center*, há quem entenda pela possibilidade do lojista requerer a revisão do valor locativo, quando forem realizadas alterações no empreendimento que resultem em uma desproporção entre o aluguel cobrado e o lucro aferido, sendo esse o entendimento de Maria Helena Diniz ao citar Cervereira:

O lojista pode argumentar que o valor locativo está muito além daquele praticado no empreendimento, sendo inevitável a sua

redução, por influência de fatores externos, que o estão depreciando e diminuindo a sua potencialidade. Poderá justificar de várias formas, tais como: construções vizinhas, grande número de lojas fechadas, interdição de vias de acesso, ausência de lojas âncoras, má distribuição do *mix*, entre outros fatores determinantes.⁴⁷

Todavia, não tem sido esse o entendimento dos Tribunais, conforme verifica-se do julgado abaixo:

TUTELA ANTECIPADA ALUGUEL PROVISÓRIO - REVISIONAL LOCAÇÃO DE ESPAÇO COMERCIAL (SHOPPING CENTER) INOBSERVÂNCIA DO PRAZO TRIENAL DO ART. 19 DA LEI 8.245/91 - REVISIONAL FUNDADA NÃO EM DEFASAGEM DO PREÇO LOCATIVO JUNTO AO MERCADO E SIM EM SUPOSTO DESCUMPRIMENTO DE OBRIGAÇÃO CONTRATUAL PELO LOCADOR (SHOPPING) POSSIBILIDADE RECURSO DESPROVIDO. (...) (...) Contudo, no caso “sub judice”, verifica-se que o pedido revisional formulado não objetiva ajustar o aluguel ao preço do mercado imobiliário locatício, ou seja, não tem por fundamento eventual defasagem do preço do aluguel junto ao mercado (fator externo às partes contratantes) e sim em razão de alegada onerosidade excessiva imputável a suposto descumprimento do contrato pelo locador (...) E, como cediço, o preenchimento do pressuposto de onerosidade excessiva ou eventual alteração radical das condições do contrato configura, no caso, mérito a exigir dilação probatória, não justificando, portanto, em princípio, pronta rejeição do pleito revisional, como pleiteado pelo requerido. (TJSP. AI: 20239566020138260000, 35ª Câmara de Direito Privado, Rel. Des. Clóvis Castelo, j. 11.11.2013) (grifo nosso)

Uma vez preenchidos os requisitos da ação, o magistrado poderá fixar valor provisório de aluguel, ex vi do art. 68 da Lei n. 8245/91:

Art. 68. Na ação revisional de aluguel, que terá o rito sumário, observar-se-á o seguinte:

I - além dos requisitos exigidos pelos arts. 276 e 282 do Código de Processo Civil, a petição inicial deverá indicar o valor do aluguel cuja fixação é pretendida;

II – ao designar a audiência de conciliação, o juiz, se houver pedido e com base nos elementos fornecidos tanto pelo locador como pelo locatário, ou nos que indicar, fixará aluguel provisório, que será devido desde a citação, nos seguintes moldes:

- a) em ação proposta pelo locador, o aluguel provisório não poderá ser excedente a 80% (oitenta por cento) do pedido;
- b) em ação proposta pelo locatário, o aluguel provisório não poderá ser inferior a 80% (oitenta por cento) do aluguel vigente;

⁴⁷ DINIZ, Maria Helena, op. Cit, p. 282, *apud* FILHO, Mario Cerveira. **Shopping Center: direitos dos lojistas**. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2003, p. 74.

No que se refere ao arbitramento do aluguel provisório, assevera Maria Helena Diniz:

O juiz, ao designar audiência de conciliação, baseado nos elementos fornecidos pelo locador ou locatário na inicial, fixará, *inaudita altera parte*, o aluguel provisório pleiteado, que não poderá exceder a oitenta por cento do pedido feito pelo locador e será devido pelo réu desde o instante de sua citação até o trânsito em julgado da sentença. Se a ação for proposta pelo locatário, o aluguel provisório não poderá ser inferior a 80% do aluguel vigente.⁴⁸

E ainda, *mister* trazer à baila os seguintes julgados, os quais igualmente dispõem sobre o aluguel provisório:

AGRAVO DE INSTRUMENTO - AÇÃO RENOVATÓRIA DE ALUGUEL - ARBITRAMENTO DO VALOR DO ALUGUEL PROVISÓRIO - LEI 8.245/91 - PRINCÍPIO DA RAZOABILIDADE.

Tendo o valor do aluguel provisório sido arbitrado com base no princípio da razoabilidade e na legislação que regulamenta a matéria, que determina que a fixação não excedente a oitenta por cento do pedido, não há que se falar em alteração do valor fixado em primeira instância. (TJMG, AI n. 100240745304860011, Rel. Des. Marco Aurelio Ferenzini, 14ª Câmara Cível, j. 27.03.2014)

AGRAVO DE INSTRUMENTO. CONVERSÃO EM AGRAVO RETIDO. FIXAÇÃO DE ALUGUEL PROVISÓRIO.

Deve ser interposto agravo retido quando, cumulativamente, não houver urgência, não for o caso de agravo de instrumento por determinação legal e o agravo retido for compatível com a situação em concreto, o que não ocorre no presente caso, pois a fixação de aluguel provisório deve ser decidida antes da sentença. Conforme determina o artigo 72, § 4º da Lei 8.245/91, na ação renovatória de aluguel o locador possui a faculdade de requerer a fixação de aluguel provisório, que deverá ser arbitrado em até 80% do valor proposto, desde que o locador apresente elementos hábeis à comprovação de suas alegações."(TJMG, AI n 1.0024.11.309052-6/001, Rel. Des.(a) Estevão Lucchesi, 14ª CÂMARA CÍVEL, j. em 07/03/2013)

AÇÃO REVISIONAL DE ALUGUEL. LOJA EM SHOPPING CENTER. ALUGUEL PROVISÓRIO. REVISÃO. INSTRUÇÃO NECESSÁRIA.

Na ação revisional de aluguel, a modificação do valor provisório fixado liminarmente pelo juiz demanda instrução processual, se os elementos apresentados com a peça de resistência forem insuficientes para infirmar, por si só, o laudo anexado à inicial. (...) A Lei do Inquilinato estabelece a fixação do

⁴⁸ Diniz, Maria Helena, op. Cit, p. 342.

aluguel provisório com base nos elementos trazidos pelo autor, sem proceder antecipadamente à oitiva do réu, que poderá, depois, caso discorde, pedir sua alteração, apresentando seus próprios elementos para embasar o valor que venha a sugerir.(...) (TJMG, Apelação n. 100240745304860011, 11ª Câmara Cível, Rel. Des. Duarte de Paula, j. 04.09.2007)

Importante ressaltar ainda, as palavras de Cerveira Filho, trazidas por Maria Helena Diniz:

Caso a ação revisional seja proposta pelo empreendedor, o juiz poderá fixar o aluguel provisório, que nunca será excedente a 80% do requerido em sua contestação, exigível desde a citação, conforme determina o inciso II do artigo 68 da Lei do Inquilinato (...) Se não houver acordo, nomeará perito judicial para elaborar laudo sobre o valor locativo, com base no qual arbitrará novo aluguel que retroagirá a partir da citação.⁴⁹

Complementa sobre as diferenças existentes entre o aluguel provisório e o valor arbitrado na sentença, com base nas provas apresentados pelas partes e laudo técnico apresentado pelo perito judicial:

As diferenças entre o aluguel pago e o aluguel fixado serão executadas nos próprios autos da ação revisional. Quando a ação for proposta pelo empreendedor, e o lojista não pagar essas diferenças, poderá sofrer ação de despejo por falta de pagamento.⁵⁰

E finalizando tratando sobre os casos nos quais a ação revisional não serão aceitas:

Obsta a ação revisional, nos seguintes casos em locação não residencial: a) quando já existe demanda requerendo a retomada do imóvel; b) tenha sido estipulado, amigavelmente ou judicialmente, prazo para desocupação; c) em sentença que tenha decretado o despejo.

Todavia, será possível a propositura de ação revisional enquanto tramitar ação de despejo por falta de pagamento.

Havendo a demanda de ação revisional pelo lojista locatário, objetivando a redução do aluguel, o mesmo deverá estar ciente de que existe a possibilidade de,

⁴⁹ Op. Cit, p.282.

⁵⁰ Op. Cit, p.283.

ao fim do processo, o aluguel até mesmo aumentar – assim como em tese é possível que, nas ações revisionais ajuizadas pelo locador, o aluguel acabe sendo reduzido. Isso pode ocorrer tendo em vista sua natureza dúplice, ou seja, é dado ao réu formular pedido contraposto ao do autor, como se ele próprio, réu, tivesse ajuizado a ação.

4.3 Responsabilidade Civil

Não há previsão no ordenamento jurídico quanto as hipóteses de responsabilidade civil referente aos *Shopping Centers*, e nem de seus componentes, devendo portanto, ser tratada de maneira genérica, analisando as peculiaridades de cada caso.

A responsabilidade civil está diretamente ligada com o dever de reparação na hipótese de dano à outrem, conforme previsão dos arts. 159 e 927 do Código Civil:

Art. 159. Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência, ou imprudência, violar direito, ou causar prejuízo a outrem, fica obrigado a reparar o dano.

Art. 927. Aquele que, por ato ilícito, causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo.

Haja vista que os frequentadores dos Shoppings serem equiparados à consumidores, ainda que não haja uma relação de consumo efetiva, deve-se aplicar também, o art. 14 do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

§ 1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

I - o modo de seu fornecimento;

II - o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam

III - a época em que foi fornecido.

§ 2º O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas.

§ 3º O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

- I - que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;
- II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Assim, quaisquer danos ocorridos nas áreas comuns do empreendimento, presumir-se-á responsabilidade do empreendedor, por ser o responsável pelo bom funcionamento do Shopping, sendo este o posicionamento dominante dos Tribunais:

RESPONSABILIDADE CIVIL Queda de criança em escada rolante de Shopping, em razão de parada abrupta, que teve os dedos da mão direita presos no vão entre o degrau e o rodapé da escada. Cobrança dos valores despendidos - Relação de consumo, por aplicação do disposto no art. 17 da Lei n. 8.078/90 Responsabilidade objetiva da prestadora de serviços (art. 14 do CDC) - Inversão do ônus da prova Hipossuficiência da autora menor e verossimilhança das alegações - A eventual culpa concorrente de terceiro, que estaria com a criança, não excluiu a responsabilidade da fornecedora, como deflui do inciso I do § 3º do art. 14 do CPC, mas só a culpa exclusiva, não demonstrada. (TJSP, Apelação n. 9134726-74.2008.8.26.0000, 1ª Câmara de Direito Privado, Rel. Des. Alcides Leopoldo e Silva Junior, j. 29.07.2014)

RESPONSABILIDADE CIVIL EXTRACONTRATUAL. SHOPPING CENTER. DESABAMENTO DE TETO. VÍTIMA EQUIPARADA A CONSUMIDOR. CONDIÇÕES CLIMÁTICAS. FORÇA MAIOR NÃO CARACTERIZADA. PREVISIBILIDADE DO EVENTO CLIMÁTICO. OBRAS DETERMINANTES PARA O OCORRIDO. DANO E NEXO CAUSAL CARACTERIZADOS. SENTENÇA DE IMPROCEDÊNCIA REFORMADA. Indenização por danos morais decorrentes de desabamento de teto no *Shopping SP Market*. Insurgência da autora. *Responsabilidade civil*. Ocorrência, no caso, de *responsabilidade* objetiva, que prescinde da existência de culpa. Relação de consumo, por equiparação. Art. 17 do CDC. Ilícitude, dano e nexo de causalidade evidentes. Força maior é causa excludente de *responsabilidade*, conforme jurisprudência. Todavia, condição climática é mera causa concorrente. Obras de ampliação foram determinantes para a ocorrência do desabamento. Conclusão pericial nesse sentido. Indenizatória procedente. Quantum fixado, no valor de R\$ 5.000,00. Suficiência e razoabilidade, considerando-se as lesões leves e a provisoriedade do temor sofrido pela autora. Recurso provido.

Entretanto, fatos ocorridos no interior das lojas, será presumida a responsabilidade do lojista, já que este deve zelar pelo imóvel locado, cuidando de sua manutenção e proporcionando aos seus clientes, um ambiente seguro.

Outra questão que merece destaque refere-se ao estacionamento nos *Shopping Centers*. O oferecimento de estacionamento visa proporcionar maior conforto, comodidade e segurança àqueles frequentadores que buscam otimizar seu tempo ao aliar opções de compra, lazer e alimentação em um mesmo local. Trata-se, portanto de uma vantagem ao cliente, não sendo seu principal objetivo a guarda de veículos, ainda que seja uma fonte de renda para os empreendedores.

Com efeito, a partir do momento em que a pessoa que se dirige ao *Shopping Center* e recebe um tíquete ou cartão de estacionamento reputa-se caracterizada a celebração de um negócio jurídico entre as partes, independente do estacionamento ser ou não cobrado.

Ou seja, a simples disponibilização da área, considerando que ela representa uma vantagem (juridicamente relevante) por parte de quem explora o espaço – e não um mero favor – já enseja a responsabilização deste pelos riscos inerentes ao negócio.

Grande polêmica já incidiu quanto à responsabilidade em caso de furto de veículos nos estacionamentos de shopping centers, até que a Súmula 130 do STJ pacificou em parte a discussão, com seu teor: *“A empresa responde, perante o cliente, pela reparação do dano ou furto de veículo em seu estabelecimento.”*

Nesse sentido, destaca-se alguns julgados:

Responsabilidade Civil. Roubo em estacionamento de Shopping Center. Pedido de indenização. Sentença de procedência. Inconformismo do réu. Sentença mantida por seus próprios fundamentos (art. 252 RITJSP). Legítima expectativa de segurança no estabelecimento, que oferece estacionamento justamente pelo conforto e segurança que dele se espera, com isso atraindo a clientela. Contexto fático-probatório, considerando a inversão do ônus da prova consumerista, dá razão ao pleito autoral. Danos morais presumidos pela quebra na expectativa de segurança. Recurso desprovido. (TJSP. Apelação n. 9181339-21.2009.8.26.0000, 9ª Câmara de Direito Privado, Rel. Des. Piva Rodrigues, l. 12.08.2014).

AÇÃO DE INDENIZAÇÃO DEPÓSITO DE VEÍCULO EM ESTACIONAMENTO DE SHOPPING CENTER FURTO DE OBJETOS PESSOAIS DO INTERIOR DO VEÍCULO - FATO INCONTROVERSO - PRETENSÃO DE RESSARCIMENTO - CABIMENTO RESPONSABILIDADE DA PROPRIETÁRIA DO EMPREENDIMENTO PELA REPARAÇÃO DOS DANOS RECONHECIMENTO - DANO MORAL NÃO CARACTERIZADO
AÇÃO PRINCIPAL PARCIALMENTE PROCEDENTE DENUNCIAÇÃO DA LIDE DENUNCIADA QUE RECONHECE A OBRIGAÇÃO QUE LHE É ATRIBUÍDA PELA DENUNCIANTE LIDE SECUNDÁRIA PROCEDENTE SENTENÇA MODIFICADA INEXISTÊNCIA DE IRREGULARIDADE DA REPRESENTAÇÃO PROCESSUAL DE UMA DAS RÉS REVELIA NÃO OCORRÊNCIA APELAÇÃO PARCIALMENTE PROVIDA E AGRAVO RETIDO DESPROVIDO. (TJSP. Apelação n. 016448-62.2011.8.26.0196, 30ª Câmara de Direito Privado, Rel. Des. Andrade Neto. j. 20.08.2014)

CIVIL. REPARAÇÃO DE DANOS. ESTACIONAMENTO DE SHOPPING. A EMPRESA RESPONDE, PERANTE O CLIENTE, PELA REPARAÇÃO DE DANO OU FURTO DE VEICULO OCORRIDOS EM SEU ESTACIONAMENTO, NOS TERMOS DA SUM. 130/STJ. RECURSO NÃO CONHECIDO. (REsp 120.000/SP, Rel. Min. Costa Leite, Terceira Turma, j. 17.06.1997, DJ 04.08.1997, p. 34757)

CIVIL. RESPONSABILIDADE. FURTO DE VEICULO. ESTACIONAMENTO DE SHOPPING CENTER. A GRATUIDADE DE ESTACIONAMENTO NÃO ARREDA A OBRIGAÇÃO DE INDENIZAR, POIS, ANTE O INTERESSE DA EMPRESA EM DISPOR DA FACILIDADE PARA ATRAIR CLIENTELA, PATENTEIA-SE O DEVER DE GUARDA E VIGILANCIA. PRECEDENTES. RECURSO CONHECIDO E PROVIDO. (REsp 45.455/SP, Rel. Min. Costa Leite, Terceira Turma, j. 19.04.1994, DJ 09.05.1994, p. 10871)

Desta feita, não há dúvidas que responderá o empreendimento do Shopping Center pelos danos causados aos seus clientes e aos automóveis deixados no estacionamento.

CONCLUSÃO

Ante o estudo demonstrado no presente trabalho, tem-se que os *Shopping Centers* nada mais são do que a reunião de diversos estabelecimentos comerciais em um mesmo local com o objetivo de prestar comodidade, economia de tempo e segurança aos seus clientes, ao oferecer opções de compras, lazer e alimentação.

A constituição do Shopping se dá pelo estudo mercadológico, no qual serão analisada a viabilidade do empreendimento, sendo que esse estudo e planejamento recebe o nome de *tenant mix*. O lojista que se interessar pela locação de um espaço nesse *shopping* deverá pagar a *Res Sperata*, ou seja, uma contribuição para subsidiar a construção do empreendimento a fim de reservar o local no qual possui interesse.

O contrato de locação firmado entre o empreendedor do Shopping Center e o lojista possui diversas peculiaridades, o que causa grande polêmica principalmente acerca da sua natureza jurídica. Após análise de algumas teorias, verificou-se que a mais adequada é a teoria da atipicidade mista, tendo em vista que apesar da predominância da locação nesse contrato, é diverso por apresentar também características de outros contratos, criando um nome tipo em razão de sua complexidade e variedade de interesses.

A locação de *Shopping Center* também é regida pela Lei nº 8.245/91, mais especificamente em seus artigos 52 e 54, sendo a base da relação entre o empreendedor e o lojista, ou seja, locador e locatário, ainda que as condições devam ser tratadas livremente, conforme estabelecido.

A fim de proteger o lojista e o seu fundo de comércio, ele poderá se valer da ação renovatória para ter seu contrato de locação renovado, desde que este tenha tido duração de 5 anos e que esteja no mesmo ramo de atuação a pelo menos 3 anos. E ainda, não poderá o locador recusar a renovação do contrato sob argumento de uso próprio, por vedação do artigo 52 da Lei do Inquilinato.

No que concerne à responsabilidade civil, verificou-se que o empreendedor, na figura do Shopping Center, será responsável por todo dano que outrem venha a sofrer dentro de suas áreas comuns, incluindo-se também, os furtos de veículos ou de objetos que estejam nos veículos, dentro do seu estacionamento.

Por fim, após todo o estudo realizado, conclui-se que trata-se de um empreendimento que tem uma ampla aceitação na sociedade, vistas ao elevado número de construção de estabelecimentos dessa modalidade nos últimos anos e, ainda não é demais dizer que também contribuem exponencialmente para a economia do nosso país.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARRUDA, José Soares, LOBO, Carlos Augusto da Silveira (Coord.), **Shopping Centers: aspectos jurídicos**. São Paulo, Revistas dos Tribunais, 1984.

AWAD, Pedro. **Direito Imobiliário**. São Paulo; Renovar, 2010.

BARCELOS, Rodrigo. **O Contrato de Shopping Center**. São Paulo; Atlas, 2009.

BASÍLIO, João Augusto. **Shopping Centers**. Rio de Janeiro: Renovar, 2005.

CARDOSO, Antônio Pessoa. **O Lojista e o Shopping**. Disponível em <<http://www.ibrajus.org.br/revista/artigo.asp?idArtigo=81>>. Acesso em 23 de agosto de 2014.

CERVEIRA, Daniel Alcântara Nastri; DORNELLAS, Marcelo de Souza. **Shopping Center – Limites na liberdade de contratar**. São Paulo: Saraiva, 2011.

CERVEIRA, Mario Filho. **Ações renovatórias e revisionais em shopping center**, 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

COELHO, Fabio Ulhoa. **Curso de direito comercial**. 9 ed. rev. E atual. São Paulo: Saraiva: 2005.

_____. Revista do Advogado, Associação dos Advogados de São Paulo, nº 108, maio de 2010.

CRISTOFARO, Pedro Paulo Salles. **As cláusulas de raio em shopping centers e a proteção à livre concorrência**. Revista de Direito Renovar. vol. 36, set./dez, 2006.

DINIZ, Maria Helena. **Tratado Teórico e Prático dos Contratos**, volume 3. 7 ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

_____. **Lei de locações de imóveis urbanos comerciais: lei n. 8.245/91**, 13ª ed. Ver. Atual, conforme Código Civil de 2002. São Paulo, Saraiva, 2013.

FILHO, Mario Cerveira. **Ações renovatórias e revisionais em shopping center**, 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

_____. **Shopping Center: direitos dos lojistas**. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

FURTADO, Jorge Pinto. **Os centros comerciais e seu regime jurídico**. 2ª ed. Coimbra: Almedina, 1998.

GAMA, Guilherme Calmon Nogueira da, **Contrato de Shopping Center**, disponível em http://www.emerj.tjrj.ius.br/revistaemerj_online/edicoes/revista18/revista18_187.pdf. Acesso em 20 de agosto de 2014.

KARPAT, Landislau. **Locação em geral e aluguéis em Shopping Center**. 2ª ed., Rio de Janeiro: Forense, 2000.

MAMEDE, Gladston. **Manual de direito empresarial**, 7 Ed., São Paulo: Atlas, 2013.

_____. **Contrato de locação em shopping center: abusos e ilegalidades**. Belo Horizonte: Del Rey, 2000.

MARINI, Celso. **Shopping Center**, *Jus Navegandi*, Maio 2000. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=608?>> Acesso em 26 de julho de 2014.

MARTINS, Ives Gandra da Silva. A Natureza Jurídica das Locações Comerciais dos "Shopping Centers". Boletim Jurídico, Uberaba/MG, ano 1, nº 1. Disponível em: <http://www.boletimjuridico.com.br/doutrina/texto.asp?id=115>. Acesso em 01 de agosto de 2014.

MONTEIRO, Washington de Barros. Shopping centers. *In*: ARRUDA, José Soares; LÔBO, Carlos Augusto da Silveira. **Shopping centers: aspectos jurídicos**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1984.

PEREIRA, Caio Mario da Silva. **Shopping Centers: organização econômica e disciplina jurídica**, Revista dos Tribunais, São Paulo, n 580, fev/2004.

SCAVONE JUNIOR, Luiz Antonio. **Direito Imobiliário – Teoria e Prática**, Editora Forense, 4ª Edição, 2012.

_____. **Equiparação da transferência do controle acionário do locatário à locação**. Disponível em [transferencia-do-controle-acionario-do-locatario-a-cessao-da-locacao](#).> Acesso em 22 de agosto de 2014.

SLAIBI FILHO, Nagib. Comentários à Nova Lei do Inquilinato. 9. Ed. São Paulo: Forense, 1986.

TARTUCE, Flávio. **Direito Civil**. São Paulo; Método, 2011.

TUBENCHLAK, James; BUSTAMANTE, Ricardo Silva de. **Livro de estudos jurídicos**. Rio de Janeiro: Instituto de Estudos Jurídicos, 1990, vol. 1.

VENOSA, Silvio de Salvo. **Lei do Inquilinato Comentada, Doutrina e Prática**, Editora Atlas, 10ª ed., 2010.

Aspectos jurídicos em shopping centers, organização Lobo e Ibeas Advogados. São Paulo, Abrasce – Associação Brasileira de Shopping Centers, 2011.

Shopping Center – Gestão. Internacional Council of Shopping Centers, New York. Abrasce – Associação Brasileira de Shopping Centers – Publicação Editorial GS&MD – Gouvêa de Souza, 2009.

ANEXOS

- 1. Projeto de Lei 7137/2002 - Deputada Zulaiê Cobra**
- 2. Contrato de Locação**
- 3. Escritura Declaratória de Normas Gerais e Complementares**
- 4. Estatuto da Associação dos Lojistas**
- 5. Regimento Interno**

PROJETO DE LEI Nº , DE 2002

(Da Sra. Deputada Zulaiê Cobra)

Altera a Lei nº 8245, de 18 de outubro de 1991, que dispõe sobre as locações dos imóveis urbanos e os procedimentos a ela pertinentes.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A presente lei visa equilibrar a relação contratual locatícia pertinente aos *shopping centers*.

Art. 2º Os artigos a seguir indicados, da Lei nº 8245, de 18 de outubro de 1991, passam a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 13.

§ 3º *Nas locações de espaços comerciais em shopping centers, é vedada ao locador a cobrança de quaisquer encargos relativos à cessão ou sublocação, sendo obrigado a consenti-las, após ser notificado por escrito, nas mesmas condições contratuais estipuladas com o locatário, desde que lhe seja apresentado pretendente idôneo, do mesmo ramo de atividade comercial, com fiadores comprovadamente capazes (NR).”*

“Art. 17.....

§ 1º

§ 2º Nas locações de espaços comerciais em shopping centers, só será permitida a cobrança anual de 12 (doze) alugueres, mínimos ou percentuais.

§ 3º Nas locações de espaços comerciais em shopping centers, é vedado ao locador a cobrança de aluguéis pré determinados ou progressivos, após o primeiro ano de vigência do contrato de locação, prevalecendo apenas o índice oficial de reajuste nele estabelecido e em seus anexo (NR)."

"Art. 22.

IX - exibir ao locatário, quando solicitado, os comprovantes relativos às parcelas que estejam sendo exigidas, na forma mercantil.

XI - respeitar a propaganda veiculada, extensiva a qualquer modalidade de locação, sujeitando-se aos ditames do Código de Defesa do Consumidor (NR)."

"Art. 27. No caso de venda, promessa de venda, cessão ou promessa de cessão de direitos ou dação em pagamento, o locatário tem preferência para adquirir o imóvel locado, em igualdade de condições com terceiros, devendo o locador dar-lhe conhecimento do negócio mediante notificação judicial, extrajudicial ou outro meio de ciência inequívoca, sendo vedado inserir, no ato da assinatura do contrato de locação, cláusula contratual de renúncia expressa e antecipada a eventual direito de preferência.

Parágrafo único.....(NR)."

"Art. 51.

§ 6º Na inicial, o autor poderá pedir, ainda, a fixação de aluguel provisório, para vigorar a partir do primeiro mês do prazo do contrato a ser renovado, desde que apresentados elementos hábeis para a sua justa aferição (NR)."

"Art. 52.

III - fundamentar seu pedido de retomada do imóvel em razão de proposta de terceiro em melhores condições.

.....
 § 2º *Nas locações de espaço em shopping centers, o locador, quer seja o empreendedor ou outro proprietário que tenha adquirido o imóvel ou espaço comercial, não poderá recusar a renovação do contrato, com fundamento nos incisos II e III deste artigo.*

§ 3º *O locatário terá direito a indenização para ressarcimento dos prejuízos e dos lucros cessantes que tiver que arcar com a mudança, perda do lugar e desvalorização do fundo de comércio, se a renovação não ocorrer em razão de proposta de terceiro, em melhores condições, ou se o locador, no prazo de três meses da entrega do imóvel, não iniciar as obras determinadas pelo Poder Público (NR)."*

"Art. 54 O empreendedor ou proprietário não poderá cobrar do locatário em shopping center:

I - multa contratual superior a 3 (três) alugueres vigentes à época, proporcionais ao tempo de ocupação, caso haja a devolução do imóvel antes do prazo estipulado;

II - as despesas referidas nas alíneas "a", "b" e "d" do parágrafo único do art. 22;

III - as despesas com obras ou substituições de equipamentos, que impliquem modificar o projeto ou o memorial descritivo da data do habite-se e obras de paisagismo nas partes de uso comum.

Parágrafo único. As despesas cobradas do locatário deverão ser previstas em orçamento, salvo casos de urgência ou força maior, devidamente demonstradas, podendo o locatário, a cada 60 (sessenta) dias, por si ou entidade de classe, exigir a comprovação das mesmas, na forma mercantil (NR)."

"Art. 68.

.....
II - ao designar a audiência de instrução e julgamento, o juiz, se houver pedido, e com base nos elementos fornecidos tanto pelo locador como pelo locatário, ou nos que indicar, poderá fixar aluguel provisório, que será devido desde a citação, nos seguintes moldes:

I - em ação proposta pelo locador, o aluguel provisório não poderá ser excedente a 80% (oitenta por cento) do pedido;

II - em ação proposta pelo locatário, a sua fixação, terá como parâmetro o valor do aluguel vigente.

.....
§ 2º.....(NR).”

“Art. 69.

§ 1º Se pedido pelo locador, ou sublocador, locatário, ou sublocatário, a sentença poderá adotar outro indexador, para reajustamento do aluguel.

§ 2º.....(NR).”

Art. 72.

.....
III - ter proposta de terceiro para a locação, em condições melhores, ressalvada a restrição do § 2º do art. 52;

IV - Não estar obrigado a renovar a locação (incisos I, II e III do art. 52).

.....
§ 2º No caso do inciso III, o locador deverá juntar prova documental da proposta do terceiro, subscrita por este e por duas testemunhas, com clara indicação do ramo a ser explorado, que não poderá ser o mesmo do locatário. Nessa hipótese, o locatário poderá, em réplica, aceitar tais condições para obter a renovação pretendida. Em caso de recusa, obriga-se o locador a depositar judicialmente o valor correspondente a 24 (vinte e quatro) alugueres vigentes à época, a título de indenização provisória. Sendo deferida a retomada, o locatário terá direito a levantar, incontinenti, a importância depositada, sem prejuízo da indenização a que alude o § 3º do art. 52. A execução de eventuais diferenças será feita nos próprios autos e paga de uma só vez.

§ 3º No caso do inciso I do art. 52, a contestação deverá trazer prova da determinação do Poder Público ou relatório pormenorizado das obras a serem realizadas e da estimativa de valorização que sofrerá o imóvel, assinado por engenheiro devidamente habilitado, sendo indispensável que o respectivo projeto já se encontre deferido pelos órgãos municipais competentes. Em caso do locador pedir a retomada para fazer modificação de tal

natureza que aumente o valor do negócio ou da propriedade, deverá indenizar o locatário no valor correspondente ao seu ponto comercial, aferível em regular perícia, obrigando-se, outrossim, a depositar judicialmente a quantia equivalente a 24 (vinte e quatro) alugueres vigentes a época, a título de indenização provisória. A execução de eventuais diferenças será feita nos próprios autos e paga de uma só vez.

.....

§ 5º.....(NR).”

.

“Art. 79. No que for omissa esta lei, aplicam-se as normas do Código Civil, do Código de Processo Civil e do Código de Defesa do Consumidor (NR).”.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei do Inquilinato foi promulgada em 18 de outubro de 1991, portanto há mais de dez anos, ou seja, antes do advento do Plano Real, em 1º de julho de 1994.

Não pairam quaisquer dúvidas de que o legislador, naquela ocasião, ateu-se a adaptá-la àqueles tempos de inflação galopante.

Atualmente, em época de estabilidade econômica, os artigos da Lei do Inquilinato precisam ser revistos em caráter de urgência, principalmente no que tange aos alugueres comerciais, não só quanto aos lojistas que exercem seu comércio nas ruas como também, e principalmente, àqueles situados em *shopping centers*.

No que diz respeito a locações de espaços comerciais situados em *shopping centers*, de acordo com o IV Censo Brasileiro de *Shopping Centers*, realizado no ano 2001, existiam no País 542 *Shopping Centers* em funcionamento, 61.630 lojas em atividade e 13.914 lojas em obras ou projeto, representando um crescimento de 4,15% no número de centros de compras

ativos, conforme levantamento efetuado em 2000, com a inauguração de 22 novos empreendimentos.

O crescimento analisado segundo as cinco regiões do País, confirma a concentração de investimentos na região sudeste, como era previsto quando da constatação anterior de shoppings em obras e projeto.

O Estado de São Paulo mantém a destacada liderança de 34,4% dos empreendimentos implantados no País, secundado pelo Rio de Janeiro, cuja participação já atinge a casa dos 12,6%.

Não há dúvida de que as modificações propostas neste Projeto de Lei equilibrarão as relações jurídicas entre lojistas e seus respectivos locadores, uma vez que, nas disposições em que se encontram as regras da Lei Inquilinária, somente uma das partes está sendo prejudicada, enriquecendo o locador em detrimento do locatário.

A distorção existente nos alugueres comerciais vem fazendo com que os comerciantes, por não terem alternativa, repassem os altos preços que lhes estão sendo exigidos, aos produtos, causando, conseqüentemente, a inflação, que é o fenômeno econômico mais combatido pelo Plano Real, deixando-os em situação econômica precária, sem nenhuma perspectiva de melhoria e ocasionando a fuga dos consumidores.

É notório o número de empresas em total estado de insolvência e a quantidade de lojas fechadas, tanto no comércio de rua como em *Shopping Centers*. Não havendo modificação na legislação atual, aumentará ainda mais o número de falências e concordatas e conseqüentemente a massa de desempregados.

Concluindo, o presente Projeto deve ser interpretado como fator social, em virtude do desequilíbrio latente que está afetando todo mercado de locações e em conseqüência a população de nosso País.

As alterações propostas são as seguintes:

Art. 13:

Quanto à vedação da cobrança de encargos no que concerne a cessão ou sublocação, como se sabe, nos contratos de locação firmados entre lojistas e empreendedores, ou em seus anexos, geralmente está inserida, sem qualquer justificativa ou fundamento econômico, cláusula que prevê

uma taxa de transferência, exorbitante, que atinge de seis a vinte vezes o valor do aluguel vigente. Por essa razão, tal cláusula deve ser repelida legalmente, uma vez que não haverá nenhum prejuízo ao empreendedor, pois o novo locatário sub-rogando-se nos direitos de seu antecessor, assumirá os mesmos encargos primitivos, ressaltando-se, outrossim, que a locação estará, sempre, garantida por fiadores comprovadamente idôneos.

A prática desses encargos, inviabiliza o negócio (a venda do ponto comercial), prejudicando somente uma das partes, ou seja, o locatário.

No que tange à aceitação da cessão ou sublocação por parte do locador, não há dúvida de que os lojistas de *shopping centers* formam, por seu próprio esforço e trabalho, o fundo de comércio e pagam altos valores aos empreendedores a título de luvas, como também investem em instalações, benfeitorias (que, por contrato, geralmente, ficarão agregadas ao imóvel do locador) etc.

Como é sabido, reiteradas vezes o empreendedor não concorda com a cessão ou sublocação do ponto comercial, alegando as mais diversas evasivas.

Aproveita-se, em muitos casos, desse momento propício, quando consente na cessão ou sublocação, para alterar as condições contratuais primitivas, majorando o valor do aluguel, aditando cláusulas que desfavorecem aquele que está adquirindo o ponto comercial e, até, cobrando novamente as luvas.

Esse procedimento prejudica sensivelmente a negociação entre o lojista que está cedendo e o terceiro interessado na aquisição.

Art. 17:

Com a implantação do Plano Real, a nova realidade econômica veio acompanhada de medidas visando coibir o retorno da inflação, impondo o reajuste anual aos contratos de locação.

Os empreendedores de *shopping centers*, porém, criaram outras formas de cobrança de alugueres, com diversas denominações, tais como: 13º aluguel (pagamento do aluguel em dobro no mês de dezembro); 14º aluguel (pagamento do aluguel em dobro no mês de maio - Dia das Mães); 15º aluguel

(pagamento do aluguel em dobro no mês de junho – Dia dos Namorados); garantia de desempenho; aluguel complementar; o complementar padrão, e etc.

O pagamento do aluguel em dobro no mês de dezembro, ou 13º aluguel, é prática que vem sendo adotada pelos empreendedores de *shopping centers* desde a época de sua implantação, quando ainda não havia a proliferação desses templos de consumo.

Contudo, antes do Plano Real, quando as vendas eram impulsionadas pela inflação, o peso desses encargos eram até suportáveis, em virtude da venda expandida, da defasagem no pagamento, e a própria inflação contribuía para a atenuação desse impacto.

Após o reajuste da economia, o consumo pressionado cedeu lugar ao consumo planejado, e as vendas nos meses de dezembro, para a grande maioria, não são mais volumosas, a ponto de os locatários de *shopping centers* arcarem com o pagamento do aluguel em dobro, o que pode ser aferido por quaisquer recentes estatísticas.

Além do mais, é justamente no mês de dezembro que recai sobre o lojista o pagamento do 13º salário de todos os seus empregados, acrescido dos encargos sociais etc.

O pagamento dos aluguéis em dobro nos meses de maio e junho é outro abuso cometido pelos empreendedores.

Ora, quando os lojistas faturam mais o empreendedor participa dos lucros, e, quando as vendas decrescem, como nos meses de janeiro, fevereiro, março, abril, julho e outubro, o prejuízo é suportado somente pelos comerciantes!!

Com relação ao aluguel-desempenho, tem o locatário a obrigação contratual de pagar ao empreendedor, a cada semestre, a contar do início da locação, um valor, em geral, correspondente a 75% do aluguel mínimo reajustável, vigente à época do pagamento.

O aluguel complementar, por sua vez, é aquele cobrado pelo empreendedor, em muitos casos, toda vez que a inflação acumulada em um período de reajuste é igual ou superior a 10%, e assim sucessivamente, ou seja, cada vez que a inflação acumulada no período de reajuste variar ou entremear a variação de dez pontos percentuais.

O aluguel complementar é calculado com base na multiplicação do número de vezes em que a inflação reproduzir a variação acima especificada por um valor predeterminado pelo empreendedor, denominado aluguel complementar padrão.

Essas e outras modalidades de “aluguéis” impostas aos locatários de *shopping centers*, nos contratos de locação ou em seus anexos, não pairam dúvidas de que além de abusivas, contribuem, no mínimo, para o aumento da inflação, incompatível com nossa moeda estável, uma vez que os locatários de *shopping centers* não possuem outra alternativa senão repassar tais custos ao público consumidor.

Após a implantação do Plano Real, a estabilidade da economia impôs uma revisão e reformulação de critérios, pois o valor da moeda levou o consumidor a respeitar o padrão monetário, refreando, conseqüentemente, o consumo que se exercia sob a pressão inflacionária, ocasionando uma queda no volume de negócios.

Não se justifica, assim, que os locatários de *shopping centers* continuem pagando, em determinados centros de compras, percentuais, progressivos ou não, além do índice legal de reajuste de aluguel, como também, alugueres pré-determinados ou progressivos, após o primeiro ano de vigência do contrato de locação, uma vez que nesses novos tempos é incabível esse raciocínio.

Essa prática vem aumentando de forma exorbitante os aluguéis e encargos decorrentes (como o fundo de promoção, que é calculado e cobrado com base em um percentual do valor do aluguel), causando um desequilíbrio contratual insuportável aos lojistas situados em *shopping centers*.

Art. 22:

A grande maioria dos condomínios não comprova, convenientemente, as despesas realizadas, apresentando, única e tão-somente, as colunas “débito e crédito”, não anexando quaisquer documentos que tenham dado origem a essas despesas.

As contas deveriam retratar fielmente a seqüência das operações de recebimentos e despesas, pela ordem cronológica de suas ocorrências, demonstrando, coluna por coluna, as receitas e pagamentos e indicando o saldo, na forma mercantil.

A apresentação das despesas na forma mercantil, com certeza, irá coibir os deslizes contábeis, evitando, assim, os malefícios de uma administração dolosa.

O locatário, calcado nas divulgações e informações publicitárias do locador está convicto de que ingressará em um imóvel com todas as benfeitorias e atrativos divulgados na propaganda, realizando, conseqüentemente, um bom negócio. Essa é uma das razões principais que o motivam a assinar o contrato de locação e outros instrumentos que são partes integrantes desse mesmo contrato, responsabilizando-se, também, pelo pagamento significativo do ponto comercial (em casos de locação comercial), aluguéis, condomínios, etc.

A divulgação clara e reiterada das condições constantes da propaganda obriga o locador a realizar o ali prometido, isso porque atraiu o interessado (locatário); por isso mesmo, terá o locador de cumprir o que prometeu, sob pena de se responsabilizar pelo inadimplemento.

Além do mais, reza o artigo 4º da Lei de Introdução ao Código Civil: “quando a lei for omissa, o juiz decidirá o caso de acordo com a analogia, os costumes e os princípios gerais de direito”.

Em face da ausência de regulamentação especial, deve-se aplicar o Código de Defesa do Consumidor, que veio em boa hora preencher a lacuna existente no que diz respeito às propagandas veiculadas pelo locador.

Os prospectos de lançamento e a infra-estrutura prometidos pelo locador ao locatário devem retratar exatamente a realidade, sendo vedada a publicidade enganosa.

É princípio de direito que as relações entre as partes devem pautar-se em bases de lealdade e boa-fé, o que se traduz na proibição da publicidade enganosa ou abusiva.

O locatário recebe a divulgação da propaganda como verdadeira.

Como se sabe, a publicidade é um instrumento privilegiado de formação de um comportamento, sendo evidente que o anúncio, a oferta etc. feitos pelo locador ao locatário importam em um compromisso equivalente à obrigação assumida contratualmente.

Compete, por isso, ao locador cuidar para que a divulgação de seu lançamento corresponda efetivamente à realidade, ou seja, à verdade.

Se o locador não cumprir o veiculado na propaganda, modificará, unilateralmente, o que o locatário vislumbrava.

Assim, alterada unilateralmente a estrutura do negócio, modificar-se-ão as condições pelas quais ele foi celebrado, merecendo, destarte, ser revisto pelo Poder Judiciário, a fim de acomodar-se à realidade de fato.

Nas locações comerciais se faz ainda mais premente esta inclusão, uma vez que o locatário desembolsa alta importância pela aquisição de seu ponto comercial (luvas), instalações, projetos etc., destinando o valor de suas vendas para o pagamento de aluguel, condomínio, fundo de promoção (em *shopping center*), salários, encargos sociais, impostos, mercadorias comercializadas com seus fornecedores, etc.

Ocorrendo a hipótese de o locador não cumprir as promessas veiculadas na propaganda, haverá corrosão não só do capital de giro do locatário, mas também de seu lucro.

Destaca-se, ainda, que o locatário de espaços comerciais necessita dos atrativos previstos nos panfletos publicitários, sendo os equipamentos prometidos essenciais para a exploração de suas atividades e relevantes ao êxito de seus negócios, oferecendo maiores chances de se obter um resultado promissor. A não realização das obras e o não cumprimento das promessas do locador acarretarão manifesto e irreversível prejuízo.

Por essas razões, deve-se aplicar o Código de Defesa do Consumidor às locações em geral, sendo certo que quaisquer propagandas exibidas ao locatário, além de obrigar o locador, devem fazer parte integrante do contrato de locação e seus anexos.

Art. 27:

Atualmente, muitos locadores, com o objetivo de burlar a lei e induzir os locatários a erro, têm consignado cláusula pela qual estes últimos renunciam, no ato da assinatura do contrato de locação, expressa e antecipadamente, a eventual direito de preferência.

Essa prática é abusiva e nula, uma vez que traduz, na verdade, evidente propósito de elidir os objetivos da Lei Inquilinária, conforme

preceitua com muita clareza, o artigo 45 da Lei 8.245/91, e o presente aditamento ao artigo 27, objetiva coibir, definitivamente, essa ilegalidade.

Art. 51:

De acordo com o artigo 72, §4º, da Lei 8.245/91, o locador tem o direito de pedir a fixação do aluguel provisório.

Ocorre, que esse direito não foi conferido ao locatário, ferindo o princípio da igualdade das partes no processo, como também o da isonomia, devendo, portanto, ser estendido a este último.

Deveria o legislador adotar às ações renovatórias, o mesmo princípio norteador das ações revisionais, aqui proposto, ou seja, desde que haja pedido expresso do autor e com base nos elementos por ele fornecidos ou nos que indicar, estaria o juiz obrigado a fixar o provisório.

E mais, se o legislador estabeleceu o direito de o autor pleitear na inicial da ação revisional de aluguel, o aluguel provisório, conforme preceitua o artigo 68, inciso II, da Lei 8.245/91, por quê não estender esse mesmo direito na Ação Renovatória de Contrato de Locação?

Cumpre salientar, que a presente inclusão do § 6º, ao artigo 51, da Lei 8245/91, cessará em definitivo o conflito jurisprudencial a respeito do tema.

Ressalte-se, outrossim, que atualmente, em função da Lei nº 9.069, de 29.06.95, que implantou o Plano Real, e com a estabilização da moeda, houve um decréscimo não só nos valores dos imóveis mas também, e principalmente, quanto aos valores dos aluguéis.

A inclusão ora pretendida, vêm suprir essa lacuna, estendendo, esse justo direito ao locatário, afastando, conseqüentemente, o desequilíbrio contratual atualmente existente.

Art. 52:

É de suma importância acrescentar o inciso III, uma vez que a retomada do imóvel em razão de proposta de terceiro em melhores condições foi contemplada pelo legislador apenas no § 3º, do artigo 52, sendo disposta de forma ilógica.

Quanto À inclusão de proprietário que tenha adquirido o imóvel ou espaço comercial

A Lei nº 8.245 foi promulgada em outubro de 1991, ou seja, tornou-se defasada em função da dinâmica imobiliária, e, como é público e notório, muitos empreendedores estão alienando os espaços comerciais para pessoas jurídicas e físicas.

Não há dúvida de que, àquela época, o legislador não previu essa nova modalidade de transação imobiliária, que vem criando conflitos entre lojistas e os novos proprietários, pois estes, baseados no artigo 52, inciso II, em virtude da lacuna existente, estão requerendo os imóveis para uso próprio, ferindo frontalmente a intenção do legislador de preservar o planejamento da distribuição correta e harmônica das atividades comerciais no empreendimento.

O legislador, ao estatuir o § 2º do art. 52, procurou proteger o lojista da retomada do imóvel para uso próprio do locador, tendo levado em consideração a imutabilidade da distribuição das atividades comerciais inseridas no empreendimento - *shopping center* -, fator primordial no seu planejamento e sucesso, já que tal distribuição foi realizada com base em profundo estudo de viabilidade e planejamento, obedecendo a um critério preexistente desde a época de sua construção. Não teria sentido o locador retomar o imóvel para uso próprio, pois, como a própria lei já determina, deveria exercer um comércio diferente do ramo de atividade do locatário. Tal atitude feriria automaticamente a distribuição do tenant mix, ou seja, o planejamento das atividades constantes no empreendimento, anteriormente estruturado.

Da mesma maneira que o locador de *shopping center* não poderá recusar a renovação do contrato para uso próprio com fundamento no inciso II do artigo 52, essa mesma regra deveria ser aplicada em razão da proposta de terceiro em melhores condições, uma vez que, como já determina a própria lei, este último não poderá exercer o mesmo ramo de comércio do primitivo locatário.

Assim, a proposta de terceiro rompe o sistema básico de locação de lojas, como forma adequada de se manter a variedade dos ramos de atividades comerciais de comerciantes estabelecidos em *shopping centers*, anteriormente planejada, levando-se em consideração a imutabilidade da distribuição das atividades comerciais inseridas no empreendimento, fator este primordial no seu planejamento e sucesso, já que a distribuição foi realizada a

partir de um profundo estudo de viabilidade e planejamento, obedecendo a um critério existente já à época de sua construção.

Essa modificação se faz necessária para que se compatibilize com a proposta de alteração do § 3º do artigo 72 desta Lei, deste Projeto.

Art. 54:

A nova redação pretendida do artigo 54 é o fator de maior importância constante neste Projeto de Lei.

A maioria de empreendedores de *shopping centers*, aproveitando-se da redação do *caput* do artigo 54, vem cometendo uma série de arbitrariedades, sob o manto de que “as condições livremente pactuadas nos contratos de locação” fazem lei entre as partes, sobrepondo, conseqüentemente, a norma jurídica e até as disposições procedimentais previstas na lei inquilinária, cuja redação do próprio artigo prevê.

Essas arbitrariedades estão entupindo a Justiça com ações judiciais impetradas pelos locatários, com o objetivo não só de coibir esses flagrantes abusos, mas também de anular cláusulas abusivas e ilegais inseridas nos contratos de locação e seus anexos.

Sob o manto de contrato atípico de locação, os empreendedores impõem aos lojistas suas pretensões, mediante a inserção de cláusulas, não só nos contratos de locação como também em outros documentos que fazem parte integrante destes, por exemplo, as normas gerais regedoras do empreendimento.

Os lojistas assinam os contratos que lhes são impostos, não lhes restando alternativa, uma vez que não pairam quaisquer dúvidas de que o futuro e o presente do comércio em geral estão concentrados nesses “templos de consumo”, do que se aproveitam os empreendedores.

A atipicidade dos contratos de locação de *shopping centers*, já consagrada em nossa jurisprudência, sob a guarda do artigo 54, vem ocasionando desequilíbrio contratual entre as partes, prejudicando, única e tão somente os lojistas.

Não é concebível aceitar um artigo de Lei de tal magnitude; por uma simples leitura se tem a falsa percepção de que as partes podem

estipular o que bem entenderem, o que, contudo, não é nem pode ser verdadeiro. Presume-se que tenha sido sancionado levando-se em consideração fatores peculiares desse tipo de relação jurídica. Ledo engano.

Acontece que, na prática, os contratos são elaborados, exclusivamente, pelos empreendedores de *shopping centers*, visando apenas os seus interesses, não oferecendo oportunidade de negociação. Uma simples leitura demonstra claramente que são praticamente iguais por todo o País, configurando-se a prática ilícita de cartelização.

Este artigo vem prejudicando a coletividade dos lojistas instalados nesses empreendimentos, devido à sujeição/submissão aos empreendedores.

O resultado das cláusulas leoninas e abusivas contidas nos instrumentos firmados entre empreendedores e lojistas de *shopping centers*, fruto do *caput* do artigo 54, vem justificando o patamar tão elevado em que se encontram os aluguéis e demais encargos nesses centros de compras, bem como a quantidade exorbitante de lojas fechadas e em estado de total insolvência.

Os contratos de locação de *shopping centers* possuem cláusulas peculiares, e, com certeza, muitas delas não teriam qualquer respaldo jurídico em outros instrumentos, uma vez que contêm, entre outras, as seguintes condições:

a)dupla garantia: aluguel percentual sobre o faturamento das vendas brutas ou um aluguel mínimo;

b)13º aluguel (mês de dezembro) e, em alguns *shoppings*, 14º (Dia das Mães) e 15º aluguéis (Dia dos Namorados).

c)auditoria por parte do empreendedor, a fim de examinar os livros contábeis do lojista, com o objetivo de apurar o movimento de vendas, impondo, inclusive, a presença de fiscais de sua confiança junto à caixa registradora, no balcão de vendas etc.;

d)contribuição coercitiva à Associação de Lojistas do empreendimento, sob pena de rescisão contratual;

e)contribuição para o Fundo de Promoção, com um percentual imposto pelo empreendedor;

f) mobilidade do espaço comercial de um local para outro, de acordo com a conveniência do empreendedor;

g) total submissão do lojista ao empreendedor quanto à decoração interna, vitrine, exposição de mercadorias, letreiros etc. do espaço comercial;

h) vedação ao lojista de alterar seu ramo de atividade ou mesmo transferir seu contrato de locação sem a prévia anuência do empreendedor, mesmo possuindo um fundo de comércio há mais de cinco anos.

Para melhor entendimento, e no sentido de comprovar as alegações já mencionadas, seguem abaixo algumas cláusulas inseridas e impostas ao lojistas, tanto no contrato de locação como em seus anexos:

Tendo em vista o propósito manifestado pela LOCATÁRIA de canalizar todas as suas vendas dentro de um determinado território exclusivamente para a loja objeto deste contrato, em decorrência do que foi ajustado o aluguel no percentual e valor mínimo previstos acima, **a LOCATÁRIA, enquanto durar a locação, obriga-se a não instalar ou manter qualquer outro estabelecimento (sede ou filial) com o mesmo ramo, ou com feitiço ou ramo assemelhados aos da Loja Locada, salvo autorização por escrito do LOCADOR: dentro de um raio de 2.500 m (dois mil e quinhentos metros) contados do centro do terreno do SHOPPING CENTER;**

Para efeito desta cláusula, considerar-se-á como sendo da LOCATÁRIA qualquer estabelecimento do qual a mesma, ou sócios da mesma, participem, direta ou indiretamente, ou com o qual tenham qualquer tipo de vínculo, mesmo que eventual.

Da mesma forma, **caso a LOCATÁRIA seja um “franqueado” ou “franqueador”, aplicar-se-á o disposto nesta Cláusula na hipótese de, em descumprimento ao previsto na cláusula 14 acima, após a assinatura do Contrato de Locação, vir a ser aberto qualquer outro estabelecimento que leve a marca franqueada e/ou que comercialize qualquer produto da mesma espécie que aquele comercializado pela LOCATÁRIA, desde que tal produto seja fabricado, comercializado ou licenciado pelo franqueador.**

Juntamente com o ALUGUEL MÍNIMO MENSAL REAJUSTÁVEL, a **LOCATÁRIA** pagará ao **LOCADOR** o fundo de promoção de 20% (vinte por cento) do seu aluguel mínimo mensal.

Na hipótese da cláusula anterior, caso o **LOCADOR** concorde com a cessão ou transferência, fará ele jus a uma taxa de transferência equivalente ao valor de seis (6) **ALUGUÉIS MÍNIMOS MENSAIS REAJUSTÁVEIS**, devidos no último mês pela **LOCATÁRIA**, atualizados até a data do pagamento.

Na hipótese de manifestação expressa dos **DECLARANTES** com a cessão ou transferência da locação, o **locatário ou cessionário pagará aos locadores uma taxa equivalente a 10 (dez) meses de aluguel médio dos últimos 6 (seis) meses à solicitação**, exceto dezembro (se for o caso), atualizado monetariamente.

Todas as instalações e benfeitorias que forem feitas na **LOJA** pela **LOCATÁRIA** a ela serão incorporadas, para todos os efeitos contratuais, inclusive para efeito de avaliação, no caso de renovação da locação.

Em caso de renovação ou de prorrogação da locação, será preservada a estrutura do contrato, nos termos das cláusulas deste instrumento e daquelas do **INSTRUMENTO PARTICULAR DE CLÁUSULAS COMUNS DAS LOCAÇÕES DO SHOPPING CENTER**

As proprietárias reservam-se o direito de, a seu critério exclusivo, por qualquer forma e em qualquer tempo, sem restrição ou limitação alguma, **alterar as partes comuns e de serviços gerais** (garagens, “mall”, paredes, tetos, fachadas, depósitos, corredores etc.) e/ou fazer quaisquer construções ou instalações nessas áreas, criando novas unidades comerciais ou ampliando as já existentes, instalando vitrines, boxes, *stands*, balcões, extensões, barracas, tablados, palcos, carrocinhas, quiosques, locais para exposições etc., podendo, em consequência, alugar ou **utilizar como bem desejar e pelo tempo e condições que quiser essas partes, coisas e áreas**.

As Proprietárias terão a faculdade **de exigir também a modificação ou retirada de qualquer elemento colocado no interior da loja** mas que possa ser visto das partes comuns que a critério seu – delas Proprietárias – não seja compatível com a estética geral do *Shopping Center*.

Havendo vitrines, o Lojista nelas deverá expor suas mercadorias com a melhor técnica possível, variando permanentemente a forma de exposição, dentro das normas preconizadas pelas Proprietárias.

As vitrines e letreiros das lojas deverão ficar iluminados durante os períodos determinados pelas Proprietárias, sendo obrigatória essa iluminação, no mínimo, nos períodos em que o *Shopping* estiver aberto ao público.

Às Proprietárias é assegurado o direito de, a seu exclusivo critério e a qualquer tempo, estabelecer e alterar, sempre que julgar necessário, a distribuição das atividades dos Lojistas *tenant mix* no Shopping Center.

A proposta de locação formulada pelo Locatário, desde que aceita pelas Proprietárias, **implicará, automaticamente e obrigatoriamente, a sua filiação à Associação dos Lojistas do Shopping Center**, a cujas disposições do Estatuto – conhecido pelo Locatário – se obriga e se submete, para todos os jurídicos e legais efeitos, notadamente aqueles referentes ao pagamento de taxas de manutenção e das cotas mensais e extraordinárias devidas ao Fundo de Promoção da Associação dos Lojistas.

No caso de eventual renovação do Contrato de Locação, será, também, mantido o critério de reajustamento trimestral do aluguel mínimo e **seu pagamento em dobro nos meses de dezembro, que constituem características essenciais das locações do *Shopping Center*.**

No mês de dezembro de cada ano, quer para cálculo, quer para pagamento, o valor correspondente ao aluguel mínimo reajustável eqüivalerá sempre ao dobro de seu valor normal.

A LOCATÁRIA contribuirá para cobertura das despesas com publicidade e promoção do SHOPPING CENTER em suas fases pré-operacional e de inauguração.

É condição essencial para que o locatário tenha direito de pleitear a renovação do contrato que nos 12 (doze) meses anteriores haja pago o aluguel superior ao mínimo, ou que alternativamente, haja pago aluguel superior ao mínimo e em no mínimo 1/3 (um terço) dos meses de vigência de seu contrato.

Conforme a gravidade da falta, a multa pecuniária variará entre 1/10 (um décimo) e 10 (dez) vezes o valor do aluguel devido ou pago no mês anterior à infração.

Para o efetivo exercício das fiscalizações que o LOCATÁRIO reconhece ser um direito inquestionável dos DECLARANTES, tendo em vista que a participação no movimento de vendas é do próprio espírito que presidiu a celebração deste contrato, sendo pois um pressuposto indispensável para o cálculo do aluguel percentual que os DECLARANTES tenham o perfeito conhecimento do efetivo valor de faturamento, **fica assegurada ainda aos DECLARANTES a faculdade de manter o interior da loja, nos locais que entenderem convenientes, inclusive na “boca do caixa” e pelo tempo que reputarem necessário, quantos funcionários ou prepostos seus desejarem, para apurar o faturamento**, podendo anotar todos os registros de caixa e os demais dados ou elementos que julgarem necessários, em “Boletim de Caixa”, que será assinado, no final de cada apuração, pelo funcionário ou preposto dos DECLARANTES e pelo representante do LOCATÁRIO. Não poderá o LOCATÁRIO, sob nenhum título ou pretexto, impedir ou mesmo simplesmente embaraçar o exercício dessa fiscalização, que, pela forma aqui prevista, **não caracterizará turbação da atividade do LOCATÁRIO, da posse, de violação de sigilo comercial ou de constrangimento ao regular exercício das atividades**. O exercício, pelos DECLARANTES, do direito de fiscalização do faturamento do LOCATÁRIO, não justificará, em caso algum, a suspensão do pagamento do aluguel.

Os Lojistas pagarão todas as despesas, por mais especiais que sejam, necessárias ao funcionamento, administração, segurança, conservação, limpeza, manutenção, reparos, substituições, fiscalização, aprimoramento e modernização do *Shopping Center*.

É lícito aos DECLARANTES, em qualquer época, mesmo após a inauguração do *Shopping Center*, a seu exclusivo critério e desde que obedecidas as normas legais aplicáveis, alterar o projeto de construção, inclusive no que tange a modificações dos locais determinados a estacionamento e acesso de veículos, carga e descarga de mercadorias, podendo criar, extinguir, redistribuir, remanejar, ampliar e reduzir áreas destinadas às partes comuns e às lojas.

Se a paralisação, contudo, decorrer de denúncia da locação vigente por prazo determinado, por parte da LOCATÁRIA, ficará ela sujeita ao pagamento de multa compensatória, que também será devida nos casos de descumprimento de obrigação legal ou contratual, no valor correspondente a 80% (oitenta por cento) dos valores dos aluguéis vincendos até o término do contrato.

O(A/s) LOCATÁRIO(A/s), como condição essencial deste contrato, renuncia expressamente, em caráter irrevogável, ao direito de preferência à aquisição do(s) SALÃO(ÕES) a ela ora locado(s), na hipótese de alienação do mesmo pelo LOCADOR, ficando, portanto, desde já, dispensada a expedição de notificação ao(à/s) LOCATÁRIO(A/S) para eventual exercício desse direito ora renunciado.

Considerando que o ALUGUEL MÍNIMO MENSAL REAJUSTÁVEL foi fixado com redução, no quadriênio locativo de sua vigência, ele **sofrerá os seguintes acréscimos: a) de 10 de novembro de 2000 até 09 de novembro de 2001, ele sofrerá um acréscimo percentual de 16,66% (dezesseis vírgula sessenta e seis por cento); b) de 10 de novembro de 2001 até 09 de novembro de 2002, ele sofrerá um acréscimo percentual de 14,28 (quatorze vírgula vinte e oito por cento); c) de 10 de novembro de 2002 até 09 de novembro de 2003, ele sofrerá um acréscimo percentual de 12,50% (doze vírgula cinquenta por cento).**

Considerando-se que os critérios de seleção das LOCATÁRIAS dos SALÕES COMERCIAIS para melhor composição do *tenant mix*, e que as eventuais substituições de lojistas durante o funcionamento do SHOPPING podem provocar vacância de SALÕES COMERCIAIS, por motivos estratégicos e em benefício do desempenho do conjunto de lojas, **fica convencionado que, no caso de eventuais vacâncias de até 3% (três por cento) da totalidade das áreas dos SALÕES COMERCIAIS do SHOPPING, as despesas correspondentes serão absorvidas pelos demais lojistas.**

Esses são apenas alguns exemplos de cláusulas contratuais, ilegais e abusivas, existentes nas relações lojistas/empreendedores, provenientes da interpretação do *caput* do artigo 54, que deverá ser revogado.

A omissão, o desconhecimento legal, a falta de iniciativa dos lojistas e principalmente a imposição do contrato de locação e seus anexos,

comuns a todos os empreendimentos, têm ensejado verdadeiro abuso de poder e um desequilíbrio contratual latente.

Feitas essas considerações, de suma importância, cumpre, novamente ressaltar o abuso que vem sendo praticado sob o manto da atipicidade, que, contudo, não pode ser sinônimo de ilegalidade.

Por amor à brevidade e com base em uma simples análise de todo o Projeto de Lei ora apresentado, pode-se constatar a série de divergências e ilegalidades resultantes da interpretação do *caput*, do artigo 54.

Muitos empreendedores e proprietários de espaços comerciais situados em *shopping centers*, aproveitando-se do *caput* do artigo 54, que se pretende a modificação vêm-se utilizando de expedientes escusos, também no que diz respeito a casos em que o locatário deseja desocupar o imóvel antes do vencimento do prazo contratual, estipulando multas abusivas, como por exemplo: o pagamento de 80% (oitenta por cento) dos alugueres vincendos; o valor correspondente a 10 (dez) alugueres vigentes à época da devolução do imóvel, e até excluindo, contratualmente, a proporcionalidade da multa.

Essas arbitrariedades vêm gerando conflitos entre locatários e locadores, e, na maioria das vezes, os lojistas pagam essas multas abusivas, não só por desconhecerem seus direitos, como também, muitas vezes, por não disporem de numerário suficiente para contratar advogado para defendê-los.

A grande maioria dos condomínios não comprova, convenientemente, as despesas realizadas, apresentando, única e tão-somente, as colunas “débito e crédito”, não anexando quaisquer documentos que tenham dado origem a essas despesas.

As contas deveriam retratar fielmente a seqüência das operações de recebimento e de despesas, pela ordem cronológica de suas ocorrências, demonstrando, coluna por coluna, as receitas e pagamentos e indicando o saldo, na forma mercantil.

A apresentação das despesas na forma mercantil, com certeza, irá coibir os deslizes contábeis, evitando, assim, os malefícios de uma administração dolosa.

Art. 68:

O artigo 68, em seu inciso II, contemplou a ação revisional em tempos de inflação galopante, quando os aluguéis, por esse motivo, encontravam-se sempre defasados. Atualmente, em função da Lei nº 9.069, de 29.06.95 – Plano Real –, e com a estabilização da moeda, houve um decréscimo não só nos valores dos imóveis mas também, e principalmente, quanto aos valores dos aluguéis.

O legislador, pelos motivos expostos, não previu a fixação do aluguel provisório quando a ação revisional de aluguel fosse proposta pelo locatário.

Tanto isso é verdade que o legislador, no inciso II, coloca a hipótese de o juiz poder fixar um aluguel provisório não excedente a 80% do pedido do locador.

No caso de um locatário ingressar com ação revisional de aluguel, como poderia o juiz fixar até 80% do pedido? O locatário pagaria, então, provisoriamente, um valor ainda menor do que estaria requerendo?

Consequentemente, tanto a modificação do inciso II como a das alíneas “a” e “b”, ora pretendidas, ao artigo 68, vêm suprir essa lacuna, estendendo tal direito ao locatário.

Art. 69:

O artigo 69, em seu § 1º, contemplou a ação revisional em benefício exclusivo do locador e sublocador, quando os aluguéis, em tempos de inflação galopante, e por esse motivo, encontravam-se, sempre, defasados, e os indexadores não acompanhavam a realidade de mercado.

Atualmente, a maioria das demandas visando a revisão dos aluguéis é proposta pelos locatários, e os indexadores previstos nos contratos de locação estão sendo discutidos e avaliados nestes novos tempos de Plano Real. A inclusão dos locatários e sublocatários passa a ser, portanto, premente e totalmente válida.

Com o advento do Plano Real – Lei nº 9.069 de 29.06.95 –, não se há que falar em outro reajustamento de aluguel a não ser o anual. Assim, tornou-se obsoleto o determinado pelo § 1º do artigo 69, quanto à possibilidade

de sentença judicial estabelecer periodicidade de reajustamento de aluguel diversa da prevista no contrato revisando.

Art. 72:

É extremamente injusta a posição do locatário que é privado de seu negócio em razão da proposta de terceiro em melhores condições. O valor correspondente a 24 aluguéis vigentes à época, a título de indenização provisória, é plenamente justificável, uma vez que o locatário já efetuou o pagamento de altas importâncias (luvas, projetos arquitetônicos de montagem da loja, propaganda, compra de materiais, instalações etc.), e terá de fazer frente a outras despesas imediatas em razão da retomada, tais como: indenização de funcionários, pagamento de fornecedores, remoção das instalações, acondicionamento de mercadorias e, principalmente, condições financeiras para adquirir um novo ponto comercial e praticamente iniciando sua vida comercial.

Os locadores, na exceção de retomada do imóvel, aproveitando-se da lacuna da lei, não apresentam a aprovação do projeto, baseando-se, única e tão-somente, em plantas e outros documentos destituídos de suporte probatório, condição essa indispensável a amparar tal direito.

Não pairam quaisquer dúvidas de que há necessidade de prévia aprovação da(s) reforma(s) pelos órgãos competentes, suscitadas pelo locador, pois somente assim o juiz poderá avaliar se da(s) modificação(ões), devidamente aprovada(s), resultará o aumento do valor do negócio ou do imóvel, uma vez que, geralmente, tal pretensão é vaga e destituída de qualquer critério objetivo.

No § 3º do artigo 52, o legislador previu o direito a indenização ao locatário, para ressarcimento de seus prejuízos e dos lucros cessantes que tiver que arcar com a mudança, perda do lugar e desvalorização do fundo de comércio, caso o locador no prazo de 3 (três) meses de entrega do imóvel, não inicie as obras determinadas pelo Poder Público ou aquelas que declarou pretender realizar.

É gritante a falta de espírito de justiça da Lei, ao restringir o direito do locatário a indenização, somente no caso de o locador no prazo de 3 (três) meses da entrega do imóvel não iniciar as obras que declarou pretender realizar.

É óbvio que o locador deve ter assegurado o seu direito de propriedade, mas em contrapartida há que se ressaltar, que o locatário investiu altas importâncias no que concerne as luvas, as instalações de sua loja, publicidade, contratação de funcionários, estoque e etc..., e não seria justo que apenas uma das partes seja privilegiada.

Além do mais, o locatário terá de fazer frente a outras despesas imediatas em razão da retomada, tais como: indenização de funcionários, pagamento de fornecedores, remoção das instalações, acondicionamento de mercadorias e, principalmente, condições financeiras para adquirir um novo ponto comercial e praticamente iniciar, novamente, sua vida comercial.

Afigura-se, portanto, justa a indenização provisória correspondente a 24 meses de aluguel, porque atenuará os prejuízos do locatário, dando-lhe condições de trabalho, enquanto aguarda o desfecho da perícia que avaliará o valor real do ponto comercial.

O presente projeto optou pela indenização de quantia correspondente ao ponto comercial, porque esse bem jurídico, possui um valor econômico, de fácil aferição.

Atualmente, diversos autores acolhem esse pensamento, no sentido que a indenização devida ao locatário, mesmo não prevista em Lei, pode ser pleiteada com base no direito comum.

Consequentemente, a modificação pretendida, manterá o equilíbrio contratual, evitando o enriquecimento ilícito e a desnecessidade de se buscar o direito comum.

Como já anteriormente proposto, e modificando-se o § 2º do artigo 52, faz-se necessário acrescentar ao inciso III do artigo 72 a ressalva acima mencionada.

Como já anteriormente proposto, e acrescentando-se o inciso III ao artigo 52, faz-se necessária esta inclusão.

Art. 79:

O locatário, calcado nas divulgações e informações publicitárias do locador, está convicto de que ingressará em um imóvel com todas as benfeitorias e atrativos divulgados na propaganda, realizando,

consequentemente, um bom negócio, sendo esta uma das razões principais que o motivam a assinar o contrato de locação e outros instrumentos que fazem parte integrante desse mesmo contrato, responsabilizando-se pelo pagamento significativo do ponto comercial (em casos de locação comercial), aluguéis, condomínios, etc.

A divulgação clara e reiterada das condições constantes da propaganda obriga o locador a realizar o ali prometido, isso porque atraiu o interessado (locatário), e, por isso mesmo, terá o locador de cumprir o que prometeu, sob pena de se responsabilizar pelo seu inadimplemento.

Além do mais, o artigo 4º da Lei de Introdução ao Código Civil reza: “quando a lei for omissa, o juiz decidirá o caso de acordo com a analogia, os costumes e os princípios gerais de direito”.

Em face da ausência de regulamentação especial, deve-se aplicar o Código de Defesa do Consumidor, que veio em boa hora preencher a lacuna existente no que diz respeito às propagandas veiculadas pelo locador.

Os prospectos de lançamento e a infra-estrutura prometidos pelo locador ao locatário devem retratar exatamente a realidade, sendo vedada a publicidade enganosa.

É princípio de direito que as relações entre as partes devem pautar-se em bases de lealdade e boa-fé, o que se traduz na proibição da publicidade enganosa ou abusiva.

O locatário recebe a divulgação da propaganda como verdadeira.

Como se sabe, a publicidade é um instrumento privilegiado de formação de um comportamento, sendo evidente que o anúncio, a oferta etc. feitos pelo locador ao locatário importam em um compromisso equivalente à obrigação assumida contratualmente.

Compete, por isso, ao locador cuidar para que a divulgação de seu lançamento corresponda efetivamente à realidade, ou seja, à verdade.

Se o locador não cumprir o veiculado na propaganda, modificará, unilateralmente, o que o locatário vislumbrava.

Assim, alterada unilateralmente a estrutura do negócio, modificar-se-ão as condições pelas quais ele foi celebrado, merecendo, destarte, ser revisto pelo Poder Judiciário, a fim de acomodar-se à realidade de fato.

Nas locações comerciais se faz ainda mais premente a aplicação da norma do Código de Defesa do Consumidor, uma vez que o locatário desembolsa alto valor pela aquisição do seu ponto comercial (luvas), instalações, projetos etc., destinando o valor de suas vendas para o pagamento de aluguéis, condomínio, fundo de promoção em *shopping center*), gastos com salários, encargos sociais, impostos, além do custo das mercadorias comercializadas com os seus fornecedores. Ocorrendo a hipótese de o locador não cumprir as promessas veiculadas na propaganda, haverá não só a corrosão de seu capital de giro mas também de seu lucro.

Destaca-se, ainda, que o locatário de espaços comerciais necessita dos atrativos previstos nos panfletos publicitários, sendo os equipamentos prometidos essenciais para a exploração de suas atividades e relevante ao êxito de seus negócios, com maiores chances de se obter um resultado promissor, e a não realização das obras e o não cumprimento das promessas do locador acarretará manifesto e irreversível prejuízo.

Por essas razões, deve-se aplicar o Código de Defesa do Consumidor às locações em geral, sendo certo que quaisquer propagandas exibidas ao locatário, além de obrigarem o locador, devem fazer parte integrante do contrato de locação e seus anexos.

Contamos com o apoio de nossos Pares para a aprovação deste importante projeto de lei.

Sala das Sessões, em de de 2002.

Deputada ZULAIÊ COBRA

INSTRUMENTO PARTICULAR DE CONTRATO ATÍPICO DE LOCAÇÃO DA LUC [] PISO [] DO SHOPPING CENTER

São partes neste instrumento, de um lado como:

1. LOCADORA:

e de outro como,

2. LOCATÁRIA:

3. FIADORES:

Os **FIADORES** supra mencionados declaram ser titulares do imóvel objeto da matrícula nº [], do [] Ofício da Comarca de [], sendo certo que, na hipótese de alienação deste ou no caso de vir a incidir qualquer ônus sobre o mesmo, deverá o fato ser comunicado imediatamente a **LOCADORA**, bem como ser apresentado outro imóvel, sob pena de vir a ser o presente contrato declarado rescindido de pleno direito, com o consequente direito da **LOCADORA** de propor a competente ação de despejo.

4. OBJETO DA LOCAÇÃO:

LOJA DE USO COMERCIAL (LUC):

Área Compreendida:

Piso:

Nome Fantasia:

Atividade Autorizada:

Código Abrasce:

5. PRAZO DA LOCAÇÃO:

a) Data início:

b) Data término:

c) Data da Entrega das Chaves da LUC para Início da Reforma:

6. ALUGUEL:

a) Aluguel Percentual: % (por cento) do faturamento bruto mensal;

b) Aluguel Mínimo Mensal Reajustável: (base...../2014):

(i) 1º ano da locação: R\$

(ii) 2º ano da locação: R\$

(iii) 3º ano da locação: R\$

(iv) 4º ano da locação: R\$

(v) 5º ano da locação: R\$

c) Data do Primeiro Pagamento:

7. ENCARGOS DA LOCAÇÃO: conforme cláusula 4ª abaixo.

Data do Primeiro Pagamento:

8. FUNDO DE PROMOÇÃO: A contribuição será devida pela **LOCATÁRIA** conforme Estatuto da Associação dos Lojistas.

Data do Primeiro Pagamento:

9. REAJUSTES: conforme cláusula 3.4. abaixo.

10. DATA DO PAGAMENTO DO ALUGUEL MÍNIMO, ALUGUEL PERCENTUAL, ENCARGOS E FUNDO DE PROMOÇÃO:

a) Aluguel Mínimo: todo dia 05 do mês vencido - Aluguel Percentual: todo dia 15 do mês vencido.

b) Encargos: todo dia 05 do mês corrente.

c) Fundo de Promoção: todo dia 15 do mês corrente.

11. DISPOSIÇÕES ESPECIAIS:

11.1. A **LOCATÁRIA** terá até a data de [] para inaugurar a LUC, sob pena de, sem prejuízo do previsto na Escritura Declaratória de Normas Gerais Regedoras das Locações SHOPPING CENTER, serem aplicadas as seguintes sanções:

a) Multa diária, no valor equivalente a 10% (dez por cento) do Aluguel Mínimo ou R\$ 1.000,00 (um mil reais), quando não houver fixação de Aluguel Mínimo, se o atraso for inferior a 30 (trinta) dias;

b) Multa equivalente a 03 (três) Aluguéis Mínimos ou R\$ 1.000,00 (um mil reais), por dia, quando não houver fixação de Aluguel Mínimo, se o atraso for superior a 30 (trinta) dias, cumulativamente à multa fixada na letra “a” acima, sendo facultado à **LOCADORA** rescindir o contrato com a aplicação das referidas penalidades.

11.2. A **LOCATÁRIA** tem ciência neste ato de que os documentos integrantes da presente locação encontram-se em revisão e adequação, por força de lei, sendo certo que os mesmos sofrerão alterações em sua redação. As cópias dos documentos definitivos serão entregues à **LOCATÁRIA** tão logo os mesmos forem registrados em cartório.

As partes nomeadas e qualificadas nos itens 1, 2 e 3 supra têm entre si justa e contratada a locação da LOJA DE USO COMERCIAL (LUC), acima especificada, a se reger pelas disposições da Escritura Declaratória de Normas Gerais Regedoras das Locações do SHOPPING CENTER, e, também, deste contrato, e de acordo com as cláusulas seguintes.

1ª. OBJETO

1.1. O objeto desta locação é a LOJA DE USO COMERCIAL (LUC) acima, caracterizada e identificada na planta anexa, localizada no SHOPPING CENTER, situado na [].

2ª. PRAZO

2.1. A locação vigorará pelo prazo estabelecido no item 5 do Quadro Resumo, para todos os efeitos de direito.

2.2. A eventual prorrogação da locação só poderá ocorrer se respeitadas as condições contratuais estabelecidas neste instrumento, nas normas a que ele se subordina e nos regulamentos e instrumentos que o complementam e integram.

3ª. ALUGUEL

3.1. O aluguel mensal, tal como estabelecido no Capítulo VII, da referida Escritura Declaratória de Normas Gerais Regedoras das Locações do SHOPPING CENTER, será o maior dentre os previstos no item 6, letras "a" e "b", do Quadro Resumo acima.

3.2. Para efeito de apuração do Aluguel Percentual, a **LOCATÁRIA** obriga-se a atender o disposto nos Capítulos VII e VIII da Escritura Declaratória de Normas Gerais Regedoras das Locações do SHOPPING CENTER.

3.3. Todos os pagamentos relativos ao presente contrato serão feitos através de boleto bancário a ser enviado pela **LOCADORA**.

3.4. Todos os valores ajustados no presente contrato, serão periodicamente reajustados, no menor prazo admitido por lei, e no silêncio desta mensalmente, de acordo com a variação positiva do IGP-DI (Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna) publicado pelo Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas, e na sua falta, pelo IGP-M/FGV (Índice Geral de Preços - Mercado), publicado pela Fundação Getúlio Vargas, ou através de outro índice que venha a substituir um ou ambos, a contar da data estabelecida no item 6, letra "b", do Quadro Resumo.

3.5. Nos meses de dezembro, o Aluguel Mínimo será computado em dobro, consoante os termos do item 7.9, da mencionada Escritura Declaratória de Normas Gerais Regedoras das Locações do SHOPPING CENTER.

4ª. ENCARGOS DA LOCAÇÃO

4.1. Juntamente com o aluguel, a **LOCATÁRIA** pagará, mensalmente, todos os encargos da locação referidos no Capítulo IX da mencionada Escritura Declaratória de Normas Gerais Regedoras das Locações do SHOPPING CENTER. Os encargos decorrentes da locação serão pagos levando-se em conta, não só a metragem e sua fração ideal, como também a exposição da LUC para o mall, a proporção entre área de vendas e o estoque, além da atividade autorizada, e após as deduções referentes às LUCs destinadas às ancoras, mega lojas, cinemas e lazer.

4.2. A **LOCATÁRIA**, além dos encargos referidos acima, também é responsável pelo pagamento de todas as despesas com seus consumos específicos de energia elétrica, água, esgoto, gás, telecomunicações, ar condicionado e outras que sejam de seu uso exclusivo, inclusive durante a obra de instalação. Além destas despesas, a **LOCATÁRIA** também pagará os custos com IPTU relativo à área privativa da loja e os seguros específicos da loja, bem como qualquer outro tributo/taxa que venha a ser criado, e que deverão ser pagos pela **LOCATÁRIA**, sempre nas suas datas de vencimento, nos termos do Capítulo IX da Escritura Declaratória de Normas Gerais Regedoras das Locações do SHOPPING CENTER.

4.3. Tendo em vista que os recursos arrecadados mensalmente pela **LOCADORA** ou por Administradora por ela contratada, a serem pagos pela **LOCATÁRIA**, através do rateio das contas mensais globais de serviços públicos, são destinados integralmente ao pagamento destas contas e que se não pagas acarretarão interrupção do fornecimento global de serviços para o Shopping Center, a **LOCATÁRIA** está ciente que, caso não honre o pagamento destes encargos, nas datas e prazos contratualmente convencionados, ficará também sujeita a corte ou interrupção do fornecimento do

serviço em sua LUC, até a quitação da parcela em atraso, devidamente corrigida da data de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, independente das demais medidas legais cabíveis.

5ª. FUNDO DE PROMOÇÃO

5.1. É condição da presente locação o ingresso e a permanência da **LOCATÁRIA** no quadro de sócios da Associação de Lojistas do SHOPPING CENTER, sujeitando-a ao pagamento da contribuição fixada no seu Estatuto, conforme indicado no item 8 do Quadro Resumo, juntamente com o aluguel mensal, sendo motivo de imediata rescisão deste contrato a sua exclusão daquela entidade.

5.2. O Fundo de Promoção do SHOPPING CENTER tem por finalidade planejar e executar a publicidade e a promoção institucional do Shopping, como pólo de atração e desenvolvimento comercial, suas características de conforto, facilidade e segurança e de ofertas que oferecem melhor confronto de oportunidades e seleções para o consumidor, e, também sua atuação como participante do desenvolvimento urbano.

5.3. O Fundo de Promoção será gerido pela **LOCADORA** ou por Administradora por ela contratada, mediante remuneração entre elas fixada.

5.4. A **LOCADORA**, ao seu exclusivo critério, poderá instituir contribuições extraordinárias para o custeio de campanhas promocionais específicas.

6ª. DESTINAÇÃO

6.1. A LOJA DE USO COMERCIAL (LUC) objeto deste contrato destinar-se-á, única e exclusivamente, de forma contínua e ininterrupta, à atividade referida no item 4 do Quadro Resumo, com estrita obediência às disposições do Capítulo V da Escritura Declaratória de Normas Gerais Regedoras das Locações do SHOPPING CENTER.

7ª. SUBLOCAÇÃO, CESSÃO E TRANSFERÊNCIA DA LOCAÇÃO

7.1. Salvo expressa autorização por escrito da **LOCADORA**, e mediante o pagamento da taxa de transferência de 15 (quinze) vezes o valor do aluguel mensal vigente, ficam vedadas a sublocação, a cessão, a transferência ou o empréstimo da loja ora locada, total ou parcialmente, bem como o seu uso, gratuito ou oneroso, por terceiros, ficando facultado à **LOCADORA** rescindir o presente contrato de pleno direito.

7.2. A taxa de transferência acima referida deverá ser paga à **LOCADORA** pela **LOCATÁRIA** em momento anterior ou concomitante à assinatura da respectiva sublocação, cessão, transferência ou empréstimo da loja locada.

8ª. DISPOSIÇÕES GERAIS

8.1. A **LOCATÁRIA** declara ter perfeito conhecimento e concordar que a **LOCADORA** não lhe pode assegurar o estabelecimento e/ou permanência de quaisquer lojistas tradicionais e/ou famosos no Shopping, isso ainda que tivesse desejado, programado ou até mesmo, eventualmente, já contratado a participação de tais lojistas no empreendimento. Por tal razão, não assistirá à **LOCATÁRIA** o direito de reivindicar qualquer indenização ou compensação, ou de exigir a rescisão do contrato, sob o fundamento da ausência, desistência e/ou retirada de qualquer lojista que se esperava e/ou anunciava e/ou viesse a se estabelecer no SHOPPING CENTER.

8.2. A **LOCADORA** reserva-se o direito de, respeitada a finalidade a que destinaram o SHOPPING CENTER, livremente alterar, quando lhe convier, parcialmente ou no todo, o projeto aprovado, inclusive no que concerne à localização dos espaços de uso comercial e instalações de uso geral ou

quaisquer outras dependências de uso comum, sempre com o objetivo de melhorar as instalações do Shopping Center.

8.3. Fica expressamente vedado à **LOCATÁRIA** realizar campanhas promocionais, vendas especiais, campanhas de redução de preços ou quaisquer tipos de liquidação de suas mercadorias em datas isoladas e/ou fora das datas das Campanhas Coletivas de Liquidação do Shopping Center.

8.4. A **LOCATÁRIA** tem plena ciência e concorda desde já que a **LOCADORA** poderá ceder em garantia, a quem a ela interessar, os créditos decorrentes deste Contrato de Locação.

8.5. A **LOCATÁRIA**, sendo pessoa física, no prazo máximo de 90 (noventa) dias a contar da assinatura do presente instrumento, obriga-se à apresentar à **LOCADORA**, pessoa jurídica legalmente constituída, da qual seja sócia, com o que desde já anui a **LOCADORA**, desde que cumpridas todas as obrigações contratualmente previstas, ficando a **LOCATÁRIA**, se observado o prazo previsto nesta cláusula, isenta do pagamento de taxa de transferência. Após o recebimento da referida documentação, a **LOCADORA** providenciará o respectivo Instrumento de Cessão.

8.6. A desobediência do prazo estabelecido na cláusula acima será considerada infração ao presente contrato, estando submetida, inclusive, à incidência de multa diária de 10% (dez por cento) do Aluguel Mínimo ou Percentual vigente à época da infração, até que atendida a condição, podendo, ainda, a **LOCADORA** rescindir o presente.

8.7. A **LOCATÁRIA**, como condição essencial deste contrato, renuncia, expressamente, em caráter irrevogável e irretratável ao direito de preferência à aquisição da LUC objeto deste contrato, na hipótese de alienação da mesma ou do empreendimento como um todo pela **LOCADORA**, ficando, portanto, desde já, dispensada a expedição da notificação de que trata o artº 27, da Lei nº 8245, de 18/10/1991, para o eventual exercício desse direito, ora renunciado.

8.8. As citações, notificações ou interpelações da **LOCATÁRIA** são igualmente consideradas válidas se realizadas aos cuidados do departamento jurídico da **LOCATÁRIA**, ou na própria loja, aos cuidados do gerente, obrigando-se a **LOCATÁRIA** a outorgar poderes aos mesmos para tanto.

8.9. O presente contrato obriga as partes contratantes e seus sucessores, sendo celebrado em caráter irrevogável e irretratável.

8.10. Os representantes infra assinados declaram, de uma parte à outra, que possuem os poderes legais para firmarem o presente instrumento, em nome das contratantes.

8.11. A **LOCATÁRIA** expressamente reconhece que o Shopping possui seguro de suas instalações básicas e da loja, objeto da locação, “em osso”, sendo certo que as instalações privativas da loja, tais como: móveis, estoques de mercadorias e equipamentos, valores em trânsito, etc., não estão cobertas pelo seguro do Shopping e sua contratação é de responsabilidade única e exclusiva da **LOCATÁRIA**, conforme prevê a cláusula 9.11. e seguintes da Escritura Declaratória de Normas Gerais Regedoras das Locações do SHOPPING CENTER, parte integrante deste contrato, isentando a **LOCADORA** de qualquer tipo de responsabilidade ou solidariedade em caso de sinistro.

8.12. A **LOCATÁRIA** deverá apresentar à **LOCADORA**, para aprovação prévia e expressa, até 30 (trinta) dias após a data de assinatura deste instrumento, todos os projetos relativos às instalações comerciais, letreiros, luminosos e decoração, elaborados por profissional capaz e idôneo, obedecendo às normas técnicas e as diretrizes do Manual de Normas e Projetos, contendo, no mínimo, o seguinte (em 2 vias): a) plantas na escala 1:25; b) fachada na escala 1:25; c) perspectiva interna colorida (1 via); d) perspectiva externa colorida (1 via); e) especificações de materiais; f) dois cortes, sendo um longitudinal e outro transversal, na escala 1:25; g) projetos referentes às estruturas (mezaninos, estrutura espacial); h) cronograma de execução das obras e i) projetos relativos às instalações

elétricas e afins, hidráulicas, combate à incêndio e ar condicionado/exaustão, neles especificadas as respectivas cargas, materiais e demais elementos elucidativos, respeitados os limites estabelecidos pela Administradora e pelo Manual de Normas e Projetos, bem como a autorização dos órgãos públicos.

8.13. A **LOCATÁRIA**, caso necessário, poderá instalar mezanino, às suas expensas, desde que respeitados os índices máximos permitidos pela legislação municipal, as normativas técnicas e as diretrizes do Manual de Normas e Projetos.

8.14. Na hipótese da **LOCATÁRIA** instalar mezanino que não atenda aos aspectos legais e técnicos permitidos e aprovados pela legislação municipal, fica obrigada a desfazê-lo, independente de comunicação ou notificação da **LOCADORA**, às suas expensas e responsabilidade, sob pena de pagamento de multa diária no valor de R\$ 1.000,00 (um mil reais), valor este reajustável de acordo com a cláusula 3.4. acima, ficando a exclusivo critério da **LOCADORA**, rescindir-se a presente locação por infração grave.

8.15. É de exclusiva responsabilidade da **LOCATÁRIA** a remoção, bem como pagamento de todas e quaisquer despesas provenientes da remoção de entulhos e restos de obra de sua LUC.

8.16. A **LOCATÁRIA** está ciente e concorda que todos e quaisquer custos referentes a projetos, obras de instalação, materiais e equipamentos da LUC, necessários para o adequado funcionamento e exercício de sua atividade na área ora locada, serão providenciados e integralmente suportados por ela, inclusive alvarás, licenças, autorização dos órgãos públicos, assim como água, luz e demais encargos.

8.17. As benfeitorias que acederem ao imóvel, tais como, exemplificativamente, mas não limitadamente, revestimentos, pinturas, fachadas de lojas, instalações elétricas, de ar condicionado, “fan-coil”, sistema de exaustão, de proteção anti-incêndio, hidráulicas, quadro elétrico e luminárias embutidas, mesmo que pagas pela **LOCATÁRIA** passarão a integrar o imóvel locado, não podendo ser retiradas pela **LOCATÁRIA** que, sobre tais benfeitorias, não terá direito a reembolso do respectivo custo ou indenização a qualquer título.

8.18. A **LOCATÁRIA** receberá a LUC da forma em se encontrar na data da locação, sendo de total responsabilidade da **LOCATÁRIA** a adequação da área locada para início das obras.

9ª. INADIMPLEMENTO

9.1. Caracteriza inadimplemento contratual da **LOCATÁRIA**, a infração de qualquer cláusula ou descumprimento de qualquer obrigação estabelecida neste contrato e ou documentos que o integram, cujas penalidades serão aplicadas de acordo com o Capítulo XVII da Escritura Declaratória de Normas Gerais Regedoras das Locações do SHOPPING CENTER.

9.2. O atraso no pagamento do aluguel, encargos da locação e fundo de promoção supra referidos, bem como o não pagamento dos mesmos nas condições e local previstos neste instrumento, sujeitarão a **LOCATÁRIA** devedora às seguintes sanções, calculadas sempre sobre o valor total da obrigação, além de ensejar à **LOCADORA** o direito de dar por rescindido o contrato de locação por inadimplemento da **LOCATÁRIA**: a) juros de mora a razão de 1% (um por cento) ao mês ou fração; b) multa moratória de 10% (dez por cento) sobre o valor total das obrigações em atraso; c) reajuste de todas as quantias em débito, inclusive encargos de mora, até a data do efetivo pagamento da dívida, calculado de acordo com a variação pro-rata-dia, com base nos critérios de reajuste estabelecidos neste contrato; d) todas as despesas e custas judiciais, assim como honorários advocatícios na base de 20% (vinte por cento) sobre o total do débito se houver intervenção de advogado.

10ª. RESCISÃO E TÉRMINO DA LOCAÇÃO

10.1. Acarreta a rescisão automática e de pleno direito do contrato, independentemente de notificação, interpelação judicial ou extrajudicial e da apuração de perdas e danos, a ocorrência de liquidação extrajudicial ou judicial, recuperação judicial ou extrajudicial, falência ou insolvência civil, caso for pessoa física, da **LOCATÁRIA**, sendo aplicável às disposições e as sanções previstas na Escritura Declaratória de Normas Gerais Regedoras das Locações do SHOPPING CENTER.

10.2. Na hipótese da **LOCATÁRIA** promover a denúncia da locação, devolvendo a LUC locada antes de findo o prazo contratual, conforme previsto no artigo 4º da Lei nº 8.245/91, ficará sujeita ao pagamento de multa equivalente a 03 (três) vezes o valor do Aluguel Mínimo ou Percentual, este último calculado sobre a média dos últimos 12 (doze) meses da locação.

10.3. Finda a locação, por acordo, pelo término do prazo contratual, ou em razão da rescisão deste, a **LOCATÁRIA** deverá restituir o imóvel no mesmo estado em que recebeu, modificado apenas com as benfeitorias que acederem ao mesmo.

10.4. Na hipótese de rescisão do presente contrato, seja por qual motivo for, fica também automaticamente rescindido o Instrumento Particular de Cessão de Direito de Uso na Estrutura Técnica do SHOPPING CENTER.

11ª. FIANÇA

11.1. Os **FIADORES**, identificados e qualificados no item 3 do Quadro Resumo, firmam este contrato na condição de devedores solidários e principais pagadores de todas as obrigações assumidas neste contrato e documentos anexos, referidos na cláusula 12ª abaixo, que declaram conhecer, especialmente as disposições contidas no Capítulo X da referida Escritura Declaratória de Normas Gerais Regedoras das Locações do SHOPPING CENTER, renunciando, expressamente, às faculdades previstas nos artigos 827, 834, 835, 837, 838, 839 do Código Civil - Lei nº 10.406/2002.

11.2. Os **FIADORES** e a **LOCATÁRIA** estão cientes da possibilidade de protesto de eventual dívida oriunda deste contrato conforme estipula a Lei nº 9.492/97.

11.3. A fiança prestada pelos **FIADORES** é por prazo indeterminado e subsistirá, sempre, independentemente de aviso ou notificação, judicial ou extrajudicial, até a entrega real e efetiva das chaves do imóvel, completamente desocupado e em perfeitas condições de conservação, tal como previsto no artigo 39 da Lei nº 8.245/91. Declaram os **FIADORES** que a fiança até a efetiva entrega das chaves, além de ser condição essencial do negócio, deriva do disposto no parágrafo único, do artigo 56, da Lei nº 8.245/91, que estabelece que vencido o prazo ajustado, sem a devolução do imóvel, o contrato prorroga-se por prazo indeterminado. Declaram, mais, que diante desses esclarecimentos, com os quais expressamente concordam, e tendo em vista que assumiram os encargos de fiadores por prazo indeterminado, quando do vencimento do contrato, sem a devolução do imóvel, a **LOCADORA** não necessitará de nova garantia, tal como lhe faculta o inciso V, do artigo 40, da Lei nº 8.245/91, posto que eles continuarão solidariamente responsáveis com a **LOCATÁRIA** por todas as obrigações por ela assumidas nesse instrumento.

11.4. No caso de morte ou insolvência dos **FIADORES**, fica a **LOCATÁRIA** obrigada a dar-lhes substitutos idôneos, a juízo exclusivo da **LOCADORA**, dentro do prazo de 30 (trinta) dias, contados da ocorrência da hipótese, sob pena de imediata rescisão deste contrato.

11.5. Para todos os fins e efeitos de direito, notadamente para fins de citação, intimação e notificação, a **LOCATÁRIA** nomeia e constitui os **FIADORES** qualificados no item 3 do Quadro Resumo, como seus bastantes procuradores conferindo-lhe os mais amplos e gerais poderes para este fim específico, mandato este convencionado em caráter irrevogável, nos termos do artigo 683 e 684, do Código Civil – Lei nº 10.406/2002.

11.6. Nas ações oriundas do presente contrato, poderá a citação, intimação ou notificação das partes, ser realizada na forma preconizada pelo inciso IV do artigo 58, da Lei nº 8.245/91.

11.7. A **LOCATÁRIA** obriga-se a, anualmente, comprovar a idoneidade financeira dos **FIADORES**, ou dos que vierem a substituí-los, por meio da demonstração e entrega à **LOCADORA** de certidões atualizadas expedidas pelos competentes Cartórios de Registro de Imóveis e de serviços de cadastro de proteção ao crédito, capazes de comprovar que os **FIADORES** são idôneos financeiramente, proprietários de bens livres e desembaraçados de quaisquer gravames suficientes a garantir este contrato e eventuais ANEXOS.

11.8. A **LOCATÁRIA** terá o prazo de 30 dias, contados da carta encaminhada pela **LOCADORA**, para apresentar as certidões nos termos estipulados na cláusula acima, sob pena de pagamento de uma multa diária correspondente a 10% (dez por cento) do Aluguel vigente, sem prejuízo da **LOCADORA**, no curso da mora, dar por rescindido o presente contrato.

12ª. INSTRUMENTOS INTEGRANTES:

12.1. A **LOCATÁRIA**, expressamente, declara conhecer os documentos abaixo, que passam a fazer parte integrante e complementar deste contrato, de cada um dos quais, neste ato, recebe uma cópia, valendo este instrumento como recibo dessa entrega que lhe faz a **LOCADORA**.

- a) Escritura Declaratória de Normas Gerais Regedoras das Locações do SHOPPING CENTER;
- b) Estatutos da Associação dos Lojistas do SHOPPING CENTER;
- c) Convenção do Condomínio do SHOPPING CENTER;
- d) Regimento Interno;
- e) Planta de localização;
- f) Manual de Normas e Projetos.

12.2. O presente contrato se subordina, integralmente, às cláusulas da Escritura Declaratória de Normas Gerais Regedoras das Locações do SHOPPING CENTER referida na alínea "a" acima, cujas disposições, a menos que aqui expressamente revogadas ou modificadas, prevalecerão sobre as deste, ou qualquer outro instrumento, em caso de eventual colidência.

13ª. FORO

As partes elegem o foro da Cidade de [], para dirimir dúvidas decorrentes deste contrato e de seus anexos.

E, por estarem assim justos e contratados, firmam o presente instrumento, em 03 (três) vias, juntamente com os fiadores e testemunhas abaixo.

Local e data.

Assinaturas das partes

Testemunhas

ESTATUTO SOCIAL



CAPÍTULO I – DA ASSOCIAÇÃO E SUAS FINALIDADES

1. A Associação dos Lojistas do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER – ALOGOS – é uma associação sem fins econômicos, com prazo de existência indeterminado.

Parágrafo Primeiro. A ALOGOS tem sua sede no 3º Subsolo do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER, empreendimento situado na Cidade de Cuiabá, Estado de Mato Grosso na Avenida José Monteiro de Figueiredo, nº 500, CEP: 78043-900.

Parágrafo Segundo. O exercício social corresponderá ao ano civil.

Parágrafo Terceiro. O patrimônio da associação será constituído pelos bens móveis e imóveis que possua ou venha a possuir.

2. A ALOGOS tem por finalidade:

- a) Cultivar as relações entre pessoas físicas e jurídicas, condôminos, co-proprietários, locatários ou outras que a qualquer título vierem a ser investidas na posse das Lojas de Uso Comercial (LUC) do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER promovendo, em especial, o intercâmbio de experiências e informações;
- b) Amparar os legítimos interesses dos associados perante os poderes públicos e quaisquer órgãos ou entidades de direito público ou privado;
- c) Realizar, por si ou por terceiros, estudos e serviços de utilidade para seus associados;
- d) Cooperar com órgãos de classes e entidades afins, de forma a obter maior unidade de ação no trato dos assuntos relacionados com a comercialização em Shopping Centers;
- e) Estabelecer normas éticas e regulamentos capazes de disciplinar as atividades de seus associados, visando à afirmação do conceito e ao desenvolvimento do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER;
- f) Promover a ampla divulgação do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER como fonte de multiplicidades comerciais, como elemento de aprimoramento de mão de obra, como entidade participante do desenvolvimento urbano, como local de melhor conforto e oportunidade para sua clientela potencial, utilizando, especialmente para esse fim, os recursos previstos no Capítulo VII referentes ao Fundo de Promoção do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER – FUPOGOS;
- g) Colaborar com a administração do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER, estimulando as campanhas promocionais por esta organizadas e sugerindo as que lhe pareçam convenientes aos interesses comuns;
- h) Praticar, enfim, todos os atos de direito no legítimo interesse de seus associados e da coletividade de que representa.

CAPÍTULO II- DOS ASSOCIADOS, SEUS DIREITOS E DEVERES

3. Os associados poderão ser titulares, honorários e/ou natos.

Parágrafo Único. Os associados não respondem solidária, nem subsidiariamente, pelas obrigações contraídas pela ALOGOS.

Alexandre Bergamini Chioratto
OAB/MT 3722

4. Serão associados titulares os condôminos, co-proprietários, locatários ou outros que a qualquer título, vierem a explorar atividade comercial nas LUCs ou outra unidade imobiliária do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER, a seguir denominados simplesmente "usuários".

5. Por proposta do Conselho Diretor e prévia aprovação do Conselho Deliberativo a ALOGOS poderá conceder título de associado honorário a pessoas físicas ou jurídicas não associadas que, por sua extensão e atividade em prol da ALOGOS e suas causas, sejam merecedoras de tal título.

Parágrafo Primeiro. Aos associados honorários serão franqueados os serviços da Associação, com isenção total de contribuições.

Parágrafo Segundo. Os associados honorários não terão direito a votar ou serem votados nas assembléias da ALOGOS.

6. São associados natos as empresas empreendedoras do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER, bem como suas contratadas para administrá-lo ou para prestar assessoria na sua administração, com isenção total de contribuições.

7. Respeitado o previsto no artigo 4º deste Estatuto Social, é condição de admissão como associado titular na ALOGOS a prévia aprovação de sua admissão como usuário.

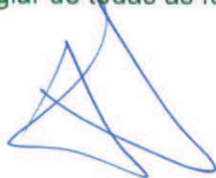
Parágrafo Único. Os associados natos não estarão sujeitos a qualquer regime de admissão.

8. São direitos dos associados titulares e natos:

- a) Exclusivamente, votar e serem votados para os cargos eletivos da ALOGOS na pessoa de um de seus associados, diretores ou gerentes que sejam por eles indicados;
- b) Utilizar-se dos serviços da ALOGOS;
- c) Tomar parte nas Assembléias Gerais da ALOGOS;
- d) Propor ao conselho Diretor e ao Conselho Deliberativo medidas de interesse social;
- e) Incluírem em seus impressos o logotipo e a sigla da ALOGOS.

9. São deveres comuns dos associados:

- a) Cumprir o presente Estatuto Social e as deliberações da ALOGOS;
- b) Pagar as contribuições para o Fundo de Promoção do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER – FUPOGOS;
- c) Pagar as contribuições devidas para a manutenção da ALOGOS;
- d) Participar das promoções gerais do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER, notadamente aquelas objetivando incremento das vendas, colaborando, desta forma, para maior êxito de tais promoções;
- e) Zelar pelo bom nome e conceito da ALOGOS;
- f) Cooperar na consecução dos objetivos sociais;
- g) Prestar, espontaneamente ou quando solicitado, informe de qualquer natureza a fim de que a ALOGOS disponha de dados capazes de nortear as suas atividades de forma eficaz e produtiva;
- h) Prestigiar de todas as formas a ALOGOS e suas atividades.




Alexandre Bergamini Chioratto
OAB/MT 2120

Parágrafo Primeiro. O descumprimento do preceituado nas alíneas "b" e "c" importa em suspensão automática dos direitos do associado faltoso e em sua exclusão se, notificado, não regularizar sua situação no prazo de 30 (trinta) dias.

Parágrafo Segundo. Os associados honorários e natos estão isentos dos pagamentos previstos nas alíneas "b" e "c" supra.

Parágrafo Terceiro. Os co-proprietários e respectivos locatários, quando aplicável, são solidariamente responsáveis, sem benefícios de ordem, pelos pagamentos previstos nas alíneas "b" e "c" supra.

10. Além da hipótese de exclusão prevista no Parágrafo Primeiro do artigo 9 acima, poderão também ser excluídos do quadro de associados mediante proposta do Conselho Diretor e aprovação por 2/3 (dois terços) dos votos da totalidade dos demais associados, em votação secreta, em Assembléia convocada especialmente para esse fim, aqueles que (i) infringirem o presente Estatuto Social; (ii) de forma antiética, desprestigiarem a sua condição de associado, ou por qualquer outra forma agirem contra os interesses da ALOGOS ou do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER, ficando proibidos de frequentar a ALOGOS e de usar as marcas e logotipo do Shopping Center.

Parágrafo Primeiro. Alternativamente e sem prejuízo de futura exclusão, nos casos previstos no *caput* deste artigo, o Conselho Diretor, a seu exclusivo critério, poderá aplicar aos associados pena de advertência e, em casos de extrema gravidade e necessária urgência, suspensão da participação nas atividades da ALOGOS e do direito de uso das marcas e logotipo do Shopping Center, pelo prazo de até 90 (noventa) dias, mediante prévia aprovação da maioria de seus membros.

Parágrafo Segundo. A interrupção do prazo de 90 (noventa) dias descrito no Parágrafo Primeiro e a exclusão de associado são de competência exclusiva da Assembléia Geral da ALOGOS;

Parágrafo Terceiro. A Assembléia Geral da ALOGOS poderá, também, prorrogar o prazo da pena de suspensão aplicada pelo Conselho Diretor nos termos do Parágrafo Primeiro deste artigo para a realização de diligências eventualmente necessárias, por até 90 (noventa) dias adicionais.

Parágrafo Quarto. A empresa associada é responsável perante a ALOGOS pela conduta de seus representantes.

Parágrafo Quinto. A exclusão de um associado poderá também ser solicitada por 50% (cinquenta por cento) dos associados titulares, no gozo de seus direitos sociais.

Parágrafo Sexto. A aplicação da pena de suspensão não exime o associado faltoso do cumprimento de suas obrigações pecuniárias para com a ALOGOS.

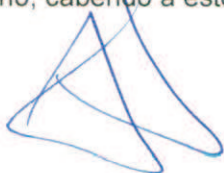
Parágrafo Sétimo. Da decisão que decretar a exclusão do associado, caberá recurso à Assembléia Geral com direito a ampla defesa, dentro do prazo de 30 dias, contados do recebimento da comunicação escrita, e que será julgado por referida assembléia, em sua próxima convocação, não se conhecendo recursos interpostos fora do prazo.

11. Qualquer associado, em dia com suas obrigações para com a ALOGOS, poderá requerer sua exclusão do quadro de associados, mediante requerimento escrito ao Conselho Diretor, o que ensejará de pleno direito a rescisão do contrato de locação e de seus contratos acessórios.

CAPÍTULO III- DA ASSEMBLÉIA GERAL

12. A Assembléia Geral é constituída pela reunião dos associados natos, titulares e, colaboradores, no gozo de seus direitos sociais.

Parágrafo Primeiro. Os votos serão computados segundo o seguinte critério: associados titulares - "para cada 100 m² ou fração de área os usuários terão direito a (um) 1 voto", os associados natos - cada associado nato terá direito a 1 (um) voto independentemente de ser ou não condômino, e sendo condômino, cabendo a este 1 (um) voto adicional para cada 100 m² ou fração de área.



Alexandre Bergamini Chioratto
DAS/INT 2012



Parágrafo Segundo. Na ausência de estipulação expressa entre co-proprietário locador e locatário de LUC, o direito de voto nas Assembléias será exercido exclusivamente pelo co-proprietário.

13. A Assembléia Geral Ordinária será convocada pelo Conselho Diretor uma vez por ano nos termos do artigo 15 deste Estatuto Social, e será realizada no decurso do primeiro trimestre civil, com os fins específicos, dentre outros de:

- a) Aprovar as contas do Conselho Diretor; e
- b) Eleger o Conselho Diretor, e os membros do Conselho Deliberativo.

14. A Assembléia Geral poderá ser convocada extraordinariamente por 2/3 (dois terços) dos votos do Conselho Diretor ou Deliberativo, ou a pedido de, pelo menos, 1/5 (um quinto) dos associados titulares, no gozo de seus direitos sociais, ou ainda a pedido de um associado nato.

15. As Assembléias Gerais, Ordinárias ou Extraordinárias, serão convocadas por carta, circular, e-mail ou telegrama, aos associados, com antecedência mínima de 10 (dez) dias da data de realização da assembléia, em se tratando de Assembléia Ordinária, e com antecedência mínima de 24 (vinte e quatro) horas, em se tratando de Assembléia Extraordinária.

Parágrafo Único. Tanto na carta, quanto na circular, e-mail ou telegrama, serão obrigatoriamente mencionados, além do local, data e hora da Assembléia, os assuntos a serem deliberados, e não poderão ser votados em Assembléia os assuntos não incluídos na carta, circular, e-mail ou telegrama acima aludidos, salvo se a totalidade dos associados natos e titulares estiverem presentes na assembléia.

16. Os trabalhos da Assembléia Geral serão iniciados na hora estabelecida em primeira convocação, se presentes mais da metade dos associados titulares. A segunda convocação far-se-á 30 (trinta) minutos após a primeira, quando, então, a Assembléia será aberta com qualquer número de presentes.

Parágrafo Primeiro. Ressalvado o disposto em contrário neste Estatuto Social, a Assembléia deliberará por maioria simples de votos dos associados presentes, computados nos termos do artigo 12 deste Estatuto Social.

Parágrafo Segundo. Para aprovação de alterações deste Estatuto, será obrigatória convocação específica, e os associados reunir-se-ão, em primeira convocação, com a presença da maioria absoluta dos votos válidos, computados nos termos do artigo 14 deste Estatuto Social e, em segunda convocação, com a presença de qualquer número, sendo necessários votos concordes de (2/3) dois terços dos votos válidos presentes à assembléia para a aprovação de qualquer alteração estatutária. No caso de alterações dos artigos 3º, 6º, 8º, 12, 14, 16, 19, 20, 21, 24 e 25, os associados natos terão direito de veto.

17. É da competência exclusiva da Assembléia Geral, Ordinária ou Extraordinária:

- a) Aprovar as contas do Conselho Diretor e conceder as autorizações mencionadas no artigo 25 deste Estatuto Social;
- b) Apreciar atos do Conselho Deliberativo;
- c) Alterar o presente estatuto, observando o disposto no Parágrafo Segundo do artigo 16 acima;
- d) Eleger ou destituir o Conselho Diretor e o Conselho Deliberativo; e
- e) Decidir sobre todos os assuntos de interesse da ALOGOS.

18. No caso de destituição do Conselho Diretor ou do Conselho Deliberativo, deverá, na mesma Assembléia especialmente convocada para esse fim, eleger-se o novo Conselho Diretor ou Conselho Deliberativo para complementação do respectivo mandato.

Alexandre Bergamini Chioratto
OAB/MT 3713

19. Em caso de dissolução da Associação, a Assembléia que a aprovar deverá nomear uma Comissão Especial de 5 (cinco) membros, sendo pelo menos um deles associado nato, com plenos poderes para cumprir tal objetivo.

20. Será exigida aprovação da maioria de 4/5 (quatro quintos) dos associados titulares com direito a voto para os fins previstos nos artigos 18 e 19.

CAPÍTULO IV – DO CONSELHO DELIBERATIVO

21. O Conselho Deliberativo da Associação será composto de 06 (seis) membros, eleitos pela Assembléia Geral, devendo garantir a representação de associados natos e a presença dos associados titulares.

Parágrafo Único. O mandato dos membros do Conselho Deliberativo será de 1 (um) ano, permitida uma única reeleição para o mandato subsequente, à exceção dos associados natos que poderão ser reeleitos indefinidamente.

22. O Conselho Deliberativo reunir-se-á mediante convocação de seu Presidente ou do Conselho Diretor.

Parágrafo Primeiro. Será excluído do Conselho Deliberativo o membro que deixar injustificadamente, de comparecer a três reuniões consecutivas ou alternadas, no decurso de um ano civil, salvo prévia autorização do próprio Conselho Deliberativo.

Parágrafo Segundo. No caso de exclusão ou impossibilidade de cumprimento do mandato de qualquer membro do Conselho Deliberativo, os seus demais integrantes elegerão em votação secreta um associado titular para substituí-lo.

23. Compete ao Conselho Deliberativo:

- a) Aprovar o orçamento anual da ALOGOS;
- b) Fixar as contribuições dos associados;
- c) Examinar e emitir parecer sobre as contas do Conselho Diretor;
- d) Convocar as Assembléias Gerais Ordinárias, observando o disposto no artigo 16;
- e) Apreciar recursos dos associados contra decisões do Conselho Diretor;
- f) Estabelecer normas e diretrizes de atuação da ALOGOS tendo em vista as condições vigentes no setor lojista ou varejista.

Parágrafo Primeiro. Os membros do Conselho Deliberativo não gozarão de qualquer remuneração ou ajuda de custo a qualquer título.

Parágrafo Segundo. O Conselho Deliberativo decidirá por maioria simples dos seus membros, exceto nos casos em que estatutariamente for exigido outro quorum, tendo o Presidente, em caso de empate nas votações, voto de qualidade.

CAPÍTULO V – DO CONSELHO DIRETOR

24. A direção da ALOGOS será exercida por um Conselho Diretor composto de 4 (quatro) membros diretores e assegurada a representatividade prevista no “caput” do artigo 21.

Parágrafo Primeiro. O mandato do Conselho Diretor é de 1 (um) ano, permitida uma única reeleição para o mandato subsequente.

Parágrafo Segundo. O Conselho Diretor reunir-se-á ordinariamente por convocação de (dois) de seus Diretores.

Alexandre Bergamini Chioratto
OAB/MT 2000

Parágrafo Terceiro. Ao representante do associado não caberá o voto de qualidade.

25. Compete ao Conselho Diretor:

- a) Zelar pelo cumprimento dos objetivos sociais e pelo patrimônio da ALOGOS; e
- b) Escolher e contratar serviços de terceiros, observada a indicação destes pelos associados natos.

Parágrafo Único: Compete a quaisquer 2 (dois) Diretores, sempre em conjunto, representar ativa e passivamente a ALOGOS em juízo ou fora dele, inclusive para comprar e vender, permutar e gravar bens imóveis e contrair empréstimos em nome da ALOGOS, com autorização da Assembléia Geral nos termos do artigo 17, iniciar ou intervir em ações judiciais, em qualquer instância ou jurisdição; abrir e movimentar contas bancárias sempre com a interferência do Diretor designado para as tarefas da tesouraria e praticar, enfim, todos os atos de direito necessários ou convenientes à finalidade da ALOGOS, podendo inclusive constituir procuradores, com poderes específicos e por prazo determinado.

26. Todos os cargos do Conselho Diretor serão de exercício gratuito.

27. Perderá o cargo de diretor da ALOGOS aquele que deixar de ter participação societária ou função gerencial em empresas associadas à ALOGOS.

CAPÍTULO VI - DAS ELEIÇÕES

28. Anualmente, no decorrer do primeiro trimestre civil, será convocada Assembléia Geral a fim de eleger os membros do Conselho Deliberativo e do Conselho Diretor da ALOGOS.

29. A candidatura será efetuada por meio de chapa entregue até (cinco) dias antes do pleito, ao Conselho Diretor.

Parágrafo Primeiro. A chapa eleitoral deverá conter:

- a) eleição a que se destina;
- b) nome de cada candidato, da empresa ou loja que representa e do cargo a que concorre; e
- c) assinatura de todos os candidatos.

Parágrafo Segundo. Não serão registradas as chapas que se apresentarem:

- a) incompletas;
- b) com registro de um mesmo candidato a mais de um cargo; e
- c) com mais de um representante de uma empresa do mesmo grupo, vinculadas entre si, ou de mais de 70% (setenta por cento) de empresas da mesma atividade varejista básica.

30. A mesa Diretora da Assembléia será presidida por um Presidente indicado pelo Conselho Diretor e composto por um representante de cada chapa concorrente e, além de um Secretário nomeado pela Presidência.

31. A eleição far-se-á por **escrutínio secreto**, devendo cada eleitor assinalar na cédula única, devidamente rubricada pela mesa diretora, os nomes dos candidatos escolhidos.

32. O direito de votar e ser votado são privilégios dos associados titulares e natos no gozo de seus direitos sociais)



Alexandre Bergamini Chioratto
CAB/MT 2020

Parágrafo Primeiro. A cada associado titular corresponderá o número de votos conforme estabelecido no artigo 12.

Parágrafo Segundo. Não poderão votar ou serem votados os associados titulares ou natos que estiverem em débito com a ALOGOS ou com os direitos sociais suspensos.

33. Os mandatos iniciam-se no dia primeiro de abril do ano da eleição e terminam em 31 de março do ano em que se completar o período eletivo ficando automaticamente prorrogado até a posse dos substitutos.

CAPÍTULO VII – DA FONTE DE RECURSO E DO FUNDO DE PROMOÇÃO

34. O Fundo de Promoção do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER (FUPOGOS) será constituído com contribuições mensais dos associados titulares, bem como por doação.

Parágrafo Primeiro. As contribuições mensais dos associados titulares de que trata este artigo, serão calculadas com base no orçamento anual aprovado pelo Conselho Deliberativo, tomando-se por base a área de utilização das LUCs do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER, ficando desde já estabelecido que tal programação será feita de forma escalonada, da seguinte forma:

- a) à razão de 100% (cem por cento) do valor atribuído ao metro quadrado de área privativa, até o limite de 100 (cem) metros quadrados de área da LUC;
- b) à razão de 75% (setenta e cinco por cento) do valor atribuído ao metro quadrado para as LUCs que excedam a metragem acima, sobre a área privativa da LUC que exceder a 100 (cem) metros quadrados, até o limite de 1000 (mil) metros quadrados; e
- c) à razão de 50% (cinquenta por cento) do valor atribuído ao metro quadrado, para as LUCs que excedam ao limite de 1000 (mil) metros quadrados de área privativa, pela área que exceder ao referido limite.

Parágrafo Segundo. No mês de novembro, a contribuição de cada lojista para o fundo de promoção será feita em dobro e, no mês de abril com acréscimo de 50% (cinquenta por cento).

Parágrafo Terceiro. Se uma loja for constituída pela reunião de uma ou mais LUCs justapostas ou agrupadas, contribuirá pelo valor correspondente à área total resultante da soma das áreas privativas de cada LUC que a compõe.

Parágrafo Quarto. O Conselho Diretor poderá estabelecer contribuições extraordinárias para o fundo de promoção, para aplicação nas campanhas promocionais e/ou publicitárias.

Parágrafo Quinto. Estão isentas de contribuição, ou terão suas contribuições reduzidas, as LUCs cujas contratações sejam de caráter experimental, sazonal, episódica ou meramente promocional ou ainda com isenção específica (incluindo aquelas tidas como pólo gerador de tráfego), desde que essa natureza e/ou isenção específica conste expressamente do respectivo contrato.

35. Os recursos financeiros indicados no artigo anterior serão depositados em conta bancária específica, em nome da Associação dos Lojistas do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER – Fundo de Promoção, sendo sua movimentação feita pelo Conselho Diretor, que será o administrador do Fundo.

36. O resultado líquido apurado no Balanço Anual será computado como receita ou despesa do orçamento do exercício seguinte.

37. Tendo em vista a natureza, origem e destinação de seus recursos, o Fundo de Promoção do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER pertence à Associação dos Lojistas do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER, o qual será gerido na forma adiante descrita.

38. O Fundo de Promoção do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER será fiscalizado por empresa de auditoria independente, eleita para este fim nas Assembléias Gerais, e gerido e administrado pelo Conselho Diretor.



Alexandre Bergamini Chioratto
CIS/MT 2022

39. Compete ao Conselho Diretor:

- a) Exercer a gerência do FUPOGOS;
- b) Submeter a exame do Conselho Deliberativo: I) Os planos e programas anuais e plurianuais relativos às atividades da ALOGOS, assim como a proposta de orçamento, programa anual e suas alterações; II) As campanhas específicas em que se desdobram os planos e programas anuais, bem como a escolha dos membros ou pessoas que delas ficarem incumbidos; III) As faturas de despesas; IV) Os balancetes mensais e as prestações de compras anuais; e V) Relatório dos trabalhos realizados com base no programa fixado;
- c) Movimentar a conta bancária especial referida no artigo 35;
- d) Celebrar convênios ou contratos que visem ao desenvolvimento das atividades do FUPOGOS, ou os que, de qualquer forma, interessem ao mesmo; e
- e) Outras atribuições compatíveis com as funções administrativas e técnicas.

CAPÍTULO VIII - DISPOSIÇÕES FINAIS

40. Os associados natos têm direito de veto sobre as deliberações tomadas, sejam da Assembléia da ALOGOS, do Conselho Deliberativo ou ainda do Conselho Diretor, quando as mesmas, de qualquer forma, possam prejudicar a imagem do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER.

41. Caberá ao Conselho Deliberativo apreciar e resolver os casos não previstos por estes Estatutos, após ouvir os membros natos.

42. Em caso de Dissolução da Associação dos Lojistas do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER – ALOGOS, o plenário que a tiver decidido, respeitando o disposto no artigo 20, decidirá, na mesma reunião, quanto ao destino a ser dado a seu patrimônio.

43. Fica eleito o foro de Cuiabá, Capital do Estado de Mato Grosso, como o único competente para conhecer e julgar qualquer causa fundada nestes Estatutos, com exclusão de qualquer outro foro, por mais especial ou privilegiado que seja.

Alexandre Bergamini Chioratto
OAB/MT 31102



PRIVATIVO DE REGISTRO DE TÍTULOS DOCUMENTOS E PESSOAS JURÍDICAS
Av. Getúlio Vargas, 141 - Cuiabá/MT - Fone: (0xx65) 3052-9609 - Fax: (0xx65) 3052-9000
Tabelião/Registradora: Glória Alice Ferreira Bartoli
www.primeirooficio.com.br - e-mail: registro@primeirooficio.com.br

PESSOA JURÍDICA - O.S. 303179
CERTIDÃO

Certifico que este documento é parte integrante do
Registro nr.20159, datado de 24/01/2013

CUIABA-MT, 24 de janeiro de 2013

Em testemunho da verdade

Renir Aparecida dos Santos - Tabelião Substituto

REGIMENTO INTERNO DO GOIABEIRAS SHOPPING CENTER

CAPÍTULO I - GENERALIDADES E DEFINIÇÕES
CAPÍTULO II - HORÁRIOS
CAPÍTULO III - USO DO G.S.C.
CAPÍTULO IV - MERCADORIAS
CAPÍTULO V - CONSERVAÇÃO
CAPÍTULO VI - LIMPEZA
CAPÍTULO VII - SEGURANÇA
CAPÍTULO VIII - ILUMINAÇÃO
CAPÍTULO IX - AR CONDICIONADO
CAPÍTULO X - DAS ÁREAS DE ESTACIONAMENTO
CAPÍTULO XI - DISPOSIÇÕES GERAIS

CAPÍTULO I - GENERALIDADES E DEFINIÇÕES

1. **GOIABEIRAS EMPRESA DE SHOPPING CENTER LTDA.**, com sede na Rua Pedroso Alvarenga nº 1.245, 6º andar, conjunto 61, Itaim Bibi, Cidade e Estado de São Paulo, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 07.420.132/0001-11, na qualidade de Proprietária e Incorporadora do **GOIABEIRAS SHOPPING CENTER**, apresenta o presente regimento, que tem aplicação em todas as dependências e sobre todas as atividades desenvolvidas no GOIABEIRAS SHOPPING CENTER, entendendo-se submetidas às suas disposições todos quantos ali exerçam qualquer tipo de atividades, ou que no mesmo se encontrem, seja com a finalidade que for, enquanto ali permanecerem.

2. Entende-se como GOIABEIRAS SHOPPING CENTER, identificado abreviadamente, pelas iniciais G.S.C., o terreno, as edificações, instalações presentes e futuras que o constituem e quaisquer áreas internas ou externas, compreendidas no imóvel denominado GOIABEIRAS SHOPPING CENTER situado na Cidade de Cuiabá, Estado de Mato Grosso na Avenida José Monteiro de Figueiredo, nº 500, CEP: 78043-900.

3. O objetivo principal deste regimento é contribuir para que o G.S.C. alcance suas finalidades básicas de estimular os negócios, oferecer ao público conforto, segurança, diversificação de compras, serviços e entretenimento.

4. Ao longo deste Regimento, são empregadas palavras e expressões, cujos significados são os seguintes:

- a) Administração: pessoas encarregadas pela empresa empreendedora, também aqui chamada de proprietária, responsável por administrar o G.S.C., fiscalizando a aplicação dos procedimentos recomendados e o respeito às disposições disciplinadoras do seu funcionamento.
- b) Loja de uso comercial ou LUC, abreviadamente: qualquer espaço físico destinado pela administração ao exercício de atividade comercial ou de prestação de serviço.
- c) Área comum: todas as áreas franqueadas ao uso ou trânsito do público em geral com ou sem restrições.
- d) Área de serviço: aquela destinada à instalação de serviço, abastecimento, conservação do G.S.C., circulação de mercadorias, coleta e depósito de lixo, ou qualquer outra temporariamente isolada pela administração para execução de serviços que interessem à manutenção do G.S.C.
- e) Área privativa: toda aquela reservada pela administração para seu uso exclusivo ou para fim determinado.

- f) Área de uso restrito: toda aquela reservada pela administração para uso limitado ou específico.
- g) Área de estacionamento: aquela destinada a estacionamento, manobra, circulação e acesso de veículos dos usuários do G.S.C.
- h) Lojista: pessoa física ou jurídica, que possuir contrato de locação de uma loja de uso comercial (LUC), ou qualquer espaço nas dependências internas ou externas do G.S.C.
- i) Funcionário: pessoa física que presta serviços às lojas ou à administração do Shopping com ou sem vínculo empregatício.
- j) Clientes ou fregueses: os compradores de qualquer das lojas e ou usuários dos serviços existentes ou oferecidos nas instalações do G.S.C.
- k) Usuário: qualquer pessoa física ou jurídica, que se utilizar em caráter transitório ou permanente, de qualquer área, dependência ou serviços do Shopping, mesmo que em simples trânsito.
- l) Ramo ou negócio: é a natureza da principal atividade atribuída a cada LUC no Plano Geral de Distribuição de Atividades (Tennant Mix).
- m) Denominação ou título do estabelecimento: é o nome comercial pelo qual se identifica a LUC.
- n) Aluguel: valor cobrado de acordo com a metragem quadrada e localização de cada unidade disponibilizada para locação e será o maior entre os dois valores representados pelo aluguel mínimo e pelo aluguel percentual;
- o) Custo de ocupação mensal: verba locatícia que abrange os valores devidos pelo locatário a título de aluguel, fundo de promoção e despesas comuns, não incluídas as despesas específicas. Quando as multas deste Regimento se referirem à aluguel e o contrato do lojista for de custo de ocupação mensal, as multas devem ser calculadas sobre o custo de ocupação mensal.
- p) Fundo: é aquele denominado Fundo de Promoção do G.S.C., e constituído pela contribuição de todos os lojistas instalados no Shopping e por doações, visando promover, direta e indiretamente, o empreendimento.
- q) Porta de acesso: são os principais pontos de acesso ao interior do Shopping pelos clientes.
- r) Portões: são os acessos aos estacionamentos, docas e áreas de serviços.
- s) Mall: corredores de circulação de público no interior do G.S.C., também denominados partes comuns de circulação.
- t) Descargas: pontos de acesso ao interior do Shopping, principalmente para a entrada e saída de mercadorias, e, também, a via de ingresso de lojistas e funcionários, devidamente credenciados antes do horário normal estabelecido pela administração para seu funcionamento.

CAPÍTULO II – HORÁRIOS

5. O G.S.C. e as áreas comerciais dele integrantes permanecerão obrigatoriamente abertos para o público no mínimo nos seguintes horários: de segunda a sábado, das 10:00 às 22:00 horas e domingos das 14:00 às 20:00 horas. Os setores de alimentação, serviços e lazer funcionarão no

mínimo, de segunda a sábado, das 10:00 às 22:00 horas e nos domingos e feriados das 11:00 às 22:00 horas, podendo estender o funcionamento até as 23:00 horas.

Parágrafo Primeiro. Os horários definidos acima poderão ser alterados pela administração a qualquer momento, e o funcionamento nos domingos e feriados ficam sujeitos à legislação vigente.

Parágrafo Segundo. O descumprimento desses horários ou permanência da LUC fechada por mais de 2 (dois) dias obrigará o lojista ao pagamento de multa diária equivalente a 10% do aluguel mensal, aplicada ao número de dias em que persistir a desobediência, sem prejuízo de serem tomadas as medidas judiciais cabíveis acerca da infração cometida.

Parágrafo Terceiro. Nenhuma das LUCs, salvo previsão contratual ou autorização específica, poderá descumprir os horários estabelecidos no “caput” ou permanecer fechada, seja qual for o motivo, causa ou fundamento, suspendendo, mesmo que temporariamente, as atividades comerciais ou serviços sem prévia e devida autorização por escrito da administração, sob pena de serem tomadas as medidas judiciais cabíveis para normalização da situação.

Parágrafo Quarto. O acesso de lojistas e funcionários devidamente credenciados será feito através das descargas ou outro local determinado pela administração nos horários em que o G.S.C. não estiver aberto ao público.

Parágrafo Quinto. A permanência de lojistas e seus funcionários no interior do G.S.C. em horários diferentes daquele em que os portões e descargas permaneçam abertos só será admitida em casos especiais a critério da administração e será objeto de autorização específica e expressa. Nesse horário somente os funcionários da administração poderão permanecer nas dependências internas do G.S.C.

6. A administração regulará, através deste Regimento e de circulares, horários e/ou modificações próprias para:

- a) Entrada, saída e circulação de mercadorias;
- b) Coleta e transporte de lixo e material inservível;
- c) Limpeza das lojas e áreas comuns;
- d) Execução de serviços de conservação ou reparos;
- e) Funcionamento dos sistemas de energia elétrica, iluminação e ar-condicionado do G.S.C.;
- f) Uso do estacionamento;
- g) Qualquer outra finalidade, a critério da administração.

7. Compete à administração, consultadas as autoridades municipais e sindicais, dilatar horários mínimos, comunicando com antecedência de 03 (três) dias quaisquer modificações que introduzir.

Parágrafo Primeiro. Fica a critério da administração estabelecer horários excepcionais para dias em que se espera fluxo maior do G.S.C.

Parágrafo Segundo. Em sendo abertas as dependências do G.S.C. apenas para visita, compete à administração estabelecer horários e limitações ao acesso e circulação.

Parágrafo Terceiro. Por ocasião de eventos especiais que venham a requerer um horário de funcionamento diverso do aqui estabelecido, tais como, promoções, datas comemorativas, período de festas natalinas, etc., a administração, através de circular dirigida a todos os lojistas do G.S.C. com antecedência de até 12 (doze) horas do início da programação, se encarregará de estabelecer o período e o novo horário do Shopping.

Parágrafo Quarto. Nos horários em que funcione apenas algum setor no G.S.C., fica a critério da administração estabelecer, se necessário, as medidas para isolar e fechar as demais dependências, objetivando segurança e economia.

8. Independente de modificação expressa do que estabelece este regimento, poderá a administração dilatar, modificar ou reduzir os horários estabelecidos em caráter experimental ou temporário.

Parágrafo Primeiro. É lícito aos lojistas ou seus prepostos, desde que devidamente autorizados pela administração, a utilização do estabelecimento nas áreas a eles reservados além da tolerância acima.

Parágrafo Segundo. É lícito ao administrador promover junto às autoridades competentes, por conta dos respectivos proprietários, a remoção, para onde de direito, de quaisquer veículos deixados no estabelecimento do G.S.C. após o horário estabelecido ou que estejam inconvenientemente estacionados, considerando-os, para todos os fins de direito, abandonados em propriedade alheia.

9. Ao conceder autorização para qualquer lojista funcionar em horário excepcional, tanto como ao fixar os horários normais de funcionamento, a administração não se solidariza com os interessados, nem se responsabiliza pela eventual inobservância de horários limitados pelas autoridades competentes, sejam eles aplicáveis ao comércio em geral, sejam restritos a determinado tipo de atividade.

Parágrafo Único. No horário em que o G.S.C. estiver aberto, será expressamente proibida a colocação ou permanência, nas áreas comuns, de mercadorias, pacotes, embrulhos, volumes, papéis, detritos, lixo ou qualquer tipo de objeto que eventualmente possa sujar ou obstruir a passagem.

CAPÍTULO III - USO DO G.S.C.

10. Durante as horas em que o G.S.C. estiver aberto ao público, o ingresso, a permanência e a circulação em suas dependências estão sujeitas à fiscalização e disciplina estabelecida pela administração, mesmo quando os interessados não estejam desobedecendo a qualquer disposição deste regimento.

11. No interesse do G.S.C. compete à administração, entre outras atribuições inerentes à sua função, sem quaisquer limitações:

- a) Promover a melhor distribuição de operações comerciais e serviços de modo a garantir o melhor desempenho possível do *tenant mix* e a conseqüente atração do público alvo do Shopping;
- b) Proibir a entrada e fazer retirar do G.S.C. qualquer pessoa que pela incontinência de sua conduta, ou impropriedade de seus trajes, a seu exclusivo critério considere inconveniente;
- c) Vedar o uso de quaisquer veículo ou processos de locomoção julgados impróprios ou perigosos;
- d) Impedir a prática de atos que, por qualquer forma, possam perturbar ou restringir a livre circulação e tranquilidade dos usuários e clientes do G.S.C.;
- e) Dissolver por todos os meios ao seu alcance, quaisquer aglomerações ou reuniões que impeçam, dificultem ou causem transtornos ao normal funcionamento do G.S.C.;
- f) Fazer cessar qualquer fonte de ruído ou trepidação considerada pela administração incômoda aos usuários e ao público em geral;

- g) Tomar as medidas que, no seu entender, sejam recomendáveis ou próprias a manter ou restabelecer a ordem e a tranquilidade no G.S.C.;
- h) Proibir o ingresso e a permanência de menores desacompanhados, ou de grupos que presuma turbulentos ou inconvenientes;
- i) Proibir a entrada e permanência de cães desacompanhados dos donos ou soltos, sem coleira ou enforcadores, e outros animais. Será, porém, permitida a entrada de cães ou outros animais transportados no colo ou em coleiras pelos seus proprietários, quando estes se dirigirem às lojas de Pet Shop, para serviços específicos como banho e tosa. É permitida também a circulação e permanência de cães de pequeno e médio porte transportados no colo nas demais áreas do G.S.C., exceto na praça de alimentação, exceção feita a cães-guia, salvo autorizado pela administração.
- j) Proibir a venda de bebidas alcoólicas a menores de 18 (dezoito) anos, assim como a circulação de bebidas alcoólicas no interior do Shopping.
- k) Proibir fumar em todo o interior do Shopping, conforme legislação em vigor;
- l) Proibir a venda de bebidas alcoólicas em garrafas de vidro, salvo para consumo imediato no estabelecimento, sempre que este tiver mesas internas, ou por estabelecimentos comerciais que prevejam essa venda (exemplos: empórios, adegas, enotecas e supermercados). Em nenhuma hipótese será admitido servir bebidas em recipientes de vidro, assim como em jarras, torres de chopp e/ou em recipientes acima de 1 litro, na área da Praça de Alimentação, salvo se expressamente autorizado pela administração.
- m) Impedir quaisquer manifestações públicas nas dependências do G.S.C. sejam elas de que natureza forem;
- n) Fazer cumprir o presente regulamento, as disposições legais, as posturas municipais e quaisquer normas aplicáveis ao funcionamento do G.S.C.;
- o) Usar dos meios postos ao seu alcance, inclusive requisitar a força policial para fazer respeitar este regimento e cumprir suas determinações.

12. Dentro dos objetivos do G.S.C., poderá a administração destinar quaisquer de suas dependências, especialmente as áreas comuns (mall, estacionamento, etc.) para fins promocionais ou para comercialização de produtos julgados por ela adequados.

13. A promoção de artigos, ou empresas, não vinculados ao G.S.C. só será admitida com autorização expressa da administração, que se entende dada a título precário, e, como tal, passível de revogação.

14. A distribuição de material promocional, ou a publicidade de quaisquer artigos ou serviços, nas dependências do G.S.C. só será admitida com autorização expressa da administração que se entende dada, sempre, a título precário e, como tal, passível de revogação a qualquer tempo pela administração.

15. Qualquer tipo de promoção ou pesquisa, mesmo quando praticada no interesse de lojistas do G.S.C. só será admitida quando autorizada expressamente pela administração.

16. A fixação ou exibição de letreiros e cartazes, qualquer que seja o meio e o local empregados, dependerá, sempre, de autorização escrita da administração precedida de requerimento escrito e fundamentado de seus objetivos, localização, natureza e duração.

17. A administração poderá vetar, no todo ou em parte qualquer campanha promocional, liquidação de artigos, ou venda especial que os lojistas do G.S.C. desejem promover, que entender incompatível com os padrões do G.S.C.

18. Qualquer liquidação de artigos, campanha promocional, ou prestação de serviços em caráter excepcional, deverão ser precedidas de prévia autorização da administração.

19. O lojista que desejar promover ou patrocinar qualquer evento promocional capaz de interferir no funcionamento normal do G.S.C. deverá solicitar à administração a expressa e necessária autorização, instruindo o seu pedido com todos os elementos necessários ou úteis ao julgamento da pretensão.

Parágrafo Único. Dentre os elementos indispensáveis à instrução da solicitação, sem prejuízo de outros que venham a ser exigidos pela administração são indispensáveis:

- a) Prazo de duração: início e término da campanha;
- b) Meios promocionais empregados e finalidades pretendidas à alcançar;
- c) Indicação dos idealizadores da campanha e dos responsáveis por sua execução;
- d) Todos os demais dados julgados necessários ou úteis ao exame da postulação.

20. Estão também sujeitos à aprovação da administração os métodos de produção e realização das campanhas promocionais e a eventual decoração especial das lojas.

21. A decoração e/ou arrumação das vitrines deverá ser feita fora dos horários em que o G.S.C. esteja aberto ao público e deverá ser renovada periodicamente, visando sempre conter atrativos para os frequentadores, estimulando-os ao consumo.

22. As obras de instalação e decoração das lojas e suas eventuais modificações carecerão, sempre, da concordância da administração, devendo os interessados apresentar suas propostas acompanhadas dos desenhos e “croquis” elucidativos, obedecendo, no que forem aplicáveis, os mesmos pressupostos estabelecidos para aprovação dos projetos de instalação e decoração, conforme Escritura Declaratória de Normas Gerais e Convenção de Condomínio.

23. No exame das reivindicações dos interessados, não está à administração do G.S.C. submetida a quaisquer condicionamentos que não sejam do interesse do G.S.C. e a manutenção de seu elevado padrão de instalações.

24. Mesmo durante as campanhas promocionais autorizadas, não será permitido a qualquer lojista o emprego de métodos ruidosos de divulgação, ou mesmo fazer tocar música em nível elevado, e, ainda, produzir ruído de qualquer natureza capaz de molestar os demais lojistas ou negócios vizinhos.

25. O uso de equipamento de som, mesmo nas lojas que se dediquem à sua divulgação ou comercialização, haverá de ser feito de forma a não ser audível às demais lojas, nem nas circulações e demais partes comuns do G.S.C.

26. As lojas que dispuserem de sistema de sonorização ambiente, deverão utilizá-los em níveis de volume que não se façam audíveis fora de seus limites.

27. Não será admitido, sob nenhum pretexto, o emprego, ainda que eventual, de qualquer outro método ruidoso ou tumultuário de propaganda dos produtos e/ou serviços oferecidos no G.S.C.

28. Fica ao exclusivo critério da administração suspender ou impedir qualquer prática, mesmo que não expressamente vedada neste Regulamento ou nas Normas Gerais, desde que, a seu exclusivo

critério, se revele nociva aos objetivos do G.S.C. ou incompatíveis com os métodos por este adotados.

CAPÍTULO IV – MERCADORIAS

29. De acordo com a conveniência do G.S.C. a administração poderá estabelecer, em dias de grande movimento, horários especiais de carga e descarga.

30. A administração não será responsável por quaisquer danos, perdas, extravios de mercadorias, tanto nas áreas externas como internas do G.S.C. ainda que resultante de ação ou omissão, culposa ou dolosa de seus prepostos, devendo os seus proprietários mantê-las seguradas contra todos os riscos.

31. A carga, descarga, circulação e armazenamento de cargas e mercadorias destinadas às lojas do G.S.C. obedecerão aos horários e itinerários estabelecidos, ficando expressamente proibida sua manipulação ou permanência em áreas comuns durante os horários em que o G.S.C. estiver aberto ao público.

32. O mesmo critério estabelecido no artigo anterior vigorará para as lojas que tenham acesso externo, cabendo à administração estabelecer horários especiais.

33. A carga e descarga externas deverão ocorrer no horário de 8:00 às 17:00 horas o qual poderá ser dilatado a critério da administração, em havendo motivo justificado, e somente serão permitidas quando realizadas dentro das docas.

34. Visando à conveniência do G.S.C., a administração poderá estabelecer locais de armazenamento provisório de mercadorias, competindo-lhe estabelecer condições de fixar taxas para seu uso pelos interessados, bem como os horários de funcionamento.

35. O lojista que se utilizar das áreas de armazenamento de mercadorias deverá pagar as taxas fixadas para seu uso nas épocas próprias e sempre antes da retirada das mesmas.

36. Ao fixar a tarifa de uso dos depósitos de mercadorias deverá a administração estabelecer, também, as sanções consequentes da inobservância das normas de uso, ou não pagamento das taxas estabelecidas.

37. A administração não será responsável por quaisquer danos, perdas, extravios, furto e/ou roubo de mercadorias depositadas em seus armazéns, ainda que resultantes de ação ou omissão culposa ou dolosa de seus prepostos, devendo, por isso, os seus proprietários mantê-las seguradas contra todos os riscos.

38. Todo e qualquer veículo de carga, motorizado ou não, que entre na área do G.S.C. deverá obedecer às normas de circulação e locais de estacionamento estabelecidos para este tipo de veículo.

39. Toda e qualquer mercadoria que entre, saia, ou circule pelo G.S.C. deverá estar coberta por Nota Fiscal que satisfaça aos requisitos da legislação em vigor.

40. Ainda que acompanhada de Nota Fiscal regular, não terão ingresso, nem circulação nas dependências do G.S.C. quaisquer mercadorias que, por sua natureza, sejam perigosas ou incômodas aos usuários, especialmente aquelas inflamáveis, explosivas, nocivas à saúde, produtoras de emanações desagradáveis ou corrosivas, além de outras que, a juízo da administração, devam ser impedidas.

Parágrafo Único. Em sendo inevitável o ingresso e/ou circulação dessas mercadorias no G.S.C. deverá a administração estabelecer horários, locais e itinerários estritos para as mesmas, observadas sempre a segurança e conveniência do G.S.C., dos seus usuários e frequentadores.

41. Só com autorização expressa da administração serão admitidos o ingresso, circulação e armazenamento de mercadorias no G.S.C. fora dos horários itinerários e locais estabelecidos.

CAPÍTULO V – CONSERVAÇÃO

42. Compete à administração conservar o G.S.C. em perfeitas condições de funcionamento, asseio, segurança, e fiscalizar que as lojas, ou quaisquer dependências locadas ou confiadas à guarda de terceiros, se mantenham nas mesmas condições.

43. As obras e serviços de conservação, pinturas, reparos, reforma e aprimoramento deverão ser realizadas em horários que não causem transtornos ao funcionamento do G.S.C. Estes horários deverão ser alternados a critérios exclusivos da administração, a qual emitirá autorização específica.

44. Entende-se como encargo de conservação a manutenção de todos os serviços e equipamentos em perfeitas condições de funcionamento, a substituição daqueles que se desgastarem ou danificarem, o refazimento de qualquer instalação ou dependência que revele mau aspecto, ou eficiência diminuída pelo uso.

45. Além de incumbir-se da conservação das partes comuns e privativas do G.S.C., cabe à administração fiscalizar, permanentemente, as áreas locadas e as lojas, no que concernem ao seu estado de conservação, asseio, funcionamento e segurança, intimando os lojistas a realizarem as obras ou serviços que julgue necessários ou convenientes.

46. A fim de exercer sua tarefa de fiscalização é assegurada à administração dentro dos horários de funcionamento do G.S.C. em caso de urgências, a qualquer momento, o direito de ingressar nas lojas e áreas locadas, determinando as providências que, a seu juízo, sejam necessárias e fixando prazos razoáveis para a sua execução.

47. Quaisquer obras de conservação ou remodelação feitas nas lojas que sejam determinadas pela administração, ou as que forem realizadas espontaneamente pelos lojistas, deverão ser levadas a efeito por conta e riscos destes, evitando-se que cause embarços ou impedimentos ao funcionamento normal do G.S.C.

48. Todas as obras realizadas nas lojas deverão ser precedidas da autorização da administração do G.S.C., obedecido ao que no particular dispõe a Escritura de Normas Gerais e a Convenção de Condomínio.

49. Na execução de quaisquer obras os seus responsáveis adotarão as medidas recomendadas pela administração para reduzir e minimizar os incômodos de sua execução.

50. Compete a todo usuário do G.S.C. levar ao conhecimento da administração qualquer fato ou ocorrência relevante nos serviços de conservação no G.S.C. visando que este se mantenha sempre nas melhores condições de funcionamento e aparência.

CAPÍTULO VI - LIMPEZA

51. A administração promoverá a limpeza de todas as dependências comuns, áreas de uso restrito e estacionamento do G.S.C., executando-as em horários convenientes, sem perturbar o seu funcionamento normal.

Parágrafo Único. O estabelecimento de horários próprios para executar a limpeza do G.S.C. não impede a administração de, mesmo durante as horas de funcionamento, manter funcionários incumbidos de varrer os pisos e conservar limpas as circulações e partes comuns.

52. Compete também à administração fiscalizar a limpeza das lojas e suas instalações, inclusive letreiros, vitrines, vidros, portas, acessos, jiraus, sanitários, e demais dependências, fazendo corrigir as imperfeições que verificar, com o objetivo de manter a boa apresentação e funcionamento do G.S.C. como um todo.

Parágrafo Único. A administração promoverá a dedetização e desratização das áreas comuns, áreas de serviço, estacionamento e LUCs satélites do G.S.C. fazendo-a executar em horários e datas convenientes, sem perturbar o seu funcionamento normal. O serviço será cobrado das LUCs juntamente com as despesas comuns como encargos específicos.

53. Quando qualquer parte comum venha a ser locada, a responsabilidade por sua limpeza passa, automaticamente, ao lojista, continuando a administração responsável pela fiscalização do cumprimento do encargo.

54. A administração, segundo as necessidades, fixará a periodicidade e horários dos serviços de limpeza, dando conhecimento dos mesmos, no que possa interessar aos usuários do G.S.C.

55. As tarefas de limpeza que importem em paralisação ou redução de serviços, tais como as de limpeza de caixa d'água, equipamentos de refrigeração de ar e outros análogos, serão enunciadas com a maior antecedência possível, a menos que hajam de ser feitas em caráter de emergência.

56. O lixo seco, ou de varredura, resultante da limpeza das lojas, deverá ser embalado em saco plástico, ou outro envoltório adequado e aprovado pela administração e depositado pelos prepostos dos lojistas, nos locais a esse fim destinados, nos horários estabelecidos ou permitidos pela administração. Poderá a administração, a seu critério, designar equipe própria para coletar o lixo na própria loja, respeitados os horários estabelecidos em circular própria.

57. O lixo gorduroso ou de teor líquido elevado deverá, além de embalado em sacos plásticos, ser conduzido, dentro do G.S.C., em recipientes metálicos ou plásticos com tampa à prova de vazamento, segundo modelo aprovado pela administração.

Parágrafo Único. O lixo resultante de materiais perecíveis e/ou dos restaurantes, bares e qualquer outro que esteja sujeito à fermentação e/ou odor desagradável, será transferido para os depósitos nos horários estabelecidos pela administração.

58. As embalagens usadas e materiais inservíveis de maior porte serão conduzidos para os locais próprios, nos horários de transporte do lixo, a este se equiparando para todos os fins.

59. Em nenhuma hipótese, mesmo que temporariamente, é permitido depositar nas partes comuns de circulação qualquer lixo, detrito ou objeto.

Parágrafo Primeiro. Em verificando a administração que determinada loja gera quantidade de lixo acima do normal, ou de natureza que demanda cuidados especiais, poderá propor que seja criada taxa especial a ser cobrada para atender aos encargos adicionais.

Parágrafo Segundo. Os quiosques não poderão ter lixo aparente ao público, em hipótese alguma.

60. Não será permitido lançar aos depósitos de lixo quaisquer substâncias capazes de produzir reações nocivas, ou passíveis de combustão, isoladamente ou quando em condições com outras, ficando o lojista responsável pela substâncias que compõem seus lixos.

CAPÍTULO VII – SEGURANÇA

61. Sob a fiscalização da administração, durante as 24 horas do dia, será exercida vigilância no G.S.C. visando à segurança de seus usuários e proteção das instalações e bens ali existentes.

Parágrafo Único. A administração manterá, ainda, subordinada à divisão de segurança, uma brigada de incêndio destinada a atuar na prevenção e combate a incêndio.

62. A existência de vigilância permanente não importa em transferir à administração a responsabilidade por qualquer dano físico ou patrimonial sofrido pelos usuários do G.S.C., em seu interior, no interior das lojas de uso comercial, ou nas partes comuns, inclusive e principalmente na área destinada ao estacionamento e em suas adjacências.

63. Os lojistas das LUCs destinadas a instituições financeiras e joalherias deverão ter seu próprio sistema de segurança, que poderá estar integrado ao do G.S.C., isentando, contudo, qualquer responsabilidade da locadora e/ou administração, por qualquer dano físico, material e/ou patrimonial que estes lojistas venham a sofrer.

64. Compete ao setor de segurança a manutenção da ordem e a orientação ao público, no interior do G.S.C., nos horários de seu funcionamento.

65. Os encarregados da segurança atuarão nas áreas comuns, corredores de serviço, circulações e estacionamento, só intervindo no interior das lojas, em caso de emergência ou a pedido de seus responsáveis, para estabelecer a ordem, ou prestar auxílio a quem o necessitar.

Parágrafo Primeiro. Verificado que alguma loja se encontre aberta e abandonada, a segurança do G.S.C. irá lacrar a sua porta e vigiará até a chegada do responsável que indenizará a administração do custo do plantão, além das demais despesas decorrentes, inclusive indiretas, não importando esta providência em responsabilidade do G.S.C.

Parágrafo Segundo. A administração, proprietária ou condomínio não serão responsáveis por quaisquer danos, perdas, extravios de mercadorias nas LUCs, ainda que resultante de ação ou omissão, culposa ou dolosa de seus prepostos, devendo os seus proprietários mantê-las seguradas contra todos os riscos.

66. Compete ao pessoal encarregado da segurança manter sempre livres as escadas e saídas de emergência, impedir a obstrução, ou o embaraço à circulação no interior do G.S.C. e em seus acessos e dependências.

67. Toda e qualquer anormalidade verificada em qualquer dependência do G.S.C. será objeto de registro em livro ou formulário próprio, onde será consignado o dia, hora, local e resumo da ocorrência.

68. Quaisquer objetos ou documentos encontrados nas dependências do G.S.C. serão encaminhados à administração, anotando-se em livro próprio o achado, que ficará à disposição do interessado por até 03 (três) meses.

Parágrafo Primeiro. Em se tratando de objetos perecíveis, poderá a administração deixar de conservá-los, dando-lhes o destino que entender recomendável.

Parágrafo Segundo. Entendendo suspeita a origem do objeto achado, a administração comunicará o fato à autoridade policial da jurisdição.

Parágrafo Terceiro. Decorrido o prazo estabelecido no “caput”, que poderá ser reduzido a 02 (dois) meses, a critério da administração, aos objetos não reclamados serão dados os seguintes destinos:

- a) os que puderem ser úteis à instituição de caridade serão doados àquelas que foram selecionadas;
- b) os que se revelarem inúteis serão lançados ao lixo;
- c) os documentos oficiais serão encaminhados, sob protocolo, às autoridades que os emitirem, ou outra autoridade competente.

CAPÍTULO VIII – ILUMINAÇÃO

69. O G.S.C. terá iluminação externa e interna, sendo esta diurna e noturna.

70. Durante os horários de funcionamento do G.S.C. serão mantidas acesas as luzes necessárias a fornecer iluminação ampla, facilitando aos usuários orientarem-se e terem visão satisfatória das instalações.

71. Nos horários noturnos de funcionamento, haverá iluminação externa que facilite o acesso às dependências do G.S.C. e destaque o seu edifício na paisagem.

72. Nas áreas de estacionamento haverá iluminação adequada a facilitar o seu uso.

73. Enquanto o G.S.C. permanecer aberto ao público, as vitrines de todas as lojas deverão permanecer iluminadas, mesmo que as lojas respectivas não estejam em funcionamento.

74. O interior das lojas, quando em funcionamento, deverá permanecer adequadamente iluminado e, quando de seu encerramento, deverá ser obrigatoriamente desligada pelo lojista a chave geral dos circuitos dispensáveis.

75. Outrossim, quaisquer letreiros ou luminosos existentes nas fachadas e/ou entradas das lojas, deverão permanecer acesos enquanto o G.S.C. estiver aberto ao público, mesmo para visitação.

76. Salvo autorização expressa da administração, é proibido o emprego de luzes intermitentes ou de grande intensidade, capazes de causar incômodo ou ofuscação ao público ou aos que trabalham nas demais lojas.

Parágrafo Único. Cabe à administração proibir o uso de qualquer equipamento ótico que contravenha o disposto neste artigo.

77. Uma vez fechado o G.S.C., em seu interior e nas áreas de estacionamento serão mantidas acesas, apenas, as luzes necessárias à execução da limpeza e, quando finda esta, somente aquelas essenciais à vigilância.

78. Compete à administração observar as necessidades e os resultados obtidos com o plano de iluminação, adotando as medidas corretivas ou complementares para melhorar a iluminação.

CAPÍTULO IX - AR CONDICIONADO

79. Compete à administração, segundo as condições climáticas e a temperatura, determinar os horários de funcionamento e a graduação do equipamento de ar condicionado.

80. O ar condicionado das partes comuns será desligado quando do fechamento do G.S.C. ao público.

81. Quando apenas algumas áreas do G.S.C. estiverem abertas ao público, só elas serão refrigeradas.

82. Se o equipamento de ar condicionado tiver seu horário de funcionamento dilatado, para atender à conveniência de uma loja, ou de um setor do G.S.C., o custo de consumo da energia necessária será suportado pelos beneficiários, podendo estes ser a totalidade dos lojistas do G.S.C.

83. As lojas que tenham acesso externo ou janelas para o exterior, adotarão nessas aberturas sistemas de portas e/ou janelas que impeçam ou reduzam ao máximo a perda de refrigeração.

Parágrafo Único. À administração compete verificar a eficiência dos equipamentos empregados nessas lojas e determinar o aperfeiçoamento ou substituição dos que não se revelarem satisfatórios.

84. As cozinhas dos restaurantes, bares e lanchonetes terão equipamentos de exaustão mecânica que impeçam a penetração de gorduras e/ou odores no “mall” do G.S.C. e nos dutos de ar condicionado, assim como realizar a limpeza periódica de coifas e dutos, para evitar incêndio, cabendo ao G.S.C. fiscalizar a existência e o funcionamento eficaz dos mesmos, bem como determinar as medidas corretivas necessárias, às quais os lojistas serão obrigados a implementar em 24 horas. Tal fiscalização não transfere ao G.S.C. nenhum tipo de responsabilidade seja de natureza civil, penal ou comercial.

85. Compete aos lojistas manter permanentemente ligados os “fan-coils” e sistemas de exaustão e zelar pela conservação dos equipamentos instalados nas respectivas lojas, suportando os custos de reparação que sejam necessários, em consequência de defeitos, ainda que comuns, ou danos causados por mau uso ou desídia.

86. Para definir a responsabilidade pelos serviços executados, assegurar a uniformidade destes, a manutenção de todo o equipamento de ar condicionado será confiada a uma empresa selecionada pela administração.

87. O disposto no artigo anterior não se aplica às grandes lojas que disponham de equipamento próprio de ar condicionado, o qual pelas mesmas será instalado e mantido, sem responsabilidade da administração, mantendo esta o direito de fiscalização visando seu perfeito funcionamento.

88. As grandes lojas que disponham de equipamento próprio de ar condicionado, quando não o ligarem por motivo de força maior, e estando em funcionamento o do G.S.C., manterão fechadas as portas de suas lojas.

89. Se a LUC dispuser de equipamentos próprios de ar condicionado, independente da instalação central do G.S.C., o mesmo deverá permanecer ligado durante o horário de funcionamento do G.S.C. ao público.

CAPÍTULO X - DAS ÁREAS DE ESTACIONAMENTO

90. As áreas de estacionamento, suas respectivas áreas de circulação e parqueamento destinam-se ao estacionamento de veículos automotores.

Parágrafo Primeiro. A área do estacionamento e bem assim as da circulação dela e as de parqueamento poderão ser transformadas pela locadora em áreas de loja de uso comercial, ou poderão ser destinadas por ela à outra finalidade.

Parágrafo Segundo. A administração a qualquer tempo, poderá cobrar taxas pelo estacionamento, bem como poderá destinar a utilização de um determinado número de vagas de estacionamento ao uso exclusivo de qualquer pessoa ou entidade, estranha ou não ao Shopping, a título gratuito ou oneroso.

91. Visando a incrementar o afluxo de público ao G.S.C., a administração poderá proibir o uso do estacionamento aos lojistas, seus prepostos, pessoal da administração do G.C.S., ou qualquer pessoa vinculada a esta, bem como estabelecer a cobrança de taxas progressivas em função de uso do estacionamento, com a finalidade de assegurar-lhe máxima rotatividade.

92. Cabe à administração adotar medidas destinadas a identificar os veículos dos usuários com direito ao uso do estacionamento, cobrando aos interessados, se lhe convier, o custo dos serviços.

Parágrafo Único. A administração, sem prejuízo da disposição acima, poderá determinar normas e locais de uso do estacionamento para os lojistas e prepostos cujos respectivos carros deverão, quando estacionados, possuir identificação própria, a critério da administração.

93. O horário de funcionamento das áreas de estacionamento será coincidente com os horários de abertura e fechamento do G.S.C aos usuários, com uma tolerância de 30 minutos, devendo o estacionamento estar completamente evacuado meia hora após a última sessão de cinema.

94. É proibido aos funcionários do G.S.C. manobrar, estacionar ou conduzir veículos de usuários do G.S.C., salvo em caso de emergência e quando autorizados pela respectiva chefia, ou pela administração.

95. Qualquer avaria ocorrida em veículo, no estacionamento do G.S.C. deverá ser registrada em formulário próprio, anotando-se o número da placa dos veículos envolvidos e a identidade de seus condutores, salvo quando a esta última providência todos os interessados estiverem presentes e a dispensarem por escrito.

96. O setor de segurança, por meio de pessoal habilitado, orientará e disciplinará o acesso, manobra e uso das áreas de estacionamento, mantendo sempre desimpedidas as vias de circulação, fazendo retirar incontinentemente qualquer veículo conduzido de forma perigosa ou estacionado em desacordo com as normas, ou que, a critério da administração, revele-se inconveniente ao sossego dos demais usuários ou ao uso regular do local.

Parágrafo Único. Em sendo necessário, para bem cumprir o aqui estabelecido, a administração requererá às autoridades competentes que façam remover, compulsoriamente, o veículo perturbador da utilização normal do estacionamento.

CAPÍTULO X - DISPOSIÇÕES GERAIS

97. O presente regulamento é norma complementar e regulamentar das Normas Gerais Regedoras das Locações, do Contrato de Locação e de todos os outros documentos que venham a ser criados e que tenham como objetivo regulamentar as relações entre quaisquer das partes interessadas no que diz respeito ao funcionamento do G.S.C.

98. A administração do G.S.C. poderá, através de locação, dispor de áreas de circulação ou serviços gerais, da forma que julgar adequada, visando sempre à promoção e divulgação do empreendimento.

99. Os lojistas são obrigados a participar de todas as promoções de vendas especiais ou liquidações promovidas pela administração do G.S.C. Não poderão fazer campanhas isoladas, salvo com prévia autorização da administração, sob as penas previstas na Escritura Declaratória de Normas Gerais Regedoras das Locações do G.S.C. e nos respectivos contratos de locações. É terminantemente proibida a utilização da palavra “Liquidação” em Campanhas isoladas e fora das datas das Campanhas coletivas de Liquidação do G.S.C.

100. Todos os danos causados ao G.S.C. e suas dependências serão ressarcidos por seus causadores e em não sendo estes identificados, o custo será rateado, pelo que é dever de todos os usuários denunciarem à administração quaisquer atos ou práticas capazes de causar danos ao G.S.C.

101. Qualquer ato ou fato que comprometa ou ameace a segurança do G.S.C., suas instalações, usuários ou funcionários, deverá ser imediatamente comunicado à segurança, mediante utilização de sistema próprio de comunicação ou alarme.

102. Os empregados do G.S.C. não poderão ser utilizados para execução de tarefas do interesse privado dos lojistas, a menos que haja autorização específica da administração, que em tal hipótese, poderá cobrar pelo serviço prestado, cobrando inclusive adicional relativo aos encargos sociais e à taxa de administração.

Parágrafo Único. Mesmo quando autorizado a prestar serviço a qualquer lojista, o pessoal do G.S.C. receberá as ordens respectivas de sua chefia direta.

103. Nas dependências do G.S.C. sem autorização da administração, que só a concederá em caráter excepcional, quando a nobreza da causa e o interesse do G.S.C. o recomendar, não será permitido angariar donativos para qualquer fim, nem o ingresso de bandos precatórios, sejam com a finalidade que for.

104. Os lojistas não permitirão que suas lojas sejam utilizadas para os fins proibidos no artigo precedente, ou para qualquer outro diverso daquele para que foram elas destinadas, ainda que beneficente, cultural, religioso, esportivo, político ou promocional, a menos que autorizadas pela administração.

105. O pessoal empregado na administração do G.S.C., salvo quando a natureza reservada das tarefas de que estiverem investidos não os permitir, deverão estar uniformizados, asseados, barbeados e deverão se dirigir ao público com solicitude e simpatia, procurando prestar todo o auxílio e informação necessária.

106. Igualmente, os lojistas, zelarão para que seus empregados tenham boa apresentação pessoal, estejam convenientemente trajados e atendam ao público de maneira solícita e respeitosa.

107. Todos os lojistas e seus prepostos deverão ser portadores de crachá, de identificação, o qual será emitido pela administração, que cobrará seus custos do respectivo lojista.

Parágrafo Primeiro. Os lojistas, seus empregados e prepostos só poderão ingressar e transitar nas dependências do G.S.C., fora do seu horário habitual de funcionamento ao público, mediante o uso do respectivo crachá e desde que autorizados pela administração.

Parágrafo Segundo. O crachá será obrigatoriamente restituído à administração, sempre que ocorrer o desligamento do funcionário ou preposto.

108. Não será permitido que odores de qualquer espécie exalem das unidades comerciais, salvo se houver prévia autorização da administração.

109. Os lojistas, empregados e/ou prepostos não poderão instalar fogões, fornos elétricos, fornos de microondas, ou quaisquer outros eletrodomésticos em suas LUCs, nem montar instalações de qualquer natureza, relacionadas antenas de rádio ou TV, em quaisquer paredes externas ou fora dos estritos limites de suas lojas, salvo se houver prévia e expressa autorização da administração.

110. Não será permitido o uso dos sanitários sociais do G.S.C. para a higiene pessoal de lojistas, empregados, prepostos e clientes do Shopping.

111. É vedado fotografar ou filmar nas dependências do G.S.C., salvo quando previamente autorizado por escrito pela administração.

112. Poderá a administração, visando manter o bom padrão de funcionamento do G.S.C. e dos equipamentos nele instalados, inclusive nas lojas, notadamente de refrigeração, elétricos e hidráulicos, contratar firmas especializadas em manutenção, correndo todas as despesas, em proporção, por conta dos lojistas.

113. As mesas, cadeiras e bancos existentes nas áreas comuns, especialmente aquelas que se situam na parte fronteira aos restaurantes e lanchonetes, se destinam preciosamente ao descanso e comodidade dos clientes do G.S.C. sendo tolerado aos restaurantes e às lanchonetes fronteiras, servirem ali bebidas e refeições ligeiras, desde que observadas às normas estabelecidas pela administração, devendo ser as mesmas mantidas sempre limpas, nada sendo nelas colocado, sendo vedado, usar essas mesas para promoção de serviços, venda, ou qualquer prática que induza serem elas integradas à exploração dos negócios de lanchonetes e/ou restaurantes, ou constituírem parte de uso privativo dessas lojas ou de seus fregueses.

Parágrafo Único. A administração, se julgar conveniente, poderá, em caráter temporário, distribuir as mesas e cadeiras dentre os restaurantes e lanchonetes, estabelecendo taxas para os lojistas que as pretenderem utilizar com exclusividade.

114. A colocação de mesas e cadeiras, com o fim único e específico de atendimento a clientes, em áreas externas das LUCs ou quiosques, só será permitida mediante prévia e expressa aprovação da administração.

Parágrafo Primeiro. Os lojistas da Praça de Alimentação não poderão se utilizar do serviço de garçons além do limite de suas LUCs.

Parágrafo Segundo. Os funcionários dos restaurantes, lanchonetes e quaisquer da Praça de Alimentação, deverão estar impecavelmente uniformizados e de acordo com as normas previstas pelos órgãos públicos de fiscalização.

Parágrafo Terceiro. O G.S.C. não se responsabiliza pelo extravio de bandejas, pratos, copos, talheres e outros utensílios, disponibilizados pelas operações da Praça de Alimentação aos seus clientes, ressaltando que o recolhimento das bandejas e afins na área comum, deverá ser de responsabilidade de cada lojista.

Parágrafo Quarto. É vedada a abordagem, por funcionários dos lojistas, de consumidores ou não, que estejam no interior do Shopping. Entende-se por abordagem, para fins aqui expressos, o contato pessoal e/ou chamamento oral, de qualquer natureza;

115. A infração de qualquer disposição deste regulamento interno, desde que não seja passível de sanção específica, ensejará a aplicação de multa pecuniária, pela administração do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER, que variará entre 1 (uma) a 20 (vinte) vezes o valor dos encargos de locação, a ser cobrada juntamente com os encargos da locação.

Parágrafo Único. O não pagamento das multas ou a manutenção reiterada da infração pelo lojista, acarretará na exclusão do infrator no quadro de lojista do GOIABEIRAS SHOPPING CENTER, e rescisão do contrato de locação pactuado com o mesmo e de seus acessórios.

116. Qualquer solicitação que necessite de prévio consentimento da administração somente terá validade quando feita por escrito.

117. Obrigam-se os lojistas a facilitar o ingresso em suas LUCs aos membros da administração do G.S.C. e seus representantes devidamente identificados, em caso de urgência, a qualquer momento, dentro dos horários de funcionamento, a fim de que possam verificar o rigoroso cumprimento do disposto neste Regimento Interno, Normas Gerais Regedoras das Locações do G.S.C. e contratos de locação.

118. Compete à administração cobrar, inclusive em juízo, as quotas que couberem em rateio aos lojistas, nas despesas aprovadas do Shopping Center, bem como multas impostas por infração de disposições legais deste Regimento Interno.

119. Os casos omissos serão solucionados pela administração que baixará os atos complementares deste regimento através de ordens de serviços internos, avisos ou circulares, dando a esses atos a divulgação recomendável conforme sua natureza, sem a necessidade de justificativa ou substituição deste Regimento.

Cuiabá, 16 de maio de 2014.

GOIABEIRAS EMPRESA DE SHOPPING CENTER LTDA.