

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PÓS-GRADUAÇÃO “LATO SENSU” EM DIREITO CONTRATUAL**

FERNANDA LANCELLOTTI LARCHER

**O VALOR ECONÔMICO DAS CLÁUSULAS AMBIENTAIS NOS
CONTRATOS**

SÃO PAULO

2013

FERNANDA LANCELLOTTI LARCHER

**O VALOR ECONÔMICO DAS CLÁUSULAS AMBIENTAIS NOS
CONTRATOS**

Monografia apresentada à Pontifícia Universidade de São Paulo como requisito para obtenção do título de Especialista em Direito Contratual.

Orientadora: Profa. Dra. Clarissa Ferreira Macedo D'Isep.

SÃO PAULO

2013

FERNANDA LANCELLOTTI LARCHER

**O VALOR ECONÔMICO DAS CLÁUSULAS AMBIENTAIS NOS
CONTRATOS**

Monografia apresentada à Pontifícia Universidade de São Paulo como requisito para obtenção do título de Especialista em Direito Contratual.

Data: ____ / ____ / ____

Avaliação: _____

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: _____

Profª. Dra. Clarissa Ferreira Macedo D'Isep – PUC/SP

1º Examinador: _____

Nome e Instituição

2º Examinador: _____

Nome e Instituição

Com imenso prazer, dedico esta obra, feita com muito carinho aos meus grandes amores:

A Deus, minha maior inspiração, fonte primordial para mudança de pensamentos a todos indistintamente.

*A minha mãezinha (in memoriam), **Regina Lancellotti**, mesmo ausente, em corpo, mas presente em espírito e alma. Sou produto desse ser humano gigante, em todos os sentidos, sua alegria, maior qualidade, está presente em meu gene. Te amo eternamente.*

*A minha avó **Leontina Lancellotti**, amor impregnado em minhas veias, justa e doce como mel.*

*Ao meu avô **Reginaldo Rodrigues de Carvalho** (in memoriam), com maestria me ensinou todos os dias, o valor do homem, através da sua sensibilidade exorbitante, através de palavras e ações, incomparável, mestre dos mestres.*

*A ínclita professora **Clarissa Ferreira D'Isep Macedo**, inteligência ímpar e humildade, que arrebatou meu coração.*

*E por fim, a um homem, especial, **Antônio Carlos Nunes da Silva**, que retornou em minha vida, após 19 anos, com a ajuda do Pai, transformando-a de modo grandioso, com seu coração apaixonante e, como consequência, tornando-se o único em meus pensamentos.*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
CAPITULO I O MEIO AMBIENTE	8
1.1 Concepções Preliminares	8
1.2 Meio Ambiente sob o prisma jurídico	8
1.3 Princípios fundamentais do Direito do Meio Ambiente	11
<i>1.3.1 Princípio do meio ambiente ecologicamente equilibrado como direito fundamental da pessoa humana</i>	11
<i>1.3.2 Princípio da prevenção</i>	14
<i>1.3.3 Princípio do desenvolvimento sustentável</i>	17
<i>1.3.4 Princípio da cooperação entre os povos</i>	19
CAPÍTULO II O CONCEITO DE MARCA	21
2.1 Conceito	21
CAPÍTULO	
EQUITY	
23.....	
CAPÍTULO III	
BRANDY	
CAPÍTULO IV BENS INTANGÍVEIS	25
4.1 Breve Introdução	25
CAPÍTULO V GOODWILL	26
5.1 Conceito	26
5.2 Natureza do goodwill	27
CAPÍTULO VI MEIO AMBIENTE CONCEITUADO COMO GOODWILL	29
CONCLUSÃO	32
REFERÊNCIAS	34

INTRODUÇÃO

A Carta Magna de 1988 dispõe, em seu capítulo VI “Do Meio Ambiente”, art. 225, *caput*: “Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem do uso comum do povo essencial à qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para presentes e futuras gerações.”

A proteção ambiental está envolvida pelo contexto de ordem social, onde a Constituição Federal concebe o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado. Assim entende-se como “Direitos Sociais” um direito fundamental do homem, cujo Estado tem o dever-poder de prestar de forma direta ou indireta possibilidades de melhores condições de vida a todos de forma igualitária. Dentre as classificações dos “Direitos Sociais”, tem-se os direitos sociais do meio ambiente.

Assim sendo, neste contexto o Direito visa proteger a “qualidade de vida” do homem. Sua tutela está estritamente ligada sob a égide de dois objetos: imediata- qualidade do meio ambiente e outra mediata- saúde, bem estar e a segurança da população, que vem sintetizado na expressão “qualidade de vida”.

Para o ilustre José Afonso da Silva¹:

O artigo sob nossas vistas declara que ‘todos tem direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado’. Veja-se que o objeto do direito é o meio ambiente qualificado. O direito que todos temos é à qualidade satisfatória, ao equilíbrio ecológico do meio ambiente. Essa qualidade que se converteu em um bem jurídico. Isso que a Constituição define como bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida.

Portanto, a preservação do meio ambiente está adstrita ao pleno desenvolvimento sustentável do meio ambiente, meta assentada por todas as nações, na Declaração Rio e na Agenda 21, conforme consta do preâmbulo desse documento:

1.1 A humanidade se encontra em um momento histórico de definição. Nós nos deparamos com a perpetuação das disparidades das nações e no interior delas próprias, com o agravamento da pobreza, da saúde precária e do analfabetismo, e com permanente degradação dos ecossistemas dos quais depende nosso bem estar.

¹ SILVA, José Afonso. *Comentário contextual à Constituição*. 2. ed. São Paulo : Malheiros, 2006, p. 836.

Todavia, a integração das questões ambientais do desenvolvimento conduzirá a satisfação das necessidades básicas, a uma qualidade de vida mais digna, a uma conservação e manejo mais adequados dos ecossistemas e um futuro promissor para todos. Nenhum país poderá conseguir essa integração por iniciativa própria. Porém, através de uma parceria conseguiremos atingir, juntos, o desenvolvimento sustentável.²

Deste modo, países em desenvolvimento como o Brasil rico em recursos naturais, em busca do desenvolvimento econômico, sempre o fez de forma degradante e poluidora.

O objetivo geral deste trabalho é demonstrar e identificar que o meio ambiente é assunto altamente relevante na atualidade, influenciando processos e cadeias produtivas, alterando a competitividade no mercado, incorporando-se aos negócios, com tendência de se intensificar em novos contextos e cenários deste século. Debates acerca do tema, através de fóruns internacionais têm-se multiplicado quanto os riscos potenciais de produtos fabricados, degradação ambiental, barreiras ao comércio, discriminação de produtos com base nos processos de fabricação e distribuição e aplicação de regras internacionais ao patrimônio comum.

Ademais, visa abordar sobre a ótica do Direito, a importância das cláusulas ambientais nos contratos, de uma forma mais abrangente, não somente, como meio de preservação da natureza e relacionando-as sob uma nova perspectiva, como estratégia de ascensão de produtos e serviços, agregando-se valor econômico à marca, bom posicionamento no mercado e, como consequência, a lucratividade pautada na preservação do meio ambiente.

Tal ascensão, impreterivelmente, baseada nos princípios basilares do Direito Ambiental e do Direito Contratual.

Diante do exposto, surge a questão: As cláusulas ambientais agregam valor econômico nos contratos celebrados entre fabricantes e/ou prestadores de serviços?

E mais, tem-se como objetivo específico identificar estratégia e ferramenta necessária para a medição de valor econômico das cláusulas ambientais, nos contratos, especificamente, aos bens intangíveis, relacionados a produtos e serviços de uma marca. Uma proposta de incluir no protocolo jurídico uma avaliação inspirada nas práticas de marketing, de maneira alternativa,

² ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. *Agenda 21*. 1992. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21/agenda-21-global>>. Acesso em: 10 out. 2012. Não paginado.

como forma de afirmação e bom posicionamento daquela no mercado brasileiro.

Dentre eles figuram:

- Como o *brandy equity* ajuda a potencializar o valor da marca.
- Quais os benefícios ganhos pelas empresas e prestadores de serviços na construção da marca sólida e como consequência agregar valor econômico à marca, através das cláusulas ambientais.

O Estudo teórico divide-se em seis capítulos.

O Capítulo I divide-se em três subtítulos: o primeiro trata do meio ambiente e suas concepções; o segundo, de seu conceito sob o prisma jurídico; o terceiro dos princípios fundamentais do Direito do meio ambiente.

O Capítulo II versa sobre o conceito de marca.

No Capítulo III discorre-se sobre o conceito de *brandy equity*.

O Capítulo IV explica sobre bens intangíveis.

O Capítulo V faz uma explanação sobre o conceito de *Goodwill* e sua natureza.

No Capítulo VI discute-se o Meio ambiente conceituado como *Goodwill*. Finaliza-se este estudo com a conclusão sobre o questionamento proposto.

CAPITULO I

O MEIO AMBIENTE

1.1 Concepções Preliminares

Segundo Ávila Coimbra³, ambiente,

[...] na origem, é participio presente derivado do verbo latino *ambiere*, ir à volta, arrodar. Nas línguas mais conhecidas entre nós, apesar das transformações morfológicas que seguem índole de cada idioma, o sentido semântico permaneceu fiel à origem etimológica. Em Francês, o meio ambiente é *environnement*; em inglês, é aproveitado o vocábulo francês, simplificado para *environment*; em alemão é *Umwelt*, o mundo à volta ou à volta ao mundo. Já em espanhol, temos *médio ambiente* com seu adjetivo ambiental; o italiano mantém apenas *ambiente*. Em português, o que antes era adjetivo tornou-se substantivo na expressão meio ambiente, seu adjetivo correspondente é o já consagrado ambiental.

A expressão meio ambiente está consagrada na língua pátria, na doutrina, na lei e jurisprudência. Entretanto, a elas são atribuídas inúmeras significações, cada qual com suas nuances.

Genericamente, significa lugar-espço, ou seja, pode designar todos os lugares.

No mundo jurídico, entretanto, vigoram uma conceituação ampla e outra restrita. Na primeira, considera-se meio ambiente como conjunto constituído pelo natural ou físico (solo, água, ar, energia, fauna, flora) em convivência, num mesmo lugar, com ambiente artificial construído pelo homem, formando-se assim um ecossistema (natural e social). Na segunda, a expressão designa a somatória do patrimônio natural e das relações com seres vivos.

1.2 Meio Ambiente sob o prisma jurídico

³ COIMBRA, José de Ávila Aguiar, 2002 apud MILARÉ, Edis. *Direito do ambiente*. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004, p. 77.

Tem-se como característica primordial do ser humano, a racionalidade, que os diferencia dos demais seres vivos em termos universais. Tal capacidade o impulsiona desde os primórdios, à busca incessante de aprendizado, e, conseqüentemente o seu desenvolvimento, social, político, científico e econômico.

Trata-se, portanto, do próprio dinamismo da vida humana.

Toda e qualquer Constituição é formada em razão da supremacia popular, ditada pela liberdade de expressão e dignidade humana.

A vida sob todas as formas é o maior bem do homem, premissa indubitavelmente maior e mais importante, positivada através da ciência jurídica e tutelada pelo Direito.

Como parte integrante da existência humana, e, por conseguinte está dignidade humana, mister, a garantia da sua sobrevivência, a proteção do “patrimônio” Meio Ambiente, na sociedade.

Assim, entende-se como meio ambiente, conforme dispõe o art. 3º da Lei 6938/81, “I- Meio ambiente, o conjunto de condições leis, influências e interações de ordem física, química e biológica, que permite, abrigam e reger a vida em todas as suas formas;[...]”.

Trata-se de dispositivo que institui a Política Nacional do Meio Ambiente, no Brasil, seus fins e mecanismos, tendo como fundamento o *caput* e os incisos VI e VII do art. 23 e o *caput* do art. 225 da Carta Magna:

Art. 23. É de competência da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios:
[...]
VI- proteger o meio ambiente e combater a poluição em qualquer de suas formas;
VII- preservar as florestas, fauna e a flora. [...]

Art. 225. Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial á sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para presentes e futuras gerações.

A Constituição Federal de 1988 incorporou o meio ambiente como direito fundamental a todo e qualquer cidadão, "bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida". Sua proteção é dever-poder do Estado.

Entretanto, a garantia da eficácia de medidas protetivas e repressivas, somente serão possíveis, quando se estabelecerem regras de direito local e também internacional, como se tem feito, uma vez que o “meio ambiente” desconhece fenômenos de fronteiras, como bem salienta Guido Fernando Silva Soares ⁴:

No fundo, o meio ambiente é um conceito que desconhece fronteiras, realidades essas que foram determinadas por critérios históricos e políticos, e que se expressão em definições jurídicas de delimitações do espaço do Universo denominadas fronteiras. Na verdade, ventos e correntes marítimas não respeitam linhas divisórias fixadas em terra ou nos espaços aquáticos ou aéreos, por critérios humanos, nem as aves migratórias ou habitantes dos mares e oceanos necessitam de passaportes para atravessar fronteiras, as quais foram delimitadas, em função dos homens.

Assunto recorrente e primordial na sociedade moderna, capaz de emoldurar o futuro do planeta Terra.

Diante do retro elencado o STF já se pronunciou a respeito do meio ambiente. Trata-se de um típico direito, repita-se de terceira geração, ou seja, “Direito Social” reconhecido pela mais alta corte do Judiciário pátrio, que assiste de modo subjetivo indeterminado a todo gênero humano.

Desse modo:

[...] essa prerrogativa consiste no reconhecimento de que todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado. Trata-se, consoante já o proclamou o Supremo Tribunal Federal (RE 134.297-SP, Rel., Min. Celso de Mello), de um típico direito de terceira geração que assiste de modo subjetivamente indeterminado, a todo gênero humano, circunstância que justifica a especial obrigação- que incumbe ao Estado e à própria coletividade - de defendê-lo e de preservá-lo em benefícios das presentes e futuras gerações.⁵

Na realidade, o direito à integridade do meio ambiente constitui prerrogativa jurídica de titularidade coletiva, refletindo, dentro do processo de afirmação dos direitos humanos, a expressão significativa de um poder atribuído, não ao indivíduo em sua singularidade, mas, num sentido verdadeiramente mais abrangente, à própria coletividade social. O Reconhecimento desse direito de titularidade coletiva, como é o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, constitui uma realidade a que

⁴ SOARES, Guido Fernandes Silva. *Direito internacional do meio ambiente*. São Paulo: Atlas, 2001, apud MORAES, Alexandre de. *Constituição do Brasil Interpretada e legislação constitucional*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006, p. 2194.

⁵ MORAES, Alexandre de. *Constituição do Brasil Interpretada e legislação constitucional*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006, p. 2196.

não mais se mostram alheios ou insensíveis, como precedente enfatizado, os ordenamentos positivos consagrados pelos sistemas jurídicos nacionais e as formulações normativas proclamadas no plano internacional (RTJ 164/158).⁶

Portanto, o meio ambiente é caracterizado como direito fundamental, difuso, em razão da universalidade de temas multidisciplinares, ou seja, cabe congregar outras séries de disciplinas, e ciências jurídicas ou não.

Assim, ele restringe, por vezes amplia, qualifica e direciona os demais ramos.

1.3 Princípios fundamentais do Direito do Meio Ambiente

E mais, através da Constituição Federal de 1988 e a Lei da Política Nacional do Meio Ambiente, foram constituídos e consagrados princípios basilares a seguir descritos.

1.3.1 Princípio do meio ambiente ecologicamente equilibrado como direito fundamental da pessoa humana

Esse princípio inserido no ordenamento jurídico, no âmbito constitucional ganhou status de cláusula pétrea, art. 60, § 4º, inciso IV, no que concerne dos direitos e garantias fundamentais.

Visa estatuir meio adequado às condições de vida sadia, sustentável e preservada. Caracteriza-se pelo conjunto de relações, entre os sistemas, natural, social e econômico, inseridas no meio ambiente, interdependentes e fundamentais à existência do ser humano.

Diante da sua importância, Cançado Trindade⁷ de forma sublime elenca:

O reconhecimento do direito a um meio ambiente sadio configura-se na verdade, como extensão ao direito a vida, que sob enfoque da própria existência física e a saúde dos seres humanos, quer quanto no aspecto da dignidade dessa existência-qualidade

⁶ MORAES, 2006, p. 2197.

⁷ TRINDADE apud MILARÉ, 2004, p. 137.

de vida que faz com que valha a pena viver.

Portanto, o objetivo principal do Direito Ambiental é uma obrigação de resultado, ou seja, sendo intermediador na amenização do impacto da atividade humana, introduzindo para tanto uma política de preservação nas suas relações públicas e também privadas de cunho patrimonial, na gestão coletiva, atribuindo, a cada um, deveres e responsabilidades.

A efetiva proteção deverá advir pela ação da coletividade, seja por fontes formais (CF, leis atos internacionais firmados pelo Brasil, normas administrativas, originadas de órgãos competentes e da jurisprudência) ou pelas fontes materiais, descobertas científicas ou movimentos populares.

Destarte, a postura preventiva do Estado está abarcado pela Constituição Federal de 1988, repita-se, em seu art. 225, caput e incisos I ao VII, direito assegurado por ela, garantindo-lhe assim, um meio ambiente ecologicamente equilibrado e uma vida saudável, materializando os princípios da prevenção e precaução e como efeito jurídico, delimitação da exploração dos recursos naturais .E mais, também através da Política Nacional do Meio Ambiente, em seus arts. 2º e 5º, recepcionados pelo art. 174 da Carta Maior, pressupondo assim, ação preventiva do Estado-poder-dever. A corroborar com o retro exposto bem esclarece o Princípio 1 da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano de 1972 (Estocolmo):⁸

O homem tem o direito fundamental à liberdade, à igualdade e ao desfrute de adequadas condições de vida em um meio cuja qualidade de vida lhe permita levar uma vida digna de gozar de bem estar e tem solene obrigação de proteger e melhorar esse meio para presente e futuras.

Desse modo, no plano constitucional, a interpretação do legislador constituinte, foi fundamentalmente limitar de forma contundente a livre iniciativa, abarcado no art. 5, XXXII-do Capítulo I (Dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos) do Título II (Dos Direitos e Garantias Fundamentais)

Conclui-se, portanto, que a sociedade moderna, tornou-se, uma “sociedade de risco”

⁸ MILARÉ, 2004, p. 137.

como bem salienta a ínclita Clarissa Ferreira Macedo D’Isep⁹:

[...] fruto do expressivo avanço da tecnologia nas mais diferentes áreas, como a biotecnologia, nas fontes alternativas de energia etc., que evidenciam um desconforto social, devido á falta de conhecimento, controle e delimitação da extensão dos efeitos desses fatores, seja para a saúde humana, no caso de transgênicos, seja para a saúde planetária (e por certo, por via de consequência humana), no caso da energia nuclear. O Direito responde a tal realidade com a adoção de institutos como o da responsabilidade civil objetiva, baseado na teoria do risco. E mais recentemente, com a tentativa da efetivação do princípio da precaução.

Nesta mesma toada, em relação a obrigatoriedade contratual realiza-se por um valor de utilidade social, segundo a qual as partes assumem negócio jurídico de acordo comum interesse da sociedade moderna gerada por consequências econômicas e sociais.

Desse modo, as pessoas não mais contratam como antes, não há mais lugar para discussões acerca de cláusulas contratuais, os contratos são celebrados em massa, desvinculando sujeitos de acordo com os dizeres de Gino Gorla¹⁰: “Segundo Stein e Shand, os valores fundamentais da sociedade ocidental seriam três: ordem (segurança), justiça e liberdade.”

A eles acrescenta-se a dignidade humana. Segundo Noronha¹¹,

É com base nesses valores que o contrato intenta promover o bem comum o progresso econômico e o bem estar social. À liberdade, corresponde o princípio da autonomia privada. À ordem (segurança), o princípio da boa fé. À justiça, o princípio da justiça contratual. À dignidade do homem, corresponde a todos eles e o princípio da dignidade humana e da função social dos contratos.

É com base nesses valores principiológicos que iremos adentrar a cerca das cláusulas ambientais, de como o meio ambiente interage e influencia no *business* agregando valor econômico a marca, e, como consequência a lucratividade pautada na preservação do meio ambiente e responsabilidade social. Assim tem-se como prioridade a interpretação das cláusulas ambientais como instrumentos de promoção da dignidade humana e justiça social, delimitador

⁹ D’ISEP, Clarissa Ferreira Macedo. *Direito Ambiental econômico e a ISO 14000: análise jurídica do modelo da gestão ambiental e a certificação ISO 14001*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004, p. 47.

¹⁰ GORLA apud FIÚSA, Cesar. *Direito Civil: curso completo*. 11. ed. rev. atual. e ampl. Belo Horizonte: Del Rey, 2008, p. 402.

¹¹ NORONHA apud FIÚSA, op. cit., loc. cit.

da autonomia privada na seara do Direito Privado.

A corroborar com o retro explicitado, o ilustre Professor Miguel Reale nos demonstra:¹²

O ato de contratar corresponde ao valor da livre iniciativa, erigida pela Constituição de 1988 a um dos fundamentos do Estado Democrático do Direito, logo no Inciso IV do Art. 1º, de caráter manifestamente preambular.

Assim sendo, é natural que se atribua ao contrato uma função social, a fim de que ele seja concluído em benefício dos contratantes sem conflito com o interesse público.

Como uma das formas de constitucionalização do Direito Privado, temos o § 4º do Art. 173 da Constituição, que não admite negócio jurídico que implique abuso do poder econômico que vise à dominação dos mercados, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros.

[...] Como se vê, a atribuição de função social ao contrato não vem impedir que as pessoas naturais ou jurídicas livremente o concluam, tendo em vista a realização dos mais diversos valores. O que se exige é apenas que o acordo de vontades não se verifique em detrimento da coletividade, mas represente um dos seus meios primordiais de afirmação e desenvolvimento.

Conclui-se, portanto, que o Direito Ambiental, interage, delimita, influencia sob os mais diversos segmentos em uma sociedade moderna, ao mesmo tempo, ele é direito fundamental a todo e qualquer cidadão, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo a toda a coletividade, a harmonização da livre iniciativa, da autonomia privada em suas relações de cunho patrimonial (economia) com o objetivo maior de garanti-lhes de forma efetiva a dignidade da pessoa humana, resgatando a sadia qualidade de vida do cidadão. Tudo isso, de forma harmônica e equilibrada- da exploração dos recursos naturais de forma ordenada – sustentável e por consequência um ambiente preservado-legado-o desenvolvimento sustentável do meio ambiente, força motriz para o desenvolvimento de um Estado soberano para presentes e futuras gerações.

1.3.2 Princípio da prevenção

Trata-se do princípio de extrema importância, por inúmeras vezes o dano ambiental poderá ser considerado irreparável e não suportado pelo ecossistema, no qual não poderá ser revertido.

¹² REALE, Miguel. *Função social do contrato*. 20 nov. 2003. Disponível em: <<http://www.miguelreale.com.br/>>. Acesso em: 25 out. 2012. Não paginado.

Foi adotado e inserido na legislação pátria em razão da Conferência de Mudança de Clima acordada pelo Brasil, no âmbito das Nações Unidas por ocasião da Eco 92.

Como bem salienta a ilustre professora Clarissa Ferreira Macedo D'Isep¹³: “A prevenção é a ótica diretriz, a pedra de toque em matéria de meio ambiente. [...] Fato é que só por meio dela é que iremos encontrar forma eficaz de proteger o meio ambiente.” E mais: “A prevenção é uma manifestação e instrumentalização do princípio do desenvolvimento sustentável, que ratifica a necessidade.”

Trata-se, portanto, de orientação geral adotada em todas as esferas, sejam elas macro tratados entre Estados, ou micro aplicação de modelos de gestão ambiental privada (Iso-Série 140000) em âmbito nacional, gerando assim efeitos jurídicos, como a segurança nas questões globais do meio ambiente.

Insta enaltecer, que a ordem ‘prevenir’, recepcionada de forma imediata pelo art. 225, caput, ou de forma mediata, art. 225, § 1º, Inc IV/CF, ganhou-se uma nova projeção (o princípio da prevenção) chamado de “princípio da precaução”. Saliente-se que são institutos jurídicos diversos. Sendo assim, a prevenção constitui regra e a reparação em exceção.

Para que haja o efetivo desenvolvimento sustentável, as políticas pátrias, deverão se respaldar nele, ou seja, as medidas ambientais protetivas de prever, evitar e atacar as causas da degradação ambiental, se ampliaram na esfera do Direito Ambiental, que até então só tutelava ameaça e lesão.

Hoje o princípio da precaução determina a imediata intervenção – não é preciso que se tenha prova científica absoluta dos danos ambientais, bastando o seu “risco”, seja irreversível ou grave, em havendo dúvida, quanto “futuro dano” a solução é favorável ao meio ambiente.

Tal prevenção, a luz da razão é inegável o melhor caminho para preservação da natureza, seu custo é menor do que a reparação do dano a todos, tanto para o Estado como para a coletividade.

Sob a ótica do dirigismo contratual, a aplicação do princípio da prevenção delimita de forma eficaz o *princípio do consentimento* e o *princípio da obrigatoriedade contratual* sob a

¹³ D’ISEP, 2004, p. 48.

égide privada, seja, porque o meio ambiente é matéria de direito difuso, caracterizado por um direito de todos, de uso comum do povo e essencial a sadia qualidade de vida, ou, exercendo a função de fiscalização, incentivo e planejamento, respaldado pela Constituição Federal em seus arts, 174º e 225º caput.

Saliente-se, para o douto Silvio Rodrigues¹⁴, o princípio do consentimento é tratado como principiologia clássica do Direito Contratual.

No direito hodierno vigora o princípio do consentimento, pelo qual o acordo de vontades é suficiente à perfeição do contrato. Em princípio não se exige forma especial. O consentimento- forma os contratos, o que não significa sejam todos eles consensuais, alguns tendo sua validade condicionada á realização de solenidades estabelecidas na lei, e outros só se perfazendo se determinada exigência for cumprida. [...] a simples operação intelectual do concurso de vontades pode gerar contrato.

Já para Pereira¹⁵, quanto a sua classificação, tal princípio dita:

[...] consideraram os contratos celebrados, obrigando, pois, as partes, no momento em que estas cheguem ao consenso, na conformidade com a Lei, sendo dispensada qualquer formalidade adicional. Este princípio é a regra geral, sendo, entretanto, limitado por várias exceções, quando a Lei exige formalidades extras para alguns contratos.

E mais, com relação ao princípio da obrigatoriedade contratual, segundo Orlando Gomes¹⁶:

O princípio da força obrigatória consubstancia-se na regra que o contrato é lei entre as partes.

[...] Diz-se intangível, para significar-se a irretratabilidade do acordo de vontades. Nenhuma consideração de equidade justificaria a revogação unilateral do contrato ou alteração de suas cláusulas, que somente se permitem mediante novo concurso de vontades.

O princípio da intangibilidade do conteúdo dos contratos significa impossibilidade de revisão pelo juiz, ou de libertação de ato seu.

Atualmente, este princípio vem ganhando uma nova roupagem, no Direito Contratual,

¹⁴ RODRIGUES apud GOMES, Orlando. *Contratos*. Rio de Janeiro: Forense, 2008, p. 38.

¹⁵ PEREIRA apud FIÚSA, 2008, p. 400.

¹⁶ GOMES, op. cit., p.38

com atenuantes, que não mutilariam a sua substancia. O sentido absoluto da irretratabilidade passou a ser relativo, ou seja, em caráter excepcional, há possibilidade de intervenção judicial.

A equidade vem impondo na atualidade, como justificativa, onde a doutrina, fez ressurgir antiga proposição canônica, a chamada cláusula *rebus sic standibus* e, em seguida, adotou a construção teórica conhecida como teoria da imprevisão. Portanto a imprevisibilidade decorre de fato extraordinário, ocorrendo a agravação de responsabilidade econômica. Somente diante desta circunstancia, a quebra da fé jurada, dentro dos contratos.

Para o douto Fiúsa¹⁷: “Uma vez celebrados pelas partes, na expressão de sua vontade livre e autônoma os contratos não podem mais ser modificados a não ser por mútuo acordo. Devem ser cumpridos como se fossem lei”

Conclui-se, portanto, que a proteção ambiental, o reconhecimento do *direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado* não se resulta em nenhuma prerrogativa privada, mas apenas na fruição em comum e solidária, fundamentalmente superior e delimitador. Seu caráter jurídico é de um bem de uso comum do povo, tornando-se assim, fundamental, abarcado repita-se pela Constituição Federal/88 e estando intrinsecamente ligada à realização social.

1.3.3 Princípio do desenvolvimento sustentável

A Comissão Mundial do Meio Ambiente e Desenvolvimento define desenvolvimento sustentável¹⁸:

[...] como aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem as suas próprias necessidades, podendo também ser empregados com o significado de melhorar a qualidade de vida humana dentro dos limites da capacidade de suporte dos ecossistemas.

¹⁷ FIÚSA, 2008, p. 398.

¹⁸ MILARÉ, 2004, p. 149.

À luz do desenvolvimento sustentável, tem-se como principal desafio ao homem, na atualidade, demonstrar que a finalidade do Direito Ambiental coincide com a finalidade econômica, ou seja, ambos propugnam ao bem estar ou qualidade de vida individual ou coletiva.

A liberdade de subsistência não foi recepcionada pela Constituição Federal/88. Assim sendo, tem-se como um dos objetivos fundamentais da República, garantir o desenvolvimento nacional, conforme disposto em seu art. 3º, *caput*.

A corroborar com o retro exposto o STJ se manifestou acerca do desenvolvimento nacional, livre iniciativa e abuso do poder econômico¹⁹:

No domínio econômico – conjunto de bens e riquezas a serviço de atividades lucrativas – a liberdade de iniciativa constitucionalmente assegurada, fica jungida ao interesse do desenvolvimento nacional, da justiça social e se realiza visando a harmonia e solidariedade entre as categorias sociais de produção, admitindo, a Lei Maior, que a União intervenha na esfera da economia para suprir ou controlar o abuso do poder econômico (Ementário STJ, nº 10/262-MS nº 3.351-4-DF, Rel. Min. Demócrito Reinaldo, 1ª Seção. Unânime. Diário da Justiça, 1º de ago. 1994).

O consumo de forma responsável tornou-se preocupação primordial e realidade inevitável para a própria sobrevivência humana.

A adesão a políticas de gestão ambiental, seja pelo próprio Estado ou pela sociedade civil, instrumento hábil e único para promoção de uma sadia qualidade de vida, assegurando assim um meio ambiente ecologicamente equilibrado, reconhecendo assim o desenvolvimento social, ou seja, um capitalismo sustentável, aplicando de forma realista os princípios basilares do Direito Constitucional, a dignidade da pessoa humana, meio ambiente de trabalho e urbano saudáveis, atendimento às funções sociais da empresa (propriedade), enfim a qualidade de vida no mais amplo sentido da vida.

No que tange ao Direito Contratual, aplicar-se-á o princípio basilar do direito Ambiental Constitucional (desenvolvimento sustentável), dentro dos contratos, como instrumento de delimitação da livre iniciativa, em prol ao meio ambiente, garantindo-lhes, assim, sem distinção pessoas físicas e jurídicas, a liberdade, igualdade, a segurança e a propriedade e reconhecendo a inviolabilidade dos direitos fundamentais da República brasileira, conforme disposto em seu

¹⁹ MORAES, 2006, p. 147.

art. 5º, *caput*, da Lei Maior.

Portanto, mais uma vez, demonstra-se a importância da preservação do meio ambiente, assunto de caráter difuso e direito fundamental a toda e qualquer pessoa.

Diante do retro exposto, oportuna a afirmação da mestra Clarissa Ferreira D'Isep Macedo²⁰,

[...] trata-se de um único ecossistema. [...] Economia e meio ambiente são partes integrantes e dispersas no mesmo todo, seja porque este é fonte de recurso para aquele (E=K+ trabalho+natureza), ou ainda porque o meio ambiente é a integração e interação dos seres vivos com o seu meio, e a Economia é a maneira, a forma, o instrumento com o qual o homem interage com o meio.

1.3.4 Princípio da cooperação entre os povos

O meio ambiente ecologicamente equilibrado é considerado pela Carta Magna como direito fundamental de 3º geração. Assim o considera como patrimônio comum da humanidade. O termo patrimônio jurídico da humanidade²¹:

[...] implica em relação jurídica, pois patrimônio pertence à humanidade inteira, e, conseqüentemente, cria o problema de representação do exercício desse direito, gerando a possibilidade de organismos internacionais e estados soberanos pleitearem a defesa desse bem jurídico, não cabendo aos indivíduos atuação nessa esfera protetiva, mas as nações ou grupos institucionalmente organizados, pois, os beneficiários desse patrimônio comum são a própria humanidade e as gerações futuras.

Nesta seara, conforme dispõe a soberana Constituição, em seu título II, Dos Direitos e Garantias Fundamentais:

Art.4º A República Federativa do Brasil rege-se pelas relações internacionais pelos

²⁰ D'ISEP, 2004, p. 39.

²¹ MORAES, 2006, p. 2199.

²¹ Ibid., p. 2004.

seguintes princípios:

IX- cooperação entre os povos para o progresso da humanidade.

Reconhecida em vários documentos internacionais, é um dos propósitos explícitos da Organização das Nações Unidas (ONU), as relações amigáveis e a cooperação entre os povos para resolução dos problemas, econômico, social, cultural e humanitário.

Assim, cooperar significa operar em conjunto pressupondo harmonia e solidariedade entre si na busca do objetivo que requer esforço mútuo. Essa cooperação não significa limitação da soberania entre Estados, mas, com base nela, se realiza tal cooperação. Ela tão somente limita, ou, até elimina os conflitos, constitui forma consensual de harmonia, que repele a desarmonia, o conflito e a guerra.

Conclui-se, portanto, o regime de cooperação entre os povos, em nada atingirá a soberania nacional de cada país, em suas relações internacionais, sendo primordial, no que concerne ao Meio Ambiente Constitucional e à Economia, relevante para a busca do desenvolvimento sustentável do meio ambiente regional, refletindo-se de uma forma global, a própria sobrevivência humana, sob pena de se desvirtuar o seu objeto, qual seja o equilíbrio ambiental do planeta.

CAPÍTULO II

O CONCEITO DE MARCA

Na atualidade muito tem sido discutido acerca da “Marca”, sua importância para sociedade civil e suas organizações. Ela tem o condão de influenciar sob diferentes aspectos, sejam eles, psicológico, econômico, ambiental e social.

Em razão das grandes mudanças no mundo dos negócios, dos frutos da nova era, a era do conhecimento, criou-se novos mercados e serviços. Diante dessa nova perspectiva os ativos intangíveis de uma empresa, ganharam nova mensuração, a avaliação dos bens tangíveis da era industrial, já não refletem tão bem o valor dos ativos intangíveis. Sendo assim, há uma preocupação cada vez maior por parte de estudiosos e investidores do mundo inteiro, com relação a esta lacuna existente entre o valor econômico da entidade e seu valor contábil.

2.1 Conceito

Nesse sentido, define-se “marca” tanto juridicamente como do ponto de vista do marketing.

Definição jurídica: “Sinal ou conjunto de sinais nominativos, figurativos ou emblemáticos que aplicados, por qualquer forma, num produto ou no seu invólucro o façam distinguir de outros idênticos ou semelhantes.”²²

Definição de Marketing: “Nome, termo, sinal, símbolo, design ou combinação dos mesmos, destinada a identificar os bens e serviços de um vendedor ou grupo de vendedores, assim como a os diferenciar dos da concorrência.”²³

“Marca” para Aaker²⁴ e “[...] um ativo estratégico, mas também a fonte principal da

²² CHANTÉRAC, 1989. p. 46 apud LOURO, Maria João Soares. Modelos de Avaliação de Marca. *RAE – Revista de Administração de empresas*, São Paulo, v. 40, n. 2, p. 26-37, abr./jun. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v40n2/v40n2a04.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2012, p. 27.

²³ KOTLER, 1991, p. 442 apud op. cit., loc. cit.

²⁴ AMBLER; STYLES, 1997 apud LOURO, 2000, p. 27.

vantagem competitiva para uma empresa visão centrada no negócio.”

Diante disso, a gestão das “marcas” é uma questão crítica para o sucesso das organizações em um ambiente competitivo globalizado, ao novo cenário empresarial, produtos e serviços tendem a se equiparar nos aspectos técnicos e funcionais, no qual a globalização acirra a concorrência e faz com que a gestão de produtos e serviços seja fator decisivo para a diferenciação.

O presente trabalho versará tão somente acerca da gestão de produtos e serviços empresarial, imperioso destacá-la com o enfoque econômico no que tange aos bens de produção, a seguir demonstrados.

CAPÍTULO III

BRANDY EQUITY

Segundo Aaker²⁵, *brand equity* “É um conjunto de ativos e passivos ligados a uma marca, seu nome e símbolo, que se somam ou se subtraem do valor proporcionado por um produto ou serviço para uma empresa e/ou para consumidores dela.”

Para o *Marketing Science Institute*²⁶, o conceito se apresenta como um:

Conjunto de associações e comportamentos da parte de clientes, membros do canal e empresa, controladora da marca que permite a ganhar maior volume ou maiores margens do que conseguiria sem o nome da marca que permite à marca e que lhe dá uma vantagem forte, sustentável e diferenciadas sobre os concorrentes.

Já José Roberto Martins²⁷ afirma que:

São todos os recursos (inclusive de inteligência) necessários para que as marcas sejam posicionadas, comunicadas e vendidas com lucros financeiros e emocionais. Nas empresas com níveis ótimos de *brandy equity*, os interesses organizacionais são compatíveis com as expectativas dos consumidores.

A ferramenta útil de marketing *brandy equity* tem como escopo criar diferenciais, agregando valores à marca de diversas formas, sejam elas: material, cultural e ética. Oferece um denominador comum de interpretação, explorando a marca ou até mesmo trazendo benefícios de forma sólida.

A premissa básica do *branding* é o fortalecimento de uma marca e o que ela gera aos consumidores, de forma subjetiva, por meio de aprendizado, sentimento, e experiências.

Deste modo a gestão da marca torna-se essencial para a exploração de produtos e serviços de maneira ordenada, na sociedade globalizada, sob todos os aspectos, quais sejam,

²⁵ AAKER, David A. *Marcas: Brandy Equity gerenciando o valor da marca*. 14. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1998, p. 16.

²⁶ KELLER, Kevin Lane. *Gestão estratégica de Marcas*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006, p. 30.

²⁷ MARTINS apud KELLER, op. cit., loc. cit.

econômicos, ambientais e sociais, e como consequência maior e melhor distribuição de renda, indo ao encontro do progresso/desenvolvimento de uma nação forte, assegurando a todos a valorização do trabalho humano a dignidade da pessoa humana e a primazia da Justiça social, conforme ditames do art. 170 da Lei Maior.

À vista, indaguemos as seguintes questões acerca do *brandy equity*:

- ❖ Como o *brandy equity* ajuda a potencializar o valor da marca?
- ❖ Quais os benefícios ganhos pelas empresas e prestadores de serviços na construção da marca sólida e como consequência agregar valor econômico à marca, através das cláusulas ambientais.

Conclui-se, portanto, que a ferramenta de marketing *brandy equity* é instrumento válido e alternativo, denominado fonte principal de vantagem competitiva para as empresas, em uma sociedade de consumo.

Sua utilização será baseada na principiologia do Direito Constitucional Ambiental e, também, ao Direito Contratual.

Ressalte-se que a análise a seguir feita, no presente trabalho, será no sentido de que, o a meio ambiente, poderá ser classificado como bem intangível, agregando valor econômico a marca de produtos e serviços. Dessa forma, é instrumento capacitador e gerador de renda para uma sociedade, especificamente ao que concerne aos bens de produção.

Insta enaltecer que a inserção das cláusulas ambientais nos contratos, de certo modo poderá restringir, mas, ao mesmo tempo ampliar, qualificar e direcionar os demais ramos.

Também será instrumento de proteção ambiental, justificando-se por si só, a dependência entre eles.

Diante do exposto, retro, como resultado à empresa: lealdade à marca, maior conhecimento do nome, qualidade percebida, associação à marca em acréscimo à qualidade percebida, outros ativos do proprietário da marca patentes, *trademarkers*, relações com canais de distribuição etc.

CAPÍTULO IV

BENS INTANGÍVEIS

4.1 Breve Introdução

Para Paulo Schimith e José Luiz dos Santos²⁸, “O termo intangível vem do latim *tangere* ou *tocar*. Logo, os bens intangíveis são os que não podem ser tocados, porque não possuem corpo físico.”

Saliente-se que há muita discordância quanto à conceituação de bens intangíveis, entre os autores, especialistas no assunto.

Constitui uma das definições mais adequadas para a sua conceituação, a de Kohler, citado por Iudicibus²⁹ que define bem intangível como “ativos de capital que não têm existência física, cujo valor é limitado pelos direitos e benefícios que, antecipadamente, sua posse confere ao proprietário.”

Classificam-se como ativos intangíveis todos aqueles que possuem os seguintes elementos: gastos de implantação e pré-operacionais; marcas e nome de produtos, pesquisa e desenvolvimento; goodwill; direitos autorais; patentes; franquias; desenvolvimento de software; licenças, matrizes de gravação e certos investimentos de longo prazo.

Assim sendo, o meio ambiente, é classificado no presente, como bem intangível, precisamente como goodwill, agregando valor econômico para uma empresa, em razão da sua superioridade, de caráter público, e difuso. Deste modo é certo que o meio ambiente sua preservação é a caminho para a continua permanência do homem no planeta Terra.

²⁸ SCHIMITD, Paulo; SANTOS, José Luís dos. *Avaliação de bens intangíveis*. São Paulo: Atlas, 2002, p. 14.

²⁹ IUDÍCIBUS, 1997, p. 203 apud SCHIMITD; SANTOS, op. cit, loc. cit.

CAPÍTULO V

GOODWILL

5.1 Conceito

Catlet e Olson³⁰ (1968:8) entendem que o goodwill poderá ser definido de várias formas.

A primeira considera-se como ‘um sentimento agradável: benevolência amigável’. Já a segunda, relacionada ao comportamento de um comércio ou um negócio, define goodwill como: ‘Um benefício ou vantagem na maneira como se comporta um negócio adquirido, além do valor que ele seria vendido, devido a personalidade daquele que conduz a natureza da sua localização, se a sua reputação for habilidosa ou precisa, ou qualquer outra circunstancia incidental para o negócio que tende a fazê-lo duradouro.’

A terceira definição afirma que ele é o ‘valor capitalizado do excesso de lucros futuros estimados de um negócio acima da taxa de retorno de um capital considerado normal em uma atividade relacionada.’

E, finalmente, a quarta considera-o ‘o excesso de preço de compra de um negócio acima ou abaixo do valor avaliado de seus ativos líquidos, exclusive o goodwill.’

Segundo George T. Walter³¹, *goodwill* está relacionado com a capacidade de ganho da empresa:

Por definição, goodwill não possui significado contábil, a não ser quanto a uma capacidade de ganho acima do normal. Paga-se um preço por goodwill - um preço que se situa acima do valor dos outros ativos- porque lucros em excesso de um retorno normal sobre o investimento são antecipados. Em outras palavras, uma empresa é adquirida não para que se mantenha um grupo de ativos e sim com o objetivo de obter um fluxo de receita no futuro. Se o fluxo de rendimento esperado é a soma normal ou possui uma taxa normal, nenhum pagamento é feito pelo goodwill. Se o fluxo de rendimento esperado é em excesso em relação aos rendimentos normais, provavelmente um valor será pago pelo goodwill. Então se pode dizer que o pagamento por um fluxo esperado de rendimento em excesso, com relação a um retorno normal, é um pagamento pelo goodwill, e que o pagamento por um fluxo esperado de rendimento igual a um retorno normal é o pagamento por outros ativos.

Deste modo o *goodwill* está associado com a variação de atributos intangíveis inter-

³⁰ CATLET; OLSON, 1968, p. 8 apud SANTOS, José Luís dos. Ativos Intangíveis. *ConTexto*, Porto Alegre, v. 2, n. 2, p. 1-14, jan./jun. 2002. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/ConTexto/article/>>. Acesso em: 20 out. 2012, p. 6.

³¹ WALTER apud SCHIMITD; SANTOS, 2002, p. 37.

relacionados que derivam de uma avaliação agregada dos futuros ganhos da empresa.

5.2 Natureza do *goodwill*

Dentre inúmeras discussões acerca da natureza do *goodwill*, embora controversa entre os estudiosos, este está intimamente ligado a outros bens intangíveis, conforme preceitua Paulo Schmidt³², relacionando-se com alguns fatores e condições:

Know-how, Propaganda eficiente; Localização geográfica; Habilidade administrativa fora dos padrões comuns; Treinamento eficiente dos empregados; Relações públicas favoráveis; Legislação favorável; Crédito proeminente; Condições monopolistas; Processos secretos de fabricação; Fraqueza na administração dos concorrentes; Clientela estabelecida, tradicional e contínua; Prestígio e renome do negócio; Tecnologia de ponta; Boas relações com os empregados; Associação favorável em outras companhias.

Nesta mesma linha, para Catlett e Olson³³:

Administração superior; Organizações de vendas proeminente; Fragilidade administrativa dos concorrentes; Processos de fabricação diferenciado; Bom relacionamento com os empregados, Propaganda eficaz; Disponibilidade de linhas de crédito; Treinamento de empregados; Associação favorável a outras entidades; Localização estratégica; Descoberta de talentos ou recursos; Legislação e condições favoráveis de tributos entre outros.

Para Martins³⁴, em sua definição de *goodwill*:

Alguns fatores são determinantes para uma entidade e conseqüentemente lucros futuros: 'Know-how, propaganda eficiente, localização geográfica, habilidade administrativa fora dos padrões comuns, treinamento eficiente dos empregados, relações públicas favoráveis, legislação favorável e condições monopolísticas'.

Assim sendo, esses elementos possuem valores econômicos agregados, conhecidos

³² SCHIMITD; SANTOS, 2002, p. 43.

³³ CATLETT; OLSEN, 1968, p. 17-18 apud SCHIMITD; SANTOS, op. cit., p. 43.

³⁴ MARTINS, 1972, p. 59 apud SCHIMITD; SANTOS, op. cit., p. 43.

como *goodwill*, entretanto, em razão da sua intangibilidade, subjetividade, torna-se dificultoso a sua quantificação contábil.

CAPÍTULO VI

MEIO AMBIENTE CONCEITUADO COMO *GOODWILL*

Em razão do exposto, retro, podemos concluir que o meio ambiente é assunto recorrente no mundo globalizado, seja, como meio integrador do futuro da humanidade em termos de preservação, como também, elemento primordial para auferir lucratividade no mundo dos negócios.

Há uma crescente preocupação na atualidade por parte dos estudiosos e investidores no mundo acerca da lacuna existente entre o valor econômico da entidade e o seu valor contábil.

Assim, nota-se o crescimento e a relevância dos ativos intangíveis em relação aos bens tangíveis de uma empresa na composição do patrimônio das entidades. O interesse por parte dos líderes do mercado em desenvolverem ou adquirirem marcas famosas, a expansão do setor de serviços por todo o globo, a velocidade e a mudança tecnológica em especial a tecnologia da informação, o crescimento, a sua sofisticação e a sua integração nos mercados financeiros internacionais, além de fonte de riqueza proporcionada pela inteligência humana e os recursos internacionais. Assim o *goodwill*, torna-se peça chave para o sucesso das entidades empresariais.

Assim sendo, as cláusulas ambientais poderão ser classificadas como bem intangível, precisamente *goodwill*, “bem intangível dos intangíveis”, seja na compra e venda, aquisições, fusões ou até mesmo como forma de se manter no mercado da entidade mercantil, é obrigação na atualidade para o desenvolvimento da entidade empresarial

O meio ambiente poderá ser intimamente ligado a outros bens intangíveis, sendo assim, considerado *goodwill*. São eles: **propaganda eficiente**: a entidade empresarial poderá utilizar-se de propaganda ao consumidor, relacionando-a com educação e preservação. Na primeira integrando-se ao consumidor, demonstrando de forma eficiente, e, como a entidade participa com o papel da educação sobre o meio ambiente na sociedade como um todo (programas de televisão, rádio etc.). Neste ponto a propaganda servirá de elemento de ligação na esfera responsabilidade social, e conseqüentemente uma posição de destaque que difere dos demais concorrentes, uma vez que a entidade privada ou pública estará garantindo ao “cidadão-consumidor” a garantia efetiva do direito de terceira geração, tido como um direito fundamental

para presente e futuras gerações.

Assim sendo, cria-se um elo emocional entre entidade e consumidor, e, como consequência: Maior fidelidade; Menor vulnerabilidade a ações de marketing da concorrência, Menor vulnerabilidade das crises, Margens Maiores, Resposta mais inelástica do consumidor a aumentos de preços, Resposta mais elástica do consumidor a reduções de preços, Maior cooperação dos intermediários, Maior eficácia dos programas de comunicação de marketing, Oportunidades de licenciamento, Oportunidades de extensão de marca, Melhor Percepção do desempenho do produto/ serviço, Menor vulnerabilidade a ações de marketing da concorrência.

Na segunda, o meio ambiente, precisamente as cláusulas ambientais, utilizado como forma de preservação, tanto na fabricação de produtos, distribuição, vendas e pós-vendas. Assim, cria-se mais uma vez, um elo emocional entre entidade e consumidor, e como consequência: Maior fidelidade; Menor vulnerabilidade a ações de marketing da concorrência, Menor vulnerabilidade das crises, Margens Maiores, Resposta mais inelástica do consumidor a aumentos de preços, Resposta mais elástica do consumidor a reduções de preços, Maior cooperação dos intermediários, Maior eficácia dos programas de comunicação de marketing, Oportunidades de licenciamento, Oportunidades de extensão de marca, Melhor Percepção do desempenho do produto/serviço, Menor vulnerabilidade a ações de marketing da concorrência, Menor vulnerabilidade das crises, Margens Maiores, Resposta mais inelástica do consumidor a aumentos de preços, Resposta mais elástica do consumidor a reduções de preços, Maior cooperação dos intermediários, Maior eficácia dos programas de comunicação de marketing, Oportunidades de licenciamento, Oportunidades de extensão de marca.

Diante do retro exposto, conceituar o meio ambiente, a inserção das cláusulas ambientais, nos contratos sendo tratado como *goodwill*, trará como consequência inúmeras vantagens, acima elencadas, elevando a marca, onde jamais foi atingida, de forma singular, em termos de responsabilidade social uma imagem forte, sua participação efetiva na educação ambiental e preservação, demonstrarão a médio e longo prazo que os interesses da entidade são compatíveis com os dos consumidores.

Ressalte-se que a quantificação de valores quanto ao bem intangível, *goodwill*, poderá ser demonstrada de forma cabal, através da ferramenta de marketing, *brandy equity*, capacitadora eficiente e gestão da marca.

Por fim, repita-se que o meio ambiente influencia processos e cadeias produtivas, altera a competitividade no mercado, incorporando-se aos negócios. A crescente multiplicação de abordagens acerca do tema, debates quanto à natureza, riscos potenciais de produtos fabricados, degradação ambiental, barreiras ao comércio, discriminação de produtos com base nos processos de fabricação, e aplicação de regras internacionais ao patrimônio comum tendem a se intensificar em novos contextos e cenários deste século.

CONCLUSÃO

O planeta Terra está sob o comando do Homem, presente e futuro incerto, diante da ganância de uma civilização egoísta, em busca do eterno desenvolvimento.

É certo que o homem é parte e não dono do meio ambiente. Dos recursos naturais, finitos, profundas alterações na natureza foram verificadas no tempo, sobre a qual a civilização atuou em grande parte de forma degradante.

Assim, primordial os alertas, da “consciência minoritária” almejando e buscando ações positivas para preservação da natureza com o objetivo de assegurar a própria existência humana.

Tornou-se imperiosa a formalização dessa preocupação sob a égide do Direito, posto que esse, tanto deve assegurar ao cidadão uma vida digna quanto deve instruí-lo a contribuir, agindo em harmonia com o meio ambiente, para a instituição efetiva da dignidade da pessoa humana, assegurada pela Carta Magna.

A proteção ambiental está envolvida pelo contexto da ordem social, ou seja, a Constituição Federal concebe o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado. Assim entende-se como “Direitos Sociais” um direito fundamental do homem, cujo Estado tem o dever-poder de prestar de forma direta ou indireta possibilidades de melhores condições de vida à todos de forma igualitária. Dentre as classificações dos “Direitos Sociais”, encontram-se os direitos sociais do meio ambiente.

Deste modo, o Direito visa proteger a qualidade de vida do homem, convertendo-a em bem jurídico; a Lei maior definiu-a como bem de uso comum.

Portanto, imperioso destacar que a preservação do meio ambiente está adstrita ao pleno desenvolvimento sustentável do meio ambiente.

Assim, o assunto meio ambiente é altamente relevante na atualidade, ele é agente transformador na economia, influenciando processos e cadeias produtivas, alterando a competitividade no mercado, incorporando-se aos negócios, com tendência de se intensificar em novos contextos e cenários deste século.

Debates acerca do tema, através de fóruns internacionais tem-se multiplicado quanto aos riscos potenciais de produtos fabricados, degradação ambiental, barreiras ao comércio, discriminação de produtos com base nos processos de fabricação e distribuição e aplicação de regras internacionais ao patrimônio comum.

Posto isto, é indubitável a importância da inserção das cláusulas ambientais sob a égide do Direito Contratual, baseada na principiologia do Direito Ambiental e Contratual. E sim, de uma forma mais abrangente, não somente como meio da própria preservação, mas como estratégia de ascensão de produtos e serviços, agregando-se valor econômico à marca, bom posicionamento no mercado e, como consequência, a lucratividade pautada na preservação do meio ambiente.

Diante do retro exposto, conclui-se, que o meio ambiente poderá ser conceituado como *goodwill*, tornando-se peça chave para o sucesso da entidade empresarial.

Tem-se como consequência inúmeras vantagens, elevando a marca de produtos e serviços, onde jamais foi atingida, de forma singular, em termos de responsabilidade social uma imagem forte, sua participação efetiva, na educação ambiental e preservação, demonstrarão a médio e longo prazo que os interesses da entidade são compatíveis com os dos consumidores.

Ressalte-se que a quantificação de valores quanto ao bem intangível, de uma empresa, o *goodwill*, poderá ser demonstrada, de forma cabal, através da ferramenta de marketing *brandy equity*, meio capacitador e eficiente para a gestão da marca.

Assim, a inserção das cláusulas ambientais nos contratos de produtos e serviços é sem dúvida um caminho essencial e sem volta para a própria existência da pessoa humana.

REFERÊNCIAS

AAKER, David A. *Marcas: Brandy Equity gerenciando o valor da marca*. 14. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1998.

BRASIL. *Lei n. 6.938, de 31 de agosto de 1981*. Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências.

Publicada no DOU de 2.9.1981. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6938.htm>. Acesso em: 2 out. 2012.

_____. (Constituição 1988). *Constituição da República Federativa do Brasil: texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988, com as alterações adotadas pelas Emendas Constitucionais n°s 1/1992 a 68/2011, pelo Decreto Legislativo n° 186/2008 e pelas Emendas Constitucionais de Revisão n°s 1 a 6/1994*. 35. ed. Brasília: Câmara dos Deputados, 2012.

D'ISEP, Clarissa Ferreira Macedo. *Direito Ambiental econômico e a ISO 14000: análise jurídica do modelo da gestão ambiental e a certificação ISO 14001*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

FIÚSA, Cesar. *Direito Civil: curso completo*. 11. ed. rev. atual. e ampl. Belo Horizonte: Del Rey, 2008.

GOMES, Orlando. *Contratos*. Rio de Janeiro: Forense, 2008.

KELLER, Kevin Lane. *Gestão estratégica de Marcas*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006, p. 30

LOURO, Maria João Soares. Modelos de Avaliação de Marca. *RAE – Revista de Administração de empresas*, São Paulo, v. 40, n. 2, p. 26-37, abr./jun. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v40n2/v40n2a04.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2012.

MILARÉ, Edis. *Direito do ambiente*. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

MORAES, Alexandre de. *Constituição do Brasil Interpretada e legislação constitucional*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. *Agenda 21*. 1992. Disponível em:

<<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21/agenda-21-global>>.

Acesso em: 10 out. 2012. Não paginado.

REALE, Miguel. *Função social do contrato*. 20 nov. 2003. Disponível em:

<<http://www.miguelreale.com.br/>>. Acesso em: 25 out. 2012. Não paginado.

SANTOS, José Luís dos. Ativos Intangíveis. *ConTexto*, Porto Alegre, v. 2, n. 2, p. 1-14, jan./jun. 2002. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/ConTexto/article/>>. Acesso em: 20 out. 2012.

SCHIMITD, Paulo; SANTOS, José Luís dos. *Avaliação de bens intangíveis*. São Paulo: Atlas, 2002.

SILVA, José Afonso. *Comentário contextual à Constituição*. 2. ed. São Paulo : Malheiros, 2006.

SOARES, Guido Fernandes Silva. *Direito internacional do meio ambiente*. São Paulo: Atlas, 2001.