



COMARCA DE TRAMANDAÍ  
1ª VARA CÍVEL  
Rua Vergueiros, 163

---

**Processo nº:** 073/1.11.0008404-7 (CNJ:.0016737-14.2011.8.21.0073)  
**Natureza:** Cautelar Inominada  
**Autor:** Bom Mercado Comércio de Alimentos Ltda  
**Réu:** WMS Supermercados do Brasil LTDA  
**Juiz Prolator:** Juíza de Direito - Dra. Laura Ullmann López  
**Data:** 25/01/2012

**Vistos, etc.**

**1. BOM MERCADO COMÉRCIO DE ALIMENTOS S.A.**, pessoa jurídica de direito privado, CNPJ nº 02.688.247/0001-78, estabelecida na Av. Paraguassu, nº 1841, centro, Imbé/RS propõe **AÇÃO CAUTELAR INOMINADA** em face do **WMS SUPERMERCADOS DO BRASIL S.A.**, com sede na Av. Rio Grande, nº 10, centro, Imbé/RS.

Afirma que: **a)** atua no ramo de supermercados há muitos anos utilizando o nome fantasia Superbom; **b)** está enfrentando concorrência desleal praticada pela empresa ré, a qual fixou cartazes nas suas dependências apontando comparação de preços entre os supermercados; **c)** além de divulgar os preços dos produtos comercializados pelo autor, anexa nota fiscal de compra em seu estabelecimento; **d)** a propaganda corporativa caracteriza concorrência desleal, pois não se limita à promessa de vender produtos com preços idênticos ao da concorrência, se inferiores ao que pratica; **e)** possui notória inferioridade econômica, pois de abrangência apenas local, enquanto a requerida tem rede de larga abrangência nacional; **f)** a prática de concorrência desleal pela ré é comum, existindo outro processo, na comarca de Santo Antônio da Patrulha, onde foi deferida liminar porque o supermercado réu procedeu à divulgação e comparação de preços dentro de seu estabelecimento; **g)** o ato ilícito causa inegável dano moral; **h)** a empresa ré, ao utilizar-se dessa propaganda objetiva induzir o



consumidor a adquirir seus produtos mais baratos em relação ao concorrente e condiciona o consumidor a não ingressar em outra loja.

Em sede de liminar, postula a determinação de suspensão da prática de concorrência desleal, com a retirada imediata de seu nome e razão social de toda e qualquer propaganda, externa ou interna e que se abstenha de fazê-lo, sob pena de multa.

No mérito pede a procedência da ação – fls. 02/07. Procuração – fl.08. Junta documentos – fls.09/18. Custas – fl. 19.

2. Deferida a liminar pleiteada – fl. 20.

3. Citado (fls. 23/24), o requerido apresenta contestação (fls. 25/56) alegando que: **a)** os princípios da livre iniciativa e da livre concorrência estão consagrados pela Constituição Federal e a pretensão da autora busca caracterizar, sem permissivo legal, intensa intervenção na atividade do concorrente, cerceando àqueles princípios; **b)** o pedido da requerente também ofende o princípio da isonomia; **c)** considerando o direito de propriedade, não pode ser limitada no direito de realização de sua propaganda e disponibilização de seus recursos; **d)** a livre concorrência deve ser analisada à luz dos princípios da livre iniciativa, da isonomia, da propriedade privada e da tutela do consumidor, porém jamais se olvidando que todos os princípios são voltados à preservação do modo de produção capitalista; **e)** a campanha é respeitadora e as informações verdadeiras e honestas; **f)** somente a lei pode atuar como elemento a modular o exercício da liberdade de iniciativa e da livre concorrência; **g)** em momento algum utilizou-se da marca de propriedade da autora de modo a violar a proteção conferida pela Lei de Propriedade Industrial; **h)** sua propaganda não subtrai clientela alheia sem esforço próprio, não implica em confusão de produtos ou empresa, não implica em imitação, nem usurpa as características de identificação do estabelecimento concorrente; **i)** ainda, sua propaganda não prejudica a reputação ou os negócios alheios, não contém falsa afirmação e não usa qualquer meio fraudulento; **j)** a propaganda corporativa é lícita,



desde que veicule fato verdadeiro e, no caso, limita-se à comparação de preços de produtos específicos praticados no mesmo dia pelo réu e seu concorrente.

Pede a improcedência da ação. Procuração – fls.57/58

4. Réplica – fls. 60/62.

5. Certificada a propositura da ação principal – fl. 63.

6. Instadas a se manifestar sobre o interessa na produção de provas, as partes não se manifestam – fl. 64.

**É o relatório. Decido.**

1. Inegavelmente, a Constituição Federal é cândida ao adotar ao sistema econômico capitalista, na medida em que cita a livre iniciativa como fundamento da República (art.1, IV) e da ordem econômica vigente. Concomitantemente assegura ser a livre concorrência um dos princípios regentes daquela econômica.

Contudo, a Carta Magna não adota o capitalismo puro, evidenciando nuances que à conectam a uma índole social, possibilitando, inclusive, a intervenção do Estado na economia de forma à conformá-la aos seus objetivos maiores.

Disto se retira que a manutenção da economia e do capitalismo não são metas a serem atingidas por si só. Ao contrário, há algo maior a ser alcançado que é a dignidade de seus cidadãos, alvo para o qual aqueles são instrumentos, importantes é verdade, mas instrumentos.

Trago tal ideia à baila para explicar que a inexistência de limitação legal a espécie de propaganda debatida, não significa que ela seja despida de potencial de gerar, ao fim e ao cabo, um grande prejuízo não só para os concorrentes, como também para a comunidade local.

O réu possui grande poder econômico financeiro e pode apresentar melhores preços aos consumidores. Todavia, isto não precisa ser feito do modo agressivo e desproporcional como está sendo feito, forçando uma conexão entre a concorrência e preços altos. **A propaganda deve ser**



**em seu favor e não contra os demais.**

Neste norte, como afirma o requerente, a conduta do demandado conduz os consumidores a nem mais entrarem em outros estabelecimentos, o que redundará em perda de clientela e possível falência dos estabelecimentos concorrentes, até porque, estes, em sua maioria, são de pequeno porte.

Corolário desta situação será o fechamento de vários pequenos estabelecimentos desse ramo, restringindo o acesso dos consumidores a outros fornecedores, redundando em restrição da concorrência e atribuindo ao demandado um poder econômico excessivo, bem como dominação do mercado.

E como dito supra, tal situação em nada favorecerá para a concretização dos valores maiores da República, dentre eles a própria livre concorrência, a função social da propriedade e a busca do pleno emprego.

Neste sentido:

“RESPONSABILIDADE CIVIL. DANO MORAL. VEICULAÇÃO DE PROPAGANDA COMPARATIVA. CONCORRÊNCIA DESLEAL. Veiculação de propaganda comparativa, onde são relacionados os concorrentes da ré, entre os quais a autora, de notória inferioridade econômica, consubstanciado abuso do poder econômico, com infração à ordem econômica, mais precisamente, à livre concorrência. Arts. 170, IV, da CF e 20, I, e 29 da Lei nº 8.884/94. Dano moral caracterizado. Apelo desprovido. (Apelação Cível Nº 70016163727, Quinta Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Leo Lima, Julgado em 14/03/2007)”

Os fundamentos aqui explicitados implicam de pronto na relativização dos princípios da propriedade privada e da isonomia, alegados pelo réu, pois eles cedem frente a um bem maior, a manutenção da concorrência.

**2. Diante do exposto, JULGO PROCEDENTE o pedido formulado**



pelo **BOM MERCADO COMÉRCIO DE ALIMENTOS S.A** em face de **WMS SUPERMERCADOS DO BRASIL S.A.** para o efeito de determinar, de forma definitiva, que o réu retire o nome e a razão social do autor de toda e qualquer propaganda interna ou externa. **CONDENO** o réu no pagamento de custas e despesas processuais e honorários advocatícios que fixo em R\$ 1.000,00.

Publique-se. Registre-se. Intimem-se.

Tramandaí, 25 de Janeiro de 2012.

Laura Ullmann López,

Juíza de Direito