

Empresa processa cervejaria por contrariar o próprio código de Ética

Para evitar prejuízos decorrentes do encerramento de contrato de distribuição de produtos com a cervejaria Heineken, após 24 anos de sucessivas renovações, uma empresa de Teixeira de Freitas (BA) recorreu ao compromisso que a multinacional assumiu publicamente com práticas ambientais, sociais e de governança por meio de seu código de ética.

Agência Brasil



Cervejaria decidiu não renovar contrato com distribuidora após 24 anos de serviço Agência Brasil

Esse compromisso é tendência no mundo corporativo, consolidado na sigla ESG (*environmental, social and governance*), usada para se referir às melhores práticas e que pode também servir como critério para investimentos. Ela identifica empresas engajadas em práticas para além do lucro financeiro.

Na petição protocolada na Justiça de São Paulo, a Avante Distribuidora de Bebidas informa que a Heineken consagra esses valores em seu código de ética, em que assume compromisso com as comunidades onde atua e trata de suas "já evoluídas práticas sociais".

Esse discurso, segundo a autora da ação, conflita com as ações da cervejaria, que em dezembro de 2020 informou à distribuidora com mais de seis meses de antecedência que não renovaria o contrato de distribuição com cláusula de exclusividade.

Os serviços de revenda perduram há aproximadamente 24 anos por meio de sucessivas renovações de contrato, nos quais a distribuidora baiana conquistou carteira de clientes e fez investimentos para atender à demanda e melhorar os serviços prestados em favor da cervejaria.

Por isso, defende que a relação estabeleceu uma legítima expectativa de continuidade do contrato. Foi com base nisso que a distribuidora efetuou compra de imóvel para expansão de suas atividades, por meio de dois empréstimos no valor total de R\$ 1,8 milhão, poucos meses antes de ser surpreendida com a notícia do fim da relação contratual.

Além disso, destacou a empresa, há um débito com o próprio grupo Heineken que somente vencerá após



o final do contrato. Assim, é preciso estabelecer um prazo razoável para que a distribuidora possa recuperar os investimentos realizados e buscar outras fontes de renda, já que o contrato com a cervejaria possui cláusula de exclusividade.

"Quando uma empresa se apresenta para a sociedade com seu código de conduta e suas obrigações sociais, ela não pode usar a Doutrina Friedman, em uma demanda como a presente, sustentando que a sua função social é maximizar resultado aos acionistas. Isso seria um exercício inadmissível de posição jurídica em um evidente *venire contra factum proprium* (vedação do comportamento contraditório)", aponta a inicial, assinada pelo advogado **Leonardo Corrêa**.

"Ou a empresa é firme e defende a Doutrina Friedman, com todas as consequências que essa escolha implica; ou aceita que possui uma função social. Ao escolher a segunda hipótese, contudo, não dá para buscar salvação na primeira", acrescenta.

A ação pede indenização pela violação dos artigos 197 e 927 do Código Civil, no objetivo de frustrar a legítima expectativa relativa ao que foi dito perante o Cade e ao que é declarado ostensivamente nos códigos de ética e conduta e na mídia pela cervejaria.

Pede também indenização por todos os danos (materiais, imateriais e morais) gerados pelo uso da confiança da distribuidora para alcançar objetivos próprios sem qualquer preocupação sobre as consequências. E ainda requer que seja permitida a continuidade do contrato até o retorno dos últimos investimentos feitos pelo prazo de 39 meses, com a manutenção das condições comerciais.

Clique [aqui](#) para ler a petição

Clique [aqui](#) para ler a decisão liminar

1078357-36.2021.8.26.0100

Autores: Redação Conjur