

PRIMEIRA PARTE
EMPRESA E ESTABELECIMENTO

CAPÍTULO 1 – O DIREITO COMERCIAL E A DISCIPLINA DA ATIVIDADE ECONÔMICA	22
1. INTRODUÇÃO	23
2. O ESTADO, A ECONOMIA E O DIREITO NO INÍCIO DO SÉCULO XXI	25
3. DISCIPLINA PRIVADA DA ATIVIDADE ECONÔMICA	27
4. O SISTEMA FRANCÊS (TEORIA DOS ATOS DE COMÉRCIO)....	30
5. O SISTEMA ITALIANO (TEORIA DA EMPRESA).....	34
6. FILIAÇÃO DO DIREITO BRASILEIRO AO SISTEMA FRANCÊS EM 1850	38
7. APROXIMAÇÃO DO DIREITO BRASILEIRO AO SISTEMA ITALIANO	40
8. DO DIREITO COMERCIAL AO DIREITO EMPRESARIAL	43
9. O CONHECIMENTO TECNOLÓGICO DO DIREITO	45
10. O DIREITO E AS EXTERNALIDADES.....	48
11. O CUSTO DO DIREITO PARA A ATIVIDADE EMPRESARIAL...	51
12. DIREITO COMERCIAL COMO DIREITO-CUSTO	54
CAPÍTULO 2 – OS PRINCÍPIOS DO DIREITO COMERCIAL	60
1. INTRODUÇÃO	61
2. CLASSIFICAÇÃO DOS PRINCÍPIOS DO DIREITO COMERCIAL	63
3. PRINCÍPIO DA LIBERDADE DE INICIATIVA.....	64
3.1. Os Dois Vetores do Princípio da Liberdade de Iniciativa.....	66
3.2. A Liberdade de Iniciativa na Ordem Constitucional Brasileira.....	67
3.3. Desdobramentos do Princípio da Liberdade de Iniciativa...	68
4. PRINCÍPIO DA LIVRE CONCORRÊNCIA	70
5. PRINCÍPIO DA FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA.....	73
6. PRINCÍPIO DA PRESERVAÇÃO DA EMPRESA	74
7. O PRINCÍPIO DA LEGALIDADE E A EXPLORAÇÃO DA ATIVIDADE EMPRESARIAL.....	75

CAPÍTULO 3 – A DISCIPLINA DA ATIVIDADE EMPRESARIAL E A GLOBALIZAÇÃO ...	78
1. AS VANTAGENS COMPETITIVAS DECORRENTES DO MARCO REGULATÓRIO	79
2. PRINCÍPIOS DO DIREITO DO COMÉRCIO INTERNACIONAL	81
3. INTEGRAÇÃO ECONÔMICA E A CLÁUSULA SOCIAL	82
4. PROCESSO DE INTEGRAÇÃO ECONÔMICA REGIONAL	83
4.1. As Cadeias Globais de Valor	86
4.2. Harmonização do Direito	88
4.3. Harmonização do Direito Comercial	91
CAPÍTULO 4 – O EMPRESÁRIO	100
1. INTRODUÇÃO	101
2. SOCIEDADE EMPRESÁRIA	102
3. DEVERES GERAIS DOS EMPRESÁRIOS	103
4. REGISTRO DE EMPRESAS	104
4.1. Órgãos do Registro de Empresas	105
4.2. Atos do Registro de Empresas	107
4.3. Procedimentos e Regimes	108
4.4. Consequências da Falta do Registro: Sociedade Empresária Irregular ...	110
4.5. Empresário Rural e Pequeno Empresário	110
5. ESCRITURAÇÃO	112
5.1. Espécies de Livros	115
5.2. Regularidade na Escrituração	117
5.3. Processos de Escrituração	117
5.4. Extravio e Perda da Escrituração	118
5.5. Exibição dos Livros	119
5.6. Eficácia Probatória dos Livros Mercantis	121
5.7. Consequências da Falta de Escrituração	122
5.8. Escrituração da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte	124
6. DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS PERIÓDICAS	125
7. EMPRESÁRIO INDIVIDUAL	127
7.1. Exercício Individual da Empresa	127
7.2. Transformação de Registro	128
CAPÍTULO 5 – ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL	130
1. CONCEITO DE ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL	131
2. NATUREZA DO ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL	133
3. ELEMENTOS DO ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL	134

4.	A PROTEÇÃO AO PONTO: LOCAÇÃO EMPRESARIAL	136
4.1.	Requisitos da Locação Empresarial.....	137
4.2.	Exceção de Retomada.....	139
4.3.	Ação Renovatória.....	141
4.4.	Indenização do Ponto	142
5.	“SHOPPING CENTER”	144
6.	ALIENAÇÃO DO ESTABELECIMENTO EMPRESARIAL	148
6.1.	A Questão da Sucessão	148
6.2.	Trespasse e Locação Empresarial	151
6.3.	Cláusula de não Restabelecimento	153
7.	FRANQUIA.....	155
7.1.	Circular de Oferta de Franquia	156
7.2.	Registro da Franquia.....	161
	CAPÍTULO 6 – PROPRIEDADE INDUSTRIAL	162
1.	INTRODUÇÃO	163
2.	BENS DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL	165
2.1.	Segredo de Empresa	168
2.2.	Marcas Coletivas e de Certificação	169
2.3.	Marcas Esportivas.....	171
3.	A PROPRIEDADE INTELECTUAL	171
3.1.	Diferenças entre o Direito Industrial e o Direito Autoral	172
3.2.	Desenho Industrial e Obra de Arte	174
4.	PATENTEABILIDADE.....	176
4.1.	Novidade.....	177
4.2.	Atividade Inventiva	178
4.3.	Industriabilidade	180
4.4.	Desimpedimento	181
5.	REGISTRABILIDADE	182
5.1.	Registro de Desenho Industrial.....	182
5.2.	Registro de Marca	184
6.	PROCESSO ADMINISTRATIVO NO INPI	188
6.1.	Pedido de Patente.....	189
6.2.	Pedido de Registro de Desenho Industrial.....	191
6.3.	Pedido de Registro de Marca	192
6.4.	Prioridade.....	192
7.	EXPLORAÇÃO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL	193
7.1.	Licença de Direito Industrial	194

7.2.	Cessão de Direito Industrial	195
7.3.	“ <i>Secondary Meaning</i> ” e Degeneração de Marca Notória	196
8.	EXTINÇÃO DO DIREITO INDUSTRIAL.....	198
9.	NOME EMPRESARIAL.....	200
9.1.	Espécies de Nome Empresarial	202
9.2.	Formação e Proteção do Nome Empresarial	203
9.3.	Diferenças entre Nome Empresarial e Marca	205
10.	TÍTULO DE ESTABELECIMENTO.....	207
CAPÍTULO 7 – DISCIPLINA JURÍDICA DA CONCORRÊNCIA.....		208
1.	O NOVO LIBERALISMO	209
2.	CONCORRÊNCIA DESLEAL	212
2.1.	Classificação da Concorrência Desleal.....	213
2.2.	Modalidades de Concorrência Desleal Específica.....	214
2.3.	Repressão Civil	217
2.4.	Repressão Penal	219
3.	INFRAÇÃO DA ORDEM ECONÔMICA.....	221
3.1.	Órgãos Administrativos de Repressão às Infrações	223
3.2.	Natureza da Competência do Cade.....	225
4.	CARACTERIZAÇÃO DA INFRAÇÃO DA ORDEM ECONÔMICA	228
4.1.	Irrelevância da Culpa	229
4.2.	Prejuízo à Livre Concorrência ou Livre-Iniciativa.....	231
4.3.	Mercado Relevante	233
4.4.	Aumento Arbitrário de Lucros.....	235
4.5.	Abuso de Posição Dominante	236
4.6.	Paralelismo de Preços ou Conduta.....	237
5.	CONDUTAS INFRACIONAIS	240
6.	SANÇÕES POR INFRAÇÃO DA ORDEM ECONÔMICA	253
7.	CONTROLE PREVENTIVO DOS ATOS DE CONCENTRAÇÃO EMPRESARIAL.....	254
8.	COMPROVAÇÃO DA CONCORRÊNCIA ILÍCITA.....	255
9.	DISCIPLINA CONTRATUAL DA CONCORRÊNCIA	258
CAPÍTULO 8 – A ATIVIDADE EMPRESARIAL E A QUALIDADE DO FORNECIMENTO DE BENS E SERVIÇOS		260
1.	FORNECIMENTO SEM QUALIDADE	261
1.1.	Falta de Qualidade por Periculosidade	261
1.2.	Falta de Qualidade por Defeito	262

1.3.	Falta de Qualidade por Vício	265
1.4.	Teoria da Qualidade.....	266
2.	SUPERAÇÃO DO PRINCÍPIO DA CULPABILIDADE	268
3.	SUPERAÇÃO DO PRINCÍPIO DA RELATIVIDADE	270
4.	FORNECIMENTO PERIGOSO	273
4.1.	Riscos Normais e Previsíveis	273
4.2.	Alto Grau de Periculosidade ou Nocividade	275
5.	PERICULOSIDADE DO FORNECIMENTO E INFORMAÇÃO DO CONSUMIDOR.....	277
5.1.	Dever de Informar sobre Riscos de Consumo	278
5.2.	Adequabilidade e Suficiência das Informações sobre Riscos de Produtos e Serviços	280
6.	RISCO DE DESENVOLVIMENTO	281
6.1.	Dever de Pesquisar.....	281
6.2.	Estado da Arte	285
7.	FORNECIMENTO DEFEITUOSO.....	287
7.1.	Classificação dos Fornecedores	288
7.2.	Responsabilidade do Fabricante, Produtor, Construtor e Importador	289
7.3.	Responsabilidade do Comerciante	291
7.4.	Responsabilidade do Prestador de Serviços	293
7.5.	Responsabilidade dos Profissionais Liberais.....	294
8.	FORNECIMENTO VICIADO.....	295
8.1.	Impropriedade nos Produtos e Serviços	296
8.2.	Superação da Teoria Tradicional dos Vícios Redibitórios	298
8.3.	Perdas e Danos por Fornecimento Viciado.....	300
9.	DIREITOS DO CONSUMIDOR NA SOLUÇÃO DOS VÍCIOS	300
9.1.	Vício de Qualidade ou de Quantidade no Produto	301
9.2.	Vício de Qualidade no Serviço.....	303
9.3.	Decadência do Direito de Reclamação por Vício	304
10.	RELAÇÕES INTEREMPRESARIAIS E QUALIDADE DO FORNECIMENTO ..	306
10.1.	Direito de Regresso	306
10.2.	Responsabilidade do Sucessor.....	307
10.3.	Responsabilidade do Licenciador de Direito Industrial	309
10.4.	Responsabilidade do "Merchandisor"	310
10.5.	Responsabilidade do Franqueador.....	310
10.6.	Sociedades Controladas, Consorciadas, Coligadas e Integrantes de Grupo.....	311

CAPÍTULO 9 – A ATIVIDADE EMPRESARIAL E A PUBLICIDADE	314
1. A PUBLICIDADE E A TUTELA DO CONSUMIDOR	315
2. A AUTORREGULAÇÃO PUBLICITÁRIA.....	319
2.1. Âmbito de Abrangência do Sistema de Autorregulação.....	319
2.2. Sanções do Sistema de Autorregulação.....	321
3. PUBLICIDADE SIMULADA	323
4. PUBLICIDADE ENGANOSA	326
4.1. Falsidade e Enganosidade.....	327
4.2. Caracterização da Publicidade Enganosa	329
4.3. Consumidor Padrão.....	330
4.4. Conteúdo da Mensagem	331
4.5. Princípio da Veracidade, Princípio da Transparência e Enganosidade por Omissão.....	334
5. PUBLICIDADE ABUSIVA.....	336
5.1. Abuso por Discriminação.....	337
5.2. Abuso por Incitação à Violência	338
5.3. Abuso por Exploração do Medo e Superstição.....	339
5.4. Abuso na Publicidade Dirigida a Crianças.....	339
5.5. Abuso por Desrespeito aos Valores Ambientais.....	340
5.6. Abuso por Indução à Conduta Nociva à Saúde ou Segurança do Consumidor	341
5.7. Caracterização da Publicidade Abusiva.....	342
5.8. Agressão aos Valores da Sociedade.....	343
5.9. Valores Sociais e Questões Individuais	345
6. <i>PUBLICITY</i>	347
7. RESPONSABILIDADE CIVIL DO ANUNCIANTE	349
8. RESPONSABILIDADE ADMINISTRATIVA DO ANUNCIANTE	351
8.1. Efetividade da Contrapropaganda.....	353
8.2. Natureza da Responsabilidade Administrativa do Anunciante.....	354
9. RESPONSABILIDADE PENAL DO ANUNCIANTE	354
9.1. Elementos do Tipo do Art. 67 do CDC	355
9.2. Crime Formal e Crime Material de Publicidade Enganosa.....	356
10. RESPONSABILIDADE DA AGÊNCIA DE PROPAGANDA E DO VÉICULO DE COMUNICAÇÃO.....	357
11. PUBLICIDADE COMPARATIVA.....	359

SEGUNDA PARTE
TÍTULO DE CRÉDITO

CAPÍTULO 10 – CRÉDITO	366
1. CONCEITO DE CRÉDITO	367
2. CRÉDITO E CONFIANÇA	369
2.1. A base da confiança	369
2.2. Microcrédito e confiança	370
2.3. Confiança e riscos	371
2.4. Objeto da confiança	373
3. CRÉDITO COMO INSTITUTO JURÍDICO	374
4. CLASSIFICAÇÃO JURÍDICA DO CRÉDITO	375
5. CRÉDITO E EMPRESA	377
5.1. Os recebíveis	377
5.2. A dívida corporativa	379
6. CRÉDITO DE DESCARBONIZAÇÃO	381
CAPÍTULO 11 – TÍTULO DE CRÉDITO	384
1. CONCEITO DE TÍTULO DE CRÉDITO	385
1.1. Registro de informações	385
1.2. Conformidade com a lei	386
1.3. Individualização de um crédito	387
1.4. Execução forçada	388
1.5. Inoponibilidade das exceções pessoais aos terceiros de boa-fé	389
1.6. Pagar primeiro e depois repetir	391
2. REPRESENTAÇÃO JURÍDICA DO CRÉDITO	392
2.1. Título de crédito e obrigações	394
2.2. Título de crédito e valor mobiliário	395
2.3. Natureza da obrigação cambial	397
3. LEGISLAÇÃO APLICÁVEL	399
4. A TRANSFERÊNCIA DE CRÉDITO POR ENDOSSO OU POR CESSÃO	401
5. MITIGAÇÃO DOS RISCOS DO CRÉDITO	404
5.1. As garantias do crédito	405
5.1.1. Diferenças entre aval e fiança	407
5.1.2. Oneração de recebíveis	408
5.2. Os lastros do crédito	409
6. OS SUPORTES DOS TÍTULOS DE CRÉDITO	412
6.1. Serviços cartorários ligados aos títulos de crédito	413
6.2. Transmutação de suportes, digitalização e relatório	416

6.3.	Entidade de Registro de Títulos Eletrônicos (ERTE)	417
6.4.	Cedularidade	419
CAPÍTULO 12 – MERCADO DE CRÉDITO		422
1.	CRÉDITO COMO RECURSO EMPRESARIAL	423
1.1.	Regimes jurídicos das operações de crédito	425
1.2.	Títulos de crédito e o mercado de crédito	426
2.	AGENTES DO MERCADO DE CRÉDITO	427
2.1.	Bancos	428
2.2.	Instituições financeiras não bancárias	430
2.3.	As <i>fintechs</i> de crédito	430
2.4.	Cooperativas de crédito	432
2.5.	Empresa simples de crédito (ESC)	434
2.6.	Fundos de investimentos em direitos creditórios (FIDC)	434
2.7.	Fomento mercantil	435
3.	SEGMENTOS DO MERCADO DE CRÉDITO	436
3.1.	Mercado de concessão de crédito	436
3.2.	Mercado de circulação do crédito	437
3.3.	Concessão de garantia como atividade	438
3.4.	Autofinanciamento e securitização	440
3.4.1.	Autofinanciamento	440
3.4.2.	Securitização	442
4.	PREÇO DO CRÉDITO	444
4.1.	Fatores impactantes nos juros bancários	445
4.2.	Limitação legal dos juros	447
4.3.	Papel do direito na redução dos juros	448
4.4.	Deságio na cessão de direitos creditórios de recuperação incerta ...	449
5.	A CRISE DE 2008	450
CAPÍTULO 13 – TÍTULOS DE CRÉDITO CARTULARES		452
1.	CONCEITO DE TÍTULO DE CRÉDITO CARTULAR	453
1.1.	Princípios do direito cambial cartular	454
1.2.	Circulação dos títulos de crédito cartulares	456
1.3.	Abstração dos títulos de crédito cartulares	457
2.	A CLÁUSULA CAMBIAL	458
3.	NOTA PROMISSÓRIA	459
3.1.	Requisitos da nota promissória	460
3.2.	Atos constitutivos do crédito cambiário	461

4.	LETRA DE CÂMBIO	463
5.	CHEQUE	465
6.	TÍTULOS ARMAZENEIROS	467
7.	EXIGIBILIDADE DO TÍTULO DE CRÉDITO CARTULAR	468
7.1.	Protesto.....	469
7.2.	Ação cambial.....	470
CAPÍTULO 14 – TÍTULOS DE CRÉDITO ELETRÔNICOS.....		472
1.	CAUSALIDADE DOS TÍTULOS ELETRÔNICOS	473
2.	DUPLICATA	475
2.1.	História.....	476
2.2.	Vinculação do sacado ao pagamento da duplicata	480
2.3.	Cobrança da duplicata	482
2.4.	Redução de assimetria informacional	484
2.5.	Aquisição de duplicata por <i>factoring</i>	485
3.	TÍTULOS BANCÁRIOS.....	486
3.1.	Títulos de operações ativas.....	487
3.2.	Títulos de operações passivas	490
4.	TÍTULOS DO AGRONEGÓCIO	492
4.1.	Títulos rurais	494
4.2.	Cédula de Produto Rural (CPR).....	495
4.2.1.	CPR-física	496
4.2.2.	CPR-financeira.....	497
4.3.	Certificado de Depósito Agropecuário (CDA) e <i>Warrant</i> Agropecuário (WA).....	498
4.4.	Títulos de autofinanciamento do agronegócio	501
4.5.	Título de securitização do agronegócio	503
4.6.	Título de captação com lastro imobiliário.....	504
4.7.	Regime cambial dos títulos do agronegócio	505
5.	TÍTULOS DE CRÉDITO IMOBILIÁRIO	506
6.	OUTROS TÍTULOS ELETRÔNICOS.....	510
7.	PROTESTO E COBRANÇA DOS TÍTULOS ELETRÔNICOS	511
CAPÍTULO 15 – MEIOS DE PAGAMENTO.....		512
1.	PAGAMENTO DOS TÍTULOS DE CRÉDITO	513
2.	AGENTES DO MERCADO DE PAGAMENTO	515
2.1.	Arranjos de pagamento	516
2.2.	Cartão de crédito	517

2.3.	Os empresários dos cartões de crédito	519
2.4.	O mercado de crédito e os pagamentos com cartões de crédito.....	521
3.	MOEDA.....	523
3.1.	Moeda eletrônica.....	525
3.2.	Moeda virtual	526
3.3.	Moeda digital soberana.....	528
BIBLIOGRAFIA	530