

ASPECTOS ESSENCIAIS DOS CONTRATOS DE REPRESENTAÇÃO COMERCIAL

ESSENTIAL ASPECTS OF COMERCIAL REPRESENTATION CONTRACTS

Artigo submetido em 26 de agosto de 2026

Artigo aprovado em 29 de agosto de 2026

Artigo publicado em 29 de agosto de 2026

Cognitio Juris

Volume 16 – Número 59 – 2026

ISSN 2236-3009

Autor:

Sabrina Farber [1]

RESUMO: A atividade de representação comercial foi regulamentada no Brasil após extrema pressão dos profissionais que a exerciam, apenas em 1965, através da Lei nº 4.886/65, que sofreu significativa alteração pela Lei nº 8.420/92. Tal lei determina que a atividade deve ser formalizada por meio de um contrato, e estabelece importantes requisitos obrigatórios que devem constar na avença. Entre as principais características do contrato de representação comercial, destaca-se que é um contrato típico, bilateral, oneroso e de colaboração empresarial, e que sujeita o representante a uma subordinação empresarial necessária para a boa execução do negócio. O contrato ainda deve conter cláusulas obrigatórias, previstas em lei, que incluem a indicação de condições gerais, prazo, zona de atuação, exclusividade,

retribuição, indenização por rescisão sem justa causa, dentre outros. Frisa-se ainda que o representante comercial é profissional autônomo e que atua sem relação de emprego, o que deve ser observado pelas partes e, inclusive, pela Justiça Trabalhista. Apesar do princípio da autonomia privada guiar os contratos empresariais, da análise da Lei nº 4.886/65 verifica-se que esta autonomia é, por vezes, afastada, tendo em vista que o legislador buscou conceder relevante proteção à figura dos representantes comerciais, proteção esta que inclusive se sobrepõe à vontade das partes.

Palavras-chave: Representação Comercial; Contratos; Colaboração; Autonomia Privada.

ABSTRACT: Commercial representation activity was regulated in Brazil only in 1965, after intense pressure from professionals who practiced it, through Law No. 4,886/65, which underwent significant amendment by Law No. 8,420/92. This law establishes that the activity must be formalized by means of a contract, and sets forth important mandatory requirements that must be included in the agreement. Among the main characteristics of the commercial representation contract, it stands out as a typical, bilateral, onerous contract of business collaboration, which subjects the representative to a business subordination necessary for the proper execution of the deal. The contract must also contain mandatory clauses, provided for by law, which include the indication of general conditions, term, territory of operation, exclusivity, compensation, indemnification for termination without just cause, among others. It should also be emphasized that the commercial representative is an autonomous professional who operates without an employment relationship, which must be observed by the parties and, indeed, by the Labor Courts as well. Although the principle of private autonomy guides business contracts, an analysis of Law No. 4,886/65 shows that this autonomy is at times set aside, given that the legislator sought to grant significant protection to commercial representatives — a protection that even takes precedence over the will of the parties.

Keywords: Commercial Representation; Contracts; Collaboration; Private Autonomy.

1 INTRODUÇÃO

O contrato de representação comercial, regulado pela Lei nº 4.886/65, é um instrumento jurídico essencial nas relações empresariais, e figura como um contrato típico e de colaboração empresarial amplamente adotado por empresários e sociedades empresárias para impulsionar a comercialização de seus produtos. Sua relevância decorre da sua estrutura que permite a aproximação entre fornecedores e potenciais clientes, permitindo expansão de mercados e a circulação de bens de forma organizada e eficiente.

Uma das maiores complexidades do contrato de representação comercial está justamente na necessidade de equilibrar a autonomia privada das partes, essencial nas relações contratuais empresariais, com as proteções legais conferidas ao representante.

Assim, o objetivo deste trabalho é abordar os aspectos essenciais do contrato de representação comercial, explorando suas características marcantes, como a bilateralidade, onerosidade e subordinação empresarial, bem como os principais desafios e controvérsias associados à sua aplicação. Serão examinadas questões fundamentais, como a tensão entre a proteção concedida pela lei e a autonomia privada, além dos debates jurídicos acerca do reconhecimento de relação de emprego em casos em que a prática contratual não reflete a realidade da relação.

Para tanto, primeiramente serão abordados os aspectos fundamentais da atividade de representação comercial no Brasil, como sua origem histórica, evolução legislativa e principais características. Em seguida, será analisado de forma mais detalhada o contrato de representação comercial, instrumento jurídico que formaliza essa atividade e estabelece os direitos, deveres e limites na relação entre representante e representado para que, finalmente, seja possível analisar as complexidades e discussões que envolvem este contrato e a Lei nº 4.886/65.

2 BREVES APONTAMENTOS SOBRE A ATIVIDADE DE REPRESENTAÇÃO COMERCIAL

NO BRASIL

No Brasil, a atividade de representação comercial surgiu como uma evolução da figura do mascate, também chamado de caixeiro viajante. Esses profissionais agiam por si, constituindo uma *longa manus* do produtor, e percorriam o país para levar as mais diversas mercadorias aos compradores. Tal figura estava prevista no Código Comercial de 1850, o qual ainda nem mencionava a figura do representante comercial.^[2]

Com a evolução dos meios de comunicação e de locomoção, os fabricantes passaram a contratar parceiros autônomos como alternativa para alcance de mercados ainda não explorados, pois “suas atividades, sendo desvinculadas da empresa, reduziam as responsabilidades do empresário e comprimiam os custos e riscos operacionais”. ^[3]

Diante das vantagens na contratação de Representantes Comerciais autônomos, a atividade passou a ser amplamente exercida e escolhida pelos produtores. No entanto, sua execução de forma desregulada acabou provocando grande desconforto e insatisfação entre os profissionais da categoria.

Com o crescimento da representação comercial no Brasil, os profissionais que exerciam esta atividade passaram a se unir em busca de sua regulamentação. Foi nesse contexto que, durante a II Conferência Nacional das Classes Produtoras, realizada na cidade de Araxá em 1949, ocorreu o primeiro movimento voltado para esta finalidade. ^[4]

Após diversos movimentos organizados pela classe dos representantes comerciais, a atividade foi finalmente regulamentada em 1965 com a publicação da Lei Federal nº 4.886/65. Essa norma, que permanece em vigor até os dias atuais, estabeleceu as bases jurídicas para regulamentar e proteger a profissão. Assim, ao conceituar a representação comercial, o artigo 1º da mencionada Lei estabelece que:

“Art. 1º Exerce a representação comercial autônoma a pessoa jurídica ou a pessoa física,

sem relação de emprego, que desempenha, em caráter não eventual por conta de uma ou mais pessoas, a mediação para a realização de negócios mercantis, agenciando propostas ou pedidos, para, transmiti-los aos representados, praticando ou não atos relacionados com a execução dos negócios.”

Como aponta Humberto Theodoro Júnior e Adriana Mandim Theodoro de Mello, “O representante comercial é um mandatário autônomo, que exerce habitualmente a mediação de negócios mercantis, agenciando propostas ou pedidos, para transmiti-los ao representado, mediante comissão”.^[5] Assim, a conclusão do negócio não é responsabilidade do Representante Comercial, mas sim do Representado, a quem cabe analisar, negociar e aceitar ou recusar as propostas enviadas pelo Representante.

Contudo, o parágrafo único do artigo 1º autoriza que o representante comercial tenha poderes atinentes ao mandato mercantil, que atualmente é regulamentado pelo Código Civil, oportunidade em que poderá atuar em nome do representado para firmar contratos e realizar negociações, por exemplo.

Vale mencionar que, embora a Lei nº 4.886/65 tenha representado um marco regulatório essencial para a atividade de representação comercial, ela recebeu diversas críticas dos representantes comerciais, que apontavam que a norma conferia uma posição de dominância ao representado, evidenciando um desequilíbrio nas relações entre as partes.

Assim, após nova intensa pressão da classe dos Representantes Comerciais, no dia 8 de maio de 1992, o então presidente da república, Fernando Collor de Mello, sancionou a Lei nº 8.420/92, que introduziu alterações na Lei nº 4.886/65 e trouxe algumas benesses aos Representantes. Dentre as principais mudanças, destacam-se a proibição da inclusão da cláusula *del credere* nos contratos de representação comercial (prevista no artigo 43 da lei), e a instituição de uma indenização mínima equivalente a 1/12 do total da retribuição auferida durante o período da representação, nos casos de rescisão contratual sem justa causa

(conforme artigo 27, j).

A Lei de representação comercial também trouxe outra importante novidade, qual seja, a obrigatoriedade de registro dos profissionais que exercem a atividade nos Conselhos Regionais, conforme previsto no artigo 2º do dispositivo legal.

Além de exigir o registro no órgão competente, e de ser regulamentada por lei, a atividade de representação comercial deve ser formalizada por meio de um contrato a ser firmado entre o Representante e o Representado, conforme exigido pelo artigo 27 da Lei nº 4.886/65, o qual estabelece as cláusulas que devem obrigatoriamente constar no instrumento.

Dessa forma, apresentaremos a seguir os principais aspectos do contrato de representação comercial, destacando suas características e os pontos frequentemente controversos.

3 O CONTRATO DE REPRESENTAÇÃO COMERCIAL

3.1 Características e Natureza do Contrato de Representação Comercial

Fábio Ulhoa Coelho define o contrato de representação comercial da seguinte forma:

“O contrato de representação comercial é aquele em que uma das partes (representante) obriga-se a obter pedidos de compra dos produtos fabricados ou comercializados pela outra parte (representado). É contrato típico, detalhadamente disciplinado na Lei n. 4.886/65 (alterada pela Lei n. 8.420/92).” [6]

Trata-se, portanto, de um contrato típico, esquematizado em lei, que define claramente os parâmetros de sua aplicação. É também um contrato bilateral, à medida em que estabelece direitos e obrigações para ambas as partes, as quais devem atuar com cooperação mútua e boa-fé para alcançar o objetivo comum.

O contrato de representação comercial também é oneroso, por se tratar de uma atividade

profissional e habitual. Deste modo, o Representante recebe sua remuneração à título de comissão, a qual é devida apenas quando do pagamento de pedidos ou propostas, conforme artigo 32 da Lei nº 4.886/65. Destaca-se que tal comissão deve ser calculada pelo valor total das mercadorias, conforme § 4º de tal dispositivo legal, ou seja, pelo valor bruto.

Em relação à sua natureza, trata-se de um contrato empresarial de colaboração, tendo em vista que é firmado por duas partes empresárias, as quais exercem profissionalmente atividade econômica organizada para a produção e circulação de bens, conforme prevê o artigo 966 do Código Civil, e tem por finalidade o escoamento de produtos e alcance de novos mercados.

Judith Martins Costa explica que os contratos de colaboração servem como um instrumento de “escoamento de produtos e distribuição de serviços, fundados, via de regra, na combinação de especializações profissionais e de cooperação contratual em vista de interesses comuns, pelos quais se unem esforços e estratégias para atingir este objetivo”.^[7]

Neste sentido, Fábio Ulhoa Coelho destaca que o contrato de representação comercial se trata de um contrato de colaboração por aproximação, no qual o colaborador identifica potenciais interessados em comprar produtos do fornecedor, não se realizando entre eles compra e venda mercantil, e é remunerado com base num percentual dos negócios que ajudou a viabilizar.^[8] Não se confunde com um contrato de colaboração por intermediação, no qual o colaborador adquire o produto para revendê-lo.

Como em todos os contratos de colaboração comercial, o Representante Comercial está sujeito, naturalmente, à uma subordinação empresarial que é “justificada pelo fato de o comerciante contratado para distribuir, junto ao mercado consumidor, a mercadoria fabricada ou fornecida pelo contratante ter, perante este, o dever de atender determinados padrões de exploração da atividade empresarial.” ^[9]

Ou seja, a mencionada subordinação empresarial diz respeito à obrigação do colaborador de

se organizar empresarialmente da forma definida pelo fornecedor [10], e não se confunde com a subordinação pessoal que caracterizaria um vínculo empregatício e relação contratual totalmente diversa.

A subordinação empresarial não interfere na autonomia do Representante, servindo apenas para garantir que as partes estejam alinhadas para atingir um objetivo em comum, qual seja, a venda dos produtos comercializados pela representada. Assim, o representante não é dirigido ou fiscalizado pelo representado, não tem a obrigação de cumprir horário de trabalho, e nem de cumprir ordens.

A própria Lei nº 4.886/65, ao estabelecer os deveres do representante comercial, dentre eles, o de fornecer ao representado informações sobre o andamento do negócio (artigo 28) e o de agir somente de acordo com as instruções do representado (art. 29), demonstra a necessidade de que sua performance seja monitorada pela empresa representada, a fim, principalmente, de que seja mantida a reputação desta.

3.2 Representação Comercial, Distribuição e Agência

Expostas as principais características do contrato de representação comercial, vale ainda ressaltar uma relevante discussão doutrinária que envolve a matéria, qual seja, a diferença entre tal contrato com o contrato de distribuição e agência, disciplinados no artigo 710 do Código Civil da seguinte forma:

“Art. 710. Pelo contrato de agência, uma pessoa assume, em caráter não eventual e sem vínculos de dependência, a obrigação de promover, à conta de outra, mediante retribuição, a realização de certos negócios, em zona determinada, caracterizando-se a distribuição quando o agente tiver à sua disposição a coisa a ser negociada.”

Ivo Waisberg e Marcelo Barbosa Sacramone entendem que a representação comercial é antiga, e que “foi substituída pelos contratos de agência e de distribuição, os quais passam a

ser disciplinados pelos arts. 710 e seguintes do CC”.[\[11\]](#)

No entanto, nosso entendimento é de que tais contratos não podem ser confundidos, especialmente diante de suas características evidentemente distintas e proteção legislativa diversa atribuída a cada um deles.

A diferença entre a distribuição e a representação comercial é clara. Isso porque, na primeira, o agente tem à sua disposição a coisa a ser negociada, ou seja, compra o produto do fabricante e o revende por conta própria, e na segunda não. Enquanto o contrato de distribuição estabelece a obrigação de uma das partes de promover a venda dos produtos fornecidos pela outra parte,[\[12\]](#) o contrato de representação comercial estabelece a obrigação de uma das partes de somente agenciar pedidos e propostas para transmiti-los a outra.

Em relação ao contrato de agência, este também não pode ser compreendido como um sinônimo do contrato de representação comercial. Nesta linha, Marlon Tomazette bem aponta que “a representação comercial é específica na mediação de negócios empresariais, e a agência para outros negócios civis”,[\[13\]](#) e Orlando Gomes explica que “A distinção entre eles cinge-se apenas ao fato de que o art. 1º da Lei nº 4.886/65 limita a atividade do agente à promoção de ‘negócios mercantis’, ao passo que o art. 710 do Código Civil de 2002 refere-se, de modo mais amplo, à promoção de ‘certos negócios’”.[\[14\]](#)

Ainda existem outras diferenças entre o contrato de representação comercial e agência, que ficam ainda mais claras diante das cláusulas obrigatórias que devem constar no primeiro, conforme será explorado no tópico a seguir.

3.3 Cláusulas Obrigatórias do Contrato de Representação Comercial

O artigo 27 Lei nº 4.886/65, que constitui a base central do dispositivo legal, restringe, de certo modo, a liberdade contratual das partes e apresenta as cláusulas obrigatórias que

devem constar nos contratos de representação comercial, sendo elas as seguintes:

- a) condições e requisitos gerais da representação;
- b) indicação genérica ou específica dos produtos ou artigos objeto da representação;
- c) prazo certo ou indeterminado da representação;
- d) indicação da zona ou zonas em que será exercida a representação;
- e) garantia ou não, parcial ou total, ou por certo prazo, da exclusividade de zona ou setor de zona;
- f) retribuição e época do pagamento, pelo exercício da representação, dependente da efetiva realização dos negócios, e recebimento, ou não, pelo representado, dos valores respectivos;
- g) os casos em que se justifique a restrição de zona concedida com exclusividade;
- h) obrigações e responsabilidades das partes contratantes;
- i) exercício exclusivo ou não da representação a favor do representado;
- j) indenização devida ao representante pela rescisão do contrato fora dos casos previstos no art. 35, cujo montante não poderá ser inferior a 1/12 (um doze avos) do total da retribuição auferida durante o tempo em que exerceu a representação.

Assim, a seguir, serão mais bem discriminadas as principais e mais controversas cláusulas.

3.3.1 Prazo Certo ou Indeterminado da Representação

O contrato por prazo indeterminado pode ser denunciado a qualquer tempo, mas a parte que o fizer, sem justa causa, ficará sujeita à concessão de pré-aviso, com antecedência mínima de trinta dias, ou ao pagamento de importância igual a um terço (1/3) das comissões

auferidas pelo Representante, nos três meses anteriores, conforme artigo 24 da Lei nº 4.886/65.

O § 2º do artigo 27, incluído pela Lei nº 8.420/92, que prevê que “O contrato com prazo determinado, uma vez prorrogado o prazo inicial, tácita ou expressamente, torna-se a prazo indeterminado”, surgiu como um meio de impedir certos abusos que eram frequentemente cometidos pelos Representados, os quais fixavam prazos curtos para o contrato (como de 6 meses), e quando lhes convinham, prorrogavam sucessivamente a avença. Esse esquema permitia que, ao término de um dos períodos, os representados optassem por não renovar o contrato, eximindo-se de pagar as indenizações devidas.[\[15\]](#)

Na mesma linha, a Lei nº 8.420/92 também introduziu o § 3º no artigo 27, que estabelece que qualquer contrato de representação comercial que venha a suceder outro, no intervalo de até seis meses, será automaticamente considerado como sendo de prazo indeterminado, independentemente de haver ou não uma disposição específica sobre o prazo no novo contrato. Tal disposição impede que os Representados rescindam contratos de prazo determinado apenas para celebrá-los novamente após um breve período, mantendo a relação contratual ativa, mas se esquivando das proteções legais aplicáveis aos contratos por prazo indeterminado.

3.3.2 Garantia ou Não, Parcial ou Total, ou por Certo Prazo, da Exclusividade de Zona ou Setor de Zona e o Exercício Exclusivo ou Não da Representação a Favor do Representado

A alínea e do artigo 27 torna obrigatória a indicação, no contrato de representação comercial, da existência de exclusividade (parcial ou total, ou por certo prazo), ou não, de zona. Esta exclusividade diz respeito ao “direito de o representante atuar privilegiadamente dentro daquele determinado território geográfico”.[\[16\]](#) Ou seja, em determinada zona, o representante será o único autorizado a atuar, de modo que a violação de tal exclusividade,

seja pela invasão da área pelo representado ou por outros representantes, importa em grave violação do contrato e pode ensejar a rescisão da avença por justa causa, conforme determina o artigo 36, *b*, da Lei nº 4.886/65.

Já a alínea *i* do artigo 27 trata sobre a obrigação do contrato indicar exercício exclusivo ou não da representação a favor do representado. Tal exclusividade diz respeito à dedicação exclusiva do representante comercial em favor de certo representado, o que o impediria de atuar em nome de outras empresas que comercializam produtos concorrentes. A cláusula de exclusividade pode beneficiar também o representante, caso o contrato disponha que ele será o único autorizado a agenciar propostas e pedidos em nome de certo representado.

Em relação à exclusividade de zona e à exclusividade de representação, o artigo 31 tem gerado bastante controvérsia. Tal dispositivo dispõe que “Prevendo o contrato de representação a exclusividade de zona ou zonas, ou quando este for omissivo, fará jus o representante à comissão pelos negócios aí realizados, ainda que diretamente pelo representado ou por intermédio de terceiros”. Por sua vez, o seu parágrafo único prevê que “A exclusividade de representação não se presume na ausência de ajustes expressos”.

Da leitura do caput do artigo 31, entendemos que a exclusividade de zona será sempre presumida, pois mesmo que o contrato seja omissivo sobre tal ponto, o representado fará jus à comissão pelos negócios realizados na zona em que atua quando tais estes forem realizados pelo próprio representado ou por terceiros.

Fábio Ulhoa Coelho também entende que “A exclusividade de zona é implícita, quer dizer, mesmo em caso de omissão do contrato, o representado não poderá comercializar seus produtos nas zonas de exercício referidas no instrumento contratual (art. 31)”, enquanto a exclusividade de representação não é implícita; para que o representante esteja impedido de trabalhar para outro ou outros representados, é indispensável que o instrumento contratual ostente expressa cláusula nesse sentido.^[17] Trata-se de mais uma medida protecionista

adotada em favor dos representantes comerciais.

O Superior Tribunal de Justiça já se manifestou sobre o assunto, e reconheceu que a exclusividade de zona pode ser presumida quando não for expressa em sentido contrário, e quando houver demonstração por outros meios da existência da exclusividade.^[18] Contudo, nos casos de contratos verbais, o Superior Tribunal de Justiça reconhece que tal exclusividade não pode ser presumida.^[19]

3.3.3 Retribuição e Época do Pagamento, pelo Exercício da Representação, Dependente da Efetiva Realização dos Negócios, e Recebimento, ou Não, pelo Representado, dos Valores Respectivos

A alínea *f* do artigo 27 estabelece que o contrato deve obrigatoriamente indicar a “retribuição e época do pagamento, pelo exercício da representação, dependente da efetiva realização dos negócios, e recebimento, ou não, pelo representado, dos valores respectivos”. O que este dispositivo determina é que as partes podem dispor se o direito à comissão é devido no instante em que ocorre a realização do negócio, ou no instante em que ocorre a execução efetiva do negócio, quando do recebimento de valores pelo representado.

No silêncio do contrato, o artigo 32 da Lei 4.886/65 é claro ao dispor que o representante comercial adquirirá o direito às comissões somente quando do pagamento dos pedidos ou propostas.

Ainda, vale mencionar que o artigo 33 estabelece os prazos para que o representado manifeste a recusa das propostas ou pedidos encaminhados pelo representante, caso o contrato não determine um prazo específico. Nesse contexto, se a recusa não for formalizada dentro do prazo previsto no contrato ou, na ausência deste, dentro do prazo estipulado pela lei, o representado ficará obrigado a creditar ao representante a comissão correspondente.

O § 1º do dispositivo legal mencionado acima ainda prevê que, em caso de não pagamento

do negócio, por insolvência do comprador, ou caso o negócio seja desfeito pelo representado devido à situação comercial do comprador, capaz de comprometer ou tornar duvidosa a liquidação, nenhuma retribuição será devida ao representante comercial.

3.3.4 Indenização Devida ao Representante pela Rescisão do Contrato sem Justa Causa, cujo Montante Não Poderá Ser Inferior a 1/12 do Total da Retribuição Auferida durante o Tempo em que Exerceu a Representação.

Um dos dispositivos mais discutidos em relação à representação comercial é o artigo 27, alínea *j*, que estabelece que o contrato deve, obrigatoriamente, prever uma indenização devida ao representante pela rescisão do contrato nos casos de rescisão sem justa causa, cujo montante não poderá ser inferior a 1/12 (um doze avos) do total da retribuição auferida durante o tempo em que exerceu a representação.

O §1º do artigo 27 ainda dispõe que, “Na hipótese de contrato a prazo certo, a indenização corresponderá à importância equivalente à média mensal da retribuição auferida até a data da rescisão, multiplicada pela metade dos meses resultantes do prazo contratual”.

Se o contrato é por tempo determinado, não se admite a denúncia. Caso o contrato seja denunciado antes do seu término, será devida a indenização prevista no §1º do artigo 27.

Em relação ao contrato por tempo indeterminado, qualquer uma das partes pode denunciá-lo. Se o contrato vigora há menos de 6 meses, não cabe nenhuma indenização, mas, se vigora por mais tempo, só pode ser denunciado, sem justa causa, mediante a concessão de aviso prévio de 30 dias ou pagamento de indenização a ser calculada pela média das comissões auferidas nos últimos 3 (três) meses, conforme artigo 34.

Quando o contrato é rescindido por culpa do representante, nas hipóteses previstas no artigo 35 da Lei de Representação Comercial (como em caso de desídia do representante no cumprimento das obrigações decorrentes do contrato, falta de cumprimento de quaisquer

obrigações inerentes ao contrato, e prática de atos que importem em descrédito comercial do representado), a legislação não estabelece nenhuma indenização. Neste caso, o ressarcimento de eventuais prejuízos enfrentados pelo representado será auferido de acordo com as regras gerais previstas no Código Civil.

Do mesmo modo, o representante poderá resolver o contrato por culpa do representado, quando este praticar as condutas elencadas no artigo 36 da Lei (como em caso de quebra da exclusividade, fixação abusiva de preços, redução da esfera de atividade do representante, entre outros). Se o contrato for por prazo determinado, a indenização devida ao representante comercial será calculada com base no artigo 37, § 1º.

Retomando o quanto exposto sobre o artigo 27, *j*, este foi incluído pela Lei nº 8.420/92, em resposta às intensas reivindicações da classe dos representantes comerciais. Antes da inclusão de tal dispositivo, eram comuns os casos em que a empresa representada pretendia denunciar o contrato após já ter se beneficiado do trabalho do representante, sem que este esperasse. Assim, em 1992 foi reconhecido o direito do representante de ser indenizado nestes casos “pela perda da oportunidade de continuar explorando o mercado criado ou consolidado graças também à sua colaboração”. [20] Assim também entende Fernando Kuyven [21] ao dispor que tal indenização “compensa a perda da oportunidade de explorar determinado mercado”.

Neste sentido, Rubens Requião também explica que a indenização prevista no artigo 27, *j*, tem natureza compensatória, tendo em vista que tem por objetivo compensar o representante pelos prejuízos causados pela rescisão abusiva e sem causa, e inclusive esclarece que esta indenização não inclui eventual clientela conquistada pelo representante.[22]

Frisa-se, por fim, que ao dispor sobre o patamar de 1/12 do total da retribuição auferida durante o tempo em que exerceu a representação, patamar este que é significativo e pode

ser demasiadamente oneroso, a Lei nº 4.886/65 acabou por equiparar a indenização devida ao representante pela rescisão do contrato sem justa causa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (“FGTS”), que deve ser calculado sobre 8% do salário bruto do empregado, o que deixa ainda mais clara a intenção da Lei em equiparar o representante comercial ao empregado vulnerável, figuras estas que não podem se confundir.

4 DA AUSÊNCIA DE RELAÇÃO DE EMPREGO ENTRE O REPRESENTANTE E O REPRESENTADO

Como demonstrado, o representante comercial é profissional autônomo, que exerce suas atividades sem relação de emprego, como expressamente estabelece o art. 1º da Lei nº 4.886/65. Isso quer dizer que o representante não se sujeita às ordens do representado, não tem controle de jornada, e tem liberdade para organizar suas atividades e gerenciar sua própria rotina, desde que respeitadas as diretrizes gerais estabelecidas pelas partes. Esta autonomia afasta a subordinação jurídica pessoal, típica de uma relação trabalhista, e reforça a ideia de que o contrato de representação comercial estabelece uma parceria de colaboração entre representante e representado, sem descaracterizar a independência entre as partes.

Ao diferenciar o representante comercial do empregado, Sérgio Pinto Martins aponta que o primeiro irá assumir os riscos de sua atividade, enquanto os riscos da atividade na relação de emprego são do empregador, conforme estabelece o art. 2º da CLT. Ainda, no contrato de representação comercial, a remuneração do representante depende do efetivo resultado do negócio, e na relação empregatícia não, já que o empregado é remunerado por um salário, independente de qualquer resultado.[\[23\]](#)

Importante destacar que, apesar do artigo 1º da Lei de Representação Comercial prever que o representante deve exercer a atividade de forma não eventual, esta não se confunde com a habitualidade que é exigida do empregado. O caráter não eventual expresso na Lei nº

4.886/65 diz respeito ao fato da atividade dever ser exercida com habitualidade, de modo que, quando “o ato de mediação de negócio mercantil for isolado, não se poderá falar em representante comercial”.^[24] Já a habitualidade que é exigida do empregador diz respeito à obrigatoriedade deste prestar certo serviço de maneira contínua, cumprindo uma jornada fixa com horários determinados.

Como mencionado, a relação estabelecida entre o representar comercial e o representado é uma relação empresarial, e, portanto, não configura um vínculo de emprego. Contudo, como aponta Ricardo Nacim Saad, ^[25] muitas reclamações trabalhistas já foram propostas, e muitas outras ainda o serão, por parte de quem, mesmo sabendo-se representante comercial autônomo, busca na Justiça do Trabalho o reconhecimento de vínculo empregatício e seus desdobramentos.

Há casos, contudo, em que o contrato de representação comercial acaba sendo utilizado para mascarar uma relação de emprego, especialmente quando é nítida a subordinação pessoal do representado (empregado), que, por vezes, tem sua jornada de trabalho fiscalizada, se submete às ordens do representante, recebe salário ao invés de comissão pelos negócios realizados, entre outros.

Embora o artigo 1º da Lei nº 4.886/65 estabeleça expressamente que o contrato de representação comercial não configura vínculo de emprego, tal disposição não exclui a aplicação do princípio da primazia da realidade, amplamente utilizado nas relações de trabalho. Caso seja constatado que, na prática, a relação desenvolvida entre as partes apresentava os elementos caracterizadores de um vínculo empregatício, ocultos pela formalização de um contrato de representação comercial, será cabível o reconhecimento do vínculo de emprego, prevalecendo os fatos sobre a forma contratual.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O contrato de representação comercial, embora seja uma prática antiga, permanece sendo

amplamente utilizado por empresários e profissionais, evidenciando sua relevância no contexto atual. Sua complexidade e a dinâmica das relações empresariais fazem com que as discussões em torno desse contrato sejam constantemente revisitadas e atualizadas. Assim, o objetivo deste trabalho não foi esgotar o tema, mas apresentar as principais características e os debates mais relevantes que o cercam, proporcionando uma visão geral sobre a importância e os desafios desse instrumento nas relações comerciais.

Da análise da Lei nº 4.886/65, verifica-se que este dispositivo legal conferiu aos representantes comerciais direitos não conferidos a outras classes de profissionais, com exceção da classe de trabalhadores com vínculo de emprego, o que acaba demonstrando a clara intenção do legislador em conferir especial proteção à classe dos representantes comerciais.

O problema da proteção excessiva conferida por lei aos representantes comerciais reside no fato de que esta acaba por comprometer a observância de um dos princípios mais importantes que regem os contratos empresariais, qual seja, o princípio da autonomia privada, conceituada por Francisco Amaral como sendo “o poder que os particulares têm de regular, pelo exercício de sua própria vontade, as relações que participam, estabelecendo-se o conteúdo e a respectiva disciplina jurídica” (Amaral, 2003, p. 347).

É certo que, em qualquer contrato, o princípio da autonomia privada não pode ser aplicado de forma absoluta, e é limitado, principalmente, pelo princípio da função social, prevista no artigo 421 do Código Civil. Nos contratos de representação comercial, a autonomia privada das partes é, muitas vezes, limitada. Um exemplo claro disso é a vedação da inserção da cláusula *del credere* na avença, conforme disposto no artigo 43 da Lei nº 4.886/65. Tal cláusula é vedada justamente para garantir o maior equilíbrio nas relações contratuais e evitar a imposição de obrigações excessivamente onerosas e desproporcionais ao representado.

Ocorre que, em determinados casos, as limitações à autonomia privada das partes, impostas pela Lei de Representação Comercial, podem dificultar o atendimento à função social do contrato, e, conseqüentemente, criar entraves à harmonização do contrato com as atividades comerciais da empresa representada, como é o caso das vedações que implicam a redução das comissões auferidas (art. 32, § 7º), e a indenização obrigatória estabelecida no artigo 27, j, da Lei.

Embora seja inegável que a autonomia privada não é absoluta, a aplicação por vezes inflexível da Lei de Representação Comercial pode gerar efeitos maléficos à atividade. A excessiva rigidez e a presunção de vulnerabilidade do representante, ao invés de fomentar a atividade, pode acabar por desestimular as empresas representadas a optarem por celebrar contratos de representação comercial, levando-as a explorar outras formas contratuais.

Ademais, a distinção entre a autonomia do representante comercial e a subordinação inerente ao vínculo empregatício emerge como um ponto crucial e constantemente revisitado pela Justiça do Trabalho. A linha que separa essas duas figuras jurídicas, embora clara na teoria, é muitas vezes tênue na prática, o que resulta em frequentes litígios e incertezas.

Em suma, o contrato de representação comercial, apesar de sua relevância no cenário empresarial como instrumento de colaboração, enfrenta o desafio de harmonizar a proteção necessária ao representante com a autonomia e flexibilidade demandadas pelas relações empresariais.

Diante disso, faz-se necessária a análise e discussão sobre métodos que permitam uma maior adaptabilidade contratual e fomentem a segurança jurídica, sem desconsiderar os direitos de ambas as partes, garantindo que a Lei nº 4.886/65 continue a cumprir sua função social de forma equilibrada e eficaz no ambiente de negócios empresariais contemporâneo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Francisco. *Direito Civil*. Introdução. 5ª ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2003.

ARAUJO, Paulo Dorón Rehder de. Contrato de representação comercial. In: FERNANDES, Wanderley (org.), *Contratos de Organização da Atividade Econômica*. São Paulo: Saraiva, 2011.

COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de Direito Comercial de Empresa*, Volume 3. 21ª ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2024.

COSTA, Judith Martins. *A Boa-Fé no Direito Privado: Critérios para a sua aplicação*. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2024.

FORGIONI, Paula Andrea. *Contratos Empresariais: Teoria Geral e Aplicação*. 8ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016

GOMES, Orlando. *Contratos*. 26ª ed., atualizada por Antonio Junqueira de Azevedo e Francisco Paulo de Crescenzo Marino. Rio de Janeiro: Forense, 2008.

JÚNIOR, Humberto Theodoro; MELLO, Adriana Mandim Theodoro de. *Contratos de Colaboração Empresarial*. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

KUYVEN, Fernando. Agência ou representação comercial. In: CARVALHOSA, Modesto (coord.). *Contratos mercantis*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. (Coleção tratado de direito empresarial, v. 4).

MARTINS, Sérgio Pinto. *Direito do Trabalho*. 28ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.

REQUIÃO, Rubens. *Do Representante Comercial*. 9ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2008.

SAAD, Ricardo Nacim. *Representação Comercial*. 5ª ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

SCHMITT, Mariana Machado. *Aspectos Legais e Contratuais da Representação Comercial*.

Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro, v. 184-185,p. 245-289, São Paulo, ago. 2022/jul.2023. Disponível em <<https://experteditora.com.br/wpcontent/uploads/2024/07/Revista-de-Direito-Mercantil-industrial-economico-e-financeiro184-185.pdf#page=245>>. Acesso em: 8 de nov. 2025.

SISTER, Dratovsky Tatiana. *Contratos Comerciais de Colaboração: transição entre espécies*. 2024. Tese (Doutorado em Direito). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sob a orientação do Professor Doutor Marcus Elidius Michelli de Almeida, São Paulo, 2025. Disponível em <<https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/43924>>. Acesso em 7 nov. 2025.

TOMAZETTE, Marlon. *Contratos empresariais*. Salvador: JusPodivm, 2022,

WAISBERG, Ivo; SACRAMONE, Marcelo Barbosa. *Contratos Empresariais*. Rio de Janeiro: Saraiva, 2025.

[1] Advogada, bacharel e direito pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, pós-graduada em direito empresarial pela Fundação Getúlio Vargas, e Mestranda em Direito Comercial pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

[2] ARAUJO, 2011, p. 27

[3] REQUIÃO, 2008, p. 2

[4] REQUIÃO, 2008, p. 2

[5] JÚNIOR; DE MELLO, 2019, p. 444

[6] COELHO, 2014, p. 116

[7] MARTINS, 2024, p. 395

[8] COELHO, 2014, p. 114

[9] SISTER, 2024, p. 23

[10] COELHO, 2014, p. 105

[11] WAISBERG; SACRAMONE, 2025, p. 121

[12] JÚNIOR; DE MELLO, 2019, p. 275

[13] TOMAZETTE, 2022, p. 305

[14] GOMES, 2008, p. 450

[15] REQUIÃO, 2008, p. 173.

[16] SAAD, 2014, fl. 81.

[17] COELHO, 2024, p. 119.

[18] “O entendimento desta Corte é no sentido de ser possível presumir a existência de exclusividade em zona de atuação de representante comercial quando: (i) não for expressa em sentido contrário; e (ii) houver demonstração por outros meios da existência da exclusividade.” (BRASIL, Superior Tribunal de Justiça, Recurso Especial nº 1.634.077/SC, Rel. Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em: 9.3.2017, DJe de 21.3.2017).

[19] “No contrato verbal de representação comercial, não há falar em presunção relativa de exclusividade de zona de atuação.” (BRASIL, Superior Tribunal de Justiça, Recurso Especial nº 1.274.569/MG, Rel. Min. João Otávio de Noronha, Terceira Turma, julgado em: 8.5.2014, DJe de 19.5.2014).

[20] COELHO, 2014, p. 121.

[21] KUYVEN 2016, p. 73.

[22] REQUIÃO, 2008, p. 199.

[23] MARTINS, 2012, p. 164.

[24] SAAD, 2014, p. 48.

[25] SAAD, 2014, p. 43.