



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GÓIAS
ESCOLA DE DIREITO E RELAÇÕES INTERNACIONAIS
NÚCLEO DE PRÁTICA JURÍDICA
COORDENAÇÃO ADJUNTA DE TRABALHO DE CURSO
MONOGRAFIA JURÍDICA

**CONTRATO DE FRANQUIA EMPRESARIAL: A RELAÇÃO ENTRE
FRANQUEADOR E FRANQUEADO E SUAS RESPONSABILIDADES JURÍDICAS**

ORIENTANDO: ANTÔNIO EMILIANO CUNHA CASTRO BERNARDES

ORIENTADOR: PROF. DR. GERMANO CAMPOS SILVA

GOIÂNIA - GO

2021

ANTÔNIO EMILIANO CUNHA CASTRO BERNARDES

**CONTRATO DE FRANQUIA EMPRESARIAL: A RELAÇÃO ENTRE
FRANQUEADOR E FRANQUEADO E SUAS RESPONSABILIDADES JURÍDICAS**

Monografia jurídica apresentada à disciplina de Trabalho de Curso II, da Escola de Direito e Relações Internacionais, Curso de Direito, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC - GOIÁS).

Orientador: Prof. Dr. Germano Campos Silva.

GOIÂNIA - GO

2021

ANTÔNIO EMILIANO CUNHA CASTRO BERNARDES

**CONTRATO DE FRANQUIA EMPRESARIAL: A RELAÇÃO ENTRE
FRANQUEADOR E FRANQUEADO E SUAS RESPONSABILIDADES JURÍDICAS**

Data da Defesa: 28 de Maio de 2021

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Germano Campos Silva

Nota

Examinador Convidado: Prof. Esp. Anderson Rosa Ribeiro

Nota

Ao meu avô Antônio Rodrigues da Cunha Castro Júnior (in memoriam), por todo amor e cuidado destinado a mim e por ser eternamente o meu maior exemplo de integridade.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente aos meus pais Emiliano Fernandes Bernardes e Ana Paula Cunha Castro por me proporcionar a vida e os ensinamentos iniciais que fundamentaram toda a minha jornada.

Aos meus grandes amigos Caio Mazeto e Octávio Santana pelo incentivo em todos os momentos, pela colaboração em minhas maiores realizações e por nunca deixarem de acreditar em mim.

Ao meu professor orientador Dr. Germano Campos Silva pelas contribuições dadas ao projeto e por me auxiliar em grande aprendizado pessoal durante todo o processo.

A todos os meus amigos do curso de graduação, em especial ao Felipe Marques, Maurício Fonseca e Matheus de Souza que compartilharam das inúmeras emoções vividas dentro da universidade, desde os desafios que enfrentamos até as conquistas que juntamente alcançamos,

Quero ainda agradecer à Pontifícia Universidade Católica de Goiás e o seu corpo docente que durante todos esses anos buscaram de diversas formas e com máximo empenho promover a qualidade e excelência do ensino na minha formação.

“Escreva algo que valha a pena ler ou faça algo que valha a pena
escrever”.

Benjamin Franklin

CONTRATO DE FRANQUIA EMPRESARIAL: A RELAÇÃO ENTRE FRANQUEADOR E FRANQUEADO E SUAS RESPONSABILIDADES JURÍDICAS

Antônio Emiliano Cunha Castro Bernardes¹

RESUMO

Esta pesquisa esclareceu os elementos e características presentes em um contrato de franquia empresarial, através dela foi possível alcançar os principais objetivos estabelecidos, sendo de modo geral a análise dos aspectos jurídicos que permeiam o vínculo entre as partes do contrato de franquia empresarial, isto é, o Franqueador e o Franqueado. Dentre suas especificidades é destacado a examinação da configuração necessária para a elaboração do referido contrato, designando a Circular de Oferta de Franquia (COF) e seus componentes, averiguando assim as possíveis nulidades e anulabilidades contratuais. A pesquisa ainda observou as questões relacionadas aos vínculos e responsabilidades das partes para chegar a um consenso sobre as normas atuais, tomando por base principalmente a Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019 e suas previsões. O estudo foi executado através de um conjunto de técnicas e uma prática metodológica hipotético-dedutiva visando obter o máximo de conhecimento acerca do tema abordado, foi desenvolvida passo a passo com a utilização das ferramentas disponíveis para a explicação dos aspectos investigados na pesquisa, priorizando o tema conforme sua contribuição para os operadores do Direito e a sociedade em geral.

Palavras-chave: Franquia. Circular de Oferta. Contrato. Franqueador. Franqueado.

¹ Discente do curso de Direito da Pontifícia Universidade Católica de Goiás;
E-mail: antoniobernardes1205@gmail.com

ABSTRACT

This research clarified the elements and characteristics present in a business franchise contract, through which it was possible to achieve the main objectives established, being generally the analysis of the legal aspects that permeate the link between the parties of the business franchise contract, that is, the Franchisor and the Franchisee. Among its specificities it is highlighted the examination of the necessary configuration for the elaboration of the referred contract, designating the Franchise Offering Circular (COF) and its components, thus investigating the possible contractual nullities and annulments. The research further observed the issues related to the bonds and responsibilities of the parties to reach a consensus on the current norms, taking mainly Law No. 13,966 of December 26, 2019 and its forecasts as a basis. The study was executed through a set of techniques and a hypothetical-deductive methodological practice aimed at obtaining the maximum knowledge about the topic addressed, it was developed step by step with the use of available tools for the explanation of the aspects investigated in the research, prioritizing the theme according to its contribution to the operators of the Law and society in general.

Keywords: Franchise. Offering Circular. Contract. Franchisor. Franchisee.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

COF - Circular de Oferta de Franquia

ABF - Associação Brasileira de Franchising

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO 1 - DA EVOLUÇÃO DO CONTRATO DE FRANQUIA.....	13
1.1. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO <i>FRANCHISING</i>	13
1.1.2. História do sistema de franquia no Brasil.....	14
1.2. CONTRATO DE FRANQUIA EMPRESARIAL.....	15
1.2.1. Definição de <i>franchising</i>	16
1.2.2. Legislação aplicável ao contrato de franquia	17
1.3. CONSTITUIÇÃO DOS CONTRATOS DE FRANQUIA.....	20
1.3.1. Do pré-contrato de franquia empresarial.....	21
CAPÍTULO 2 - FUNDAMENTOS JURÍDICOS DO CONTRATO DE FRANQUIA.22	
2.1. DA CIRCULAR DE OFERTA DE FRANQUIA.....	22
2.1.2. Aplicação	23
2.1.3. Elementos.....	24
2.2. DAS CLÁUSULAS CONTRATUAIS	30
2.2.1. Da transferência do <i>know-how</i>	30
2.2.2. Prazo	31
2.2.3. Preço	32
2.2.4. Da exclusividade e da não concorrência.....	32
2.2.5. Remuneração	33
2.2.6. Da Cláusula compromissória	34

CAPÍTULO 3 - DA RELAÇÃO ENTRE FRANQUEADOR E FRANQUEADO .	35
3.1. FRANQUEADOR E FRANQUEADO	35
3.1.2. Benefícios	36
3.1.3. Obrigações e Responsabilidades	39
3.2. RELAÇÃO ENTRE AS PARTES	41
3.2.1. Da não relação de vínculo empregatício	41
3.2.2. Da ausência de relação de consumo entre Franqueador e Franqueado	42
3.3. DA EXTINÇÃO CONTRATUAL	42
CONCLUSÃO.....	44
REFERÊNCIAS.....	46
ANEXOS.....	47

INTRODUÇÃO

O contrato de franquia ou *Franchising* empresarial apresenta um novo marco legal no Brasil, a Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019 a qual entrou em vigência após vinte e cinco anos da primeira regulamentação, desse modo diversos elementos da sociedade e as suas formas de organização mudaram e evoluíram mundialmente durante esse longo período de tempo, conseqüentemente ocorreu o mesmo com o mercado de franquias, o qual de acordo com a associação Brasileira de Franchising (ABF) até o ano de 2019 existiam mais de um milhão e trezentos mil empregados no País graças a este seguimento empresarial, categorizando uma importante estrutura para o mercado de trabalho brasileiro, ainda segundo a (ABF) a prática do *franchising* obteve o faturamento no mesmo ano de mais de cento e oitenta e seis bilhões de reais, o que representa com expressividade a relevância de tal forma contratual empresária.

Através dessas evoluções e mudanças, indagações surgem e novas relações são estabelecidas, portanto o objeto principal do estudo é solucionar o máximo possível de questões relevantes quanto à forma jurídica do instrumento contratual e do vínculo entre franqueador e franqueado. Sendo indispensável para projeto o referencial teórico utilizado, contendo como obras principais: “Franquia: Análises econômicas e jurídicas à luz do novo diploma Legal” da autoria de Thiago Jabur Carneiro, “*Franchising*” de Ana Cláudia Redecker, e a obra de Alexandre David Santos: “Comentários a nova Lei de franquia: Lei nº 13.966/2019”. A partir do estudo profundo dos materiais acima destacados foi possível o entendimento necessário para a elaboração da pesquisa de pontos de vistas diferentes sobre o tema.

Com o estudo do Direito sobre a forma contratual específica em franquia empresarial, juntamente com as disposições legais disponíveis, o trabalho visa em seus três capítulos elucidar os principais pontos para o funcionamento legal desse negócio jurídico, sendo que o capítulo primeiro elaborou uma sequência de fatos históricos, discorreu sobre a evolução da legislação específica e a respeito da constituição do contrato, adiante foi destinado um capítulo somente para a Circular de Oferta de Franquia e seus elementos e juntamente nessa parte estabelecendo e detalhando cada cláusula contratual indispensável para o negócio e por fim no terceiro capítulo foi discorrido a relação completa entre franqueador e franqueado. Visando

mostrar aos leitores como ingressar nesse mercado sabendo das suas principais características no âmbito jurídico, para isso se torna indispensável a análise sobre a legislação e os materiais disponíveis para essa espécie de negócio.

Através das obras referenciadas e outros métodos de estudo que fundamentaram o projeto, pode-se destacar especificamente certos objetivos, como: A análise e o surgimento do mercado de franquias e seu avanço histórico, a configuração necessária para a elaboração de um contrato empresarial de *franchising*, explicar por completo a Circular de oferta de franquia (COF), quanto a problematização acerca do tema fica a cargo das discussões sobre pontos nebulosos relacionados aos vínculos e responsabilidades trabalhistas e consumeristas e pela utilização da arbitragem nos contratos de *franchising*. Na parte final se estabelece uma reflexão sobre a extinção contratual e suas consequências e por fim o estudo do Franqueador e franqueado que compõe as principais partes desse contrato, sendo os entes que permeiam a relação contratual do *franchising* e, portanto geram a maioria dos atos jurídicos entre si.

Visto os dados apresentados, buscando então compreender a relação entre as partes do contrato e suas responsabilidades jurídicas em virtude do grau de importância para os milhões de Brasileiros que dependem todos os dias desse modelo de negócio, sendo eles na forma de empregados nos estabelecimentos ou de consumidores de produtos e serviços oferecidos, o Direito aparece para regulamentar as relações humanas através das normas jurídicas e desse modo o presente trabalho então se torna de grande importância para a busca do conhecimento acerca de um tema presente na comunidade atual e que ao longo do cotidiano brasileiro de diversas formas é inserido na vida de inúmeros indivíduos.

CAPÍTULO 1 - DA EVOLUÇÃO DO CONTRATO DE FRANQUIA

1.1. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO *FRANCHISING*

Para analisar o contrato de franquia empresarial é necessário elucidar primeiramente o seu início, o qual é de certo modo impreciso, sendo até divergente de acordo com alguns autores, porém a origem rudimentar e mais antiga aceita é datada da idade média, mais especificamente da época do feudalismo, destarte estabelece Ana Cláudia Redecker como sua origem o seguinte:

A palavra *franchising* deriva do Francês *franchisage*, corresponde ao privilégio com o qual, na época do feudalismo, concedia-se autonomia, tanto aos Estados como aos súditos. As cidades franqueadas eram as que podiam usar, em seu benefício, uma vantagem ou privilégio até então reservados aos senhores feudais. Nesses termos, cidade *franche* ou *franchissée* (franqueada) era a que oferecia a livre circulação de pessoas e de bens que por ela transitassem. (REDECKER, 2020, p. 31)

A definição de franquia estabelecida na idade média sofreu diversas mudanças até o mundo atual, de forma que para muitos se originou na verdade nos Estados Unidos por volta de 1860, sendo que o primeiro sistema de distribuição de franquia como é conhecido até os dias modernos realmente pode ser datado dessa época, através do que a *Singer Sewing Machine Company* realizou como pioneira na experiência do *franchising* empresarial.

A empresa *Singer Sewing Machine* passou a outorgar licença a comerciantes autônomos para a revenda de máquinas de costuras movidas a pedal. Diante do sucesso obtido, outras empresas adotaram essa prática: utilizar a marca para aumentar seus próprios negócios. (SANTOS, 2020, p. 27)

Da conceituação inicial de *franchising* na França antiga, até a evolução do sistema de distribuição implantado pela *Singer CO*, passando após algumas décadas pelas experiências da General Motors, em 1898, que através do sistema de franquias buscou expandir a rede de distribuição de seus veículos automotivos, exemplos também da Coca Cola, dos supermercados *Piggly Wiggly*, da locadora de veículos Hertz Rent a Car, empresas as quais procuraram por meio do referido modo de operação ampliar o seu negócio, chegando até em companhias de petróleo o

modelo empresarial de franqueamento. A forma mais parecida com as redes de franquias atuais foi consolidada como modalidade mercantil na distribuição de bens e serviços graças à criação da rede de lanchonetes *McDonald's* em 1955, pelos irmãos Dick e Maurice McDonald.

Essa nova modalidade mercantil desenvolveu-se a partir da fundação daquela primeira lanchonete. Os irmãos *McDonald's*, no mesmo ano franquearam seu primeiro estabelecimento e iniciaram, assim, a maior cadeia de fast-food do mundo, hoje com o nome de *McDonald's Corporation*. (REDECKER, 2020, p. 33)

Em suma a história das franquias sucedeu dessa forma, chegando atualmente em todos os continentes, apresentando na China de 2019 mais de 4.500 redes de franquias, sendo o país que mais possui essa modalidade mercantil. O mercado continua mudando, novas legislações são elaboradas e aperfeiçoamentos ocorrem, para isso é sempre necessário saber o ponto de partida e os caminhos percorridos até os dias atuais, na busca constante da evolução e melhoramento do negócio empresarial.

1.1.2. História do sistema de franquia no Brasil

No Brasil, o sistema de franquia chegou em meados da década de 1950 e teve por pioneiro o *Yázigui*, que atuava no segmento de idiomas, com o seu crescimento acelerado acabou por atrair outras redes da mesma seção de negócio: O CCAA e o FISK, sendo os precursores da época em apresentar o modelo de negócio de franqueamento ainda que não muito estruturado como os modernos, porém já inovaram no território Brasileiro no quesito da transferência de *know-how*, realizado por meio do material didático que era o mesmo em cada unidade, caracterizando-se como os primeiros na prática do *franchising* brasileiro na distribuição de bens e serviços.

Após as experiências satisfatórias com as primeiras franquias no país, surgiram outras que são bem sucedidas até os tempos atuais, exemplos como: O Boticário, Água de Cheiro, Mister Pizza, Ellus, entre outras redes. A partir desse mesmo período de tempo, o *Mcdonald's* iniciou similarmente as suas atividades no Brasil, inaugurando diversas lojas pelas regiões Brasileiras, esse começo representado por tais marcas se tornou anos mais tarde a quarta posição em escala

mundial no mercado de franquias, apresentando nas primeiras colocações a China, seguida de Estados Unidos, Coréia do Sul e em quarto lugar o Brasil. O *franchising* seguiu firme em território brasileiro e se consolidou de vez no país nas décadas de 70 e 80.

O *franchising* foi saudado no Brasil como um instituto revolucionário, objeto de prosperidade e meio para a solução das questões comerciais existentes no país, tais como o consumo e o escoamento da produção. (REDECKER, 2020, p. 38)

Com a chegada da década de 90 se torna necessário a regulamentação do contrato de franquia na esfera jurídica brasileira, ocorrendo assim certas propostas de legislação específica para reger o negócio do sistema de franquia empresarial, passando por projetos que foram rejeitados e que por fim resultaram na Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994, a qual regulamentou esse instituto por mais de 25 anos, até a chegada de um novo marco legal, a Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019, que rege atualmente o contrato de franquia empresarial.

As franquias fazem parte da história mercantil, econômica e social do país, sendo um modelo de negócio consolidado, que gera milhões de empregos e bilhões em lucros, representando importante parte para o crescimento do PIB nacional, desse modo essa breve evolução histórica engloba parte fundamental do contrato de *franchising*.

1.2. CONTRATO DE FRANQUIA EMPRESARIAL

Com a evolução mercantil das franquias diversas regulamentações foram implantadas, fundamentando assim o sistema de *franchising*, sendo por sua vez definido como negócio jurídico bilateral, que é o conceito básico para estabelecer os princípios do contrato de franquia empresarial.

Ora, os negócios jurídicos se subdividem em negócios jurídicos unilaterais, que se formam a partir da declaração de vontade de uma única pessoa, e negócios jurídicos bilaterais, que se formam a partir de declarações coincidentes de vontade de mais de um indivíduo. Com base nos critérios distintivos acima delineados, portanto, pode-se compreender o contrato como um negócio jurídico bilateral. (SANTA CRUZ, 2020, p. 1024)

As Franquias são grandes expoentes econômicos no Brasil e no mundo, sendo um modelo de negócio muito rentável e que de acordo com a associação Brasileira de *Franchising* (ABF) até o ano de 2019 existiam mais de um milhão e trezentos mil empregados no País graças a este seguimento empresarial, categorizando uma importante estrutura para o mercado de trabalho brasileiro, ainda segundo a (ABF) a prática do *franchising* obteve o faturamento no ano passado de 186, 755 bilhões de reais, o que representa com expressividade a relevância de tal forma contratual empresária.

A evolução desse sistema mercantil ao longo dos anos fomentou a economia de diversos países e com essas proporções o direito se fez necessário para regulamentar as questões jurídicas do negócio existente, desse modo chegando ao conceito atual de *franchising* como modelo mercantil de sistema de distribuição de bens e serviços por meio de transferência do *know-how*, conceituação essa que constitui a base do contrato de franquia empresarial, o qual foi consagrado no ordenamento jurídico Brasileiro em legislação específica em 1994 e atualizado para um novo marco legal em 2019.

1.2.1. Definição de *Franchising*

A partir de todas as evoluções históricas, das regulamentações e legislações aplicadas, é possível a definição coerente de *franchising* como:

É uma forma de colaboração comercial entre empreendedores independentes, regulada por um contrato no qual uma parte – franqueador – concede a uma ou mais pessoas físicas ou jurídicas – franqueados – o direito de utilizar da sua marca, produto, serviço e/ou tecnologia, para a venda de produtos ou prestação de serviços, sobre a base de um conceito previamente desenvolvido e consolidado no mercado, sem vínculo de subordinação, mediante determinada remuneração, ficando o franqueado obrigado a seguir as regras estabelecidas pelo franqueador com o fim de manter a homogeneidade da rede e a qualidade constante dos produtos e/ou serviços oferecidos. (REDECKER, 2020, p. 45)

Por meio dessa definição foi possível elucidar o que acontece em um sistema de rede de franquias, a citação acima serve de molde para as diversas áreas do mercado, sendo que o negócio transferido, ou seja, o *know-how* pode ser uma

marca, um serviço, um produto ou até mesmo um conceito. As franquias englobam diversos segmentos de mercado e têm como principal característica a padronização de processos e de produtos, prezando assim pela igualdade entre cada unidade franqueada, pois o que gera valor no negócio de determinada *franchising* é a qualidade encontrada independente da unidade em que foi efetuada a compra de um bem ou a prestação de um serviço buscado, sendo dessa forma a explicação sobre o que é o sistema de franquia empresarial.

1.2.2. Legislação aplicável ao contrato de franquia

A Lei é uma norma ou conjunto de normas jurídicas criadas através dos processos próprios do ato normativo a qual designa uma modalidade de regra escrita, que apresenta determinadas características para regulamentar específicos pontos da sociedade, desse modo com as redes de franquias instaladas de forma definitiva e o mercado cada vez mais aquecido se torna essencial a implantação de uma legislação própria para regular o negócio jurídico contido no sistema de franqueamento, portanto, no final da década de 80 e início da década de 90 surgem projetos para reger o contrato de *franchising*, e por fim resultaram no marco legal que regulamentou o contrato de franquia empresarial no âmbito do direito brasileiro por 25 anos : A Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994.

A Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994 disciplinou pela primeira vez no País os pontos indispensáveis para o correto funcionamento do modelo mercantil das franquias, estipulando os elementos essenciais para caracterizar o contrato, fixando direitos e obrigações os quais devem estar descritos no mesmo, destarte estabeleceu expressamente o contrato de franquia empresarial em seu Art. 2º, como:

Art. 2º. Franquia empresarial é o sistema pelo qual um franqueador cede ao franqueado o direito de uso de marca ou patente, associado ao direito de distribuição exclusiva ou semi-exclusiva de produtos ou serviços e, eventualmente, também ao direito de uso de tecnologia de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvidos ou detidos pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem que, no entanto, fique caracterizado vínculo empregatício.

A referida legislação inovou como principais pontos: A transparência absoluta entre franqueador e franqueado referente às negociações de adesão ao

contrato, apontou o documento mais importante do mesmo que é a Circular de Oferta de Franquia (COF) a qual apresenta as informações fundamentais da operação do *franchising* negociado entre as partes, sendo que diversos pontos devem estar esclarecidos neste documento para não gerar conflitos durante o contrato, prevê o prazo de apresentação da (COF) que é de 10 dias e as sanções em casos de omitir informações ou prestar essas com dados falsos, sendo elas a anulabilidade ou nulidade contratual com a devolução de todas as quantias investidas pelo franqueado até o momento.

Sendo uma legislação simplória, mas que conseguiu satisfazer às necessidades de ambas as partes durante seus 25 anos de vigência, sendo revogada a partir da promulgação da Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019 que rege atualmente o instituto do contrato de franquia empresarial, trazendo interessantes inovações em relação à composição do negócio jurídico.

A Lei de franquias como ficou conhecida é a Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019, que atualmente controla o sistema de *franchising* brasileiro, define as franquias no seu Art. 1º como:

Art. 1º. Esta Lei disciplina o sistema de franquia empresarial, pelo qual um franqueador autoriza por meio de contrato um franqueado a usar marcas e outros objetos de propriedade intelectual, sempre associados ao direito de produção ou distribuição exclusiva ou não exclusiva de produtos ou serviços e também ao direito de uso de métodos e sistemas de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvido ou detido pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem caracterizar relação de consumo ou vínculo empregatício em relação ao franqueado ou a seus empregados, ainda que durante o período de treinamento.

Em relação à lei de 1994 é possível notar que a atual legislação é mais específica em certos detalhes, possui a previsão de alguns aprimoramentos necessários, tal como a modificação do termo técnico “cede” apresentado no art. 2º da antiga lei, sendo atualizada para “autoriza” no art. 1º da atual legislação, essa simples modificação impacta o entendimento do contrato, pois se algo é cedido é significado de cessão, sendo assim é como se o direito de uso fosse transferido de titularidade para o franqueado, portanto o que deve ocorrer e a Lei atual consagrou

isso é, a simples autorização do uso do *know-how* da entidade pertencente ao franqueador para o franqueado, resguardando a sua titularidade de propriedade industrial.

O Marco Legal de 2019 busca principalmente acompanhar e regular o desenvolvimento das franquias no Brasil com relação aos direitos e deveres aplicados a essa específica forma contratual, visto que 25 anos se passaram desde a primeira regulamentação e o mundo passou por diversas mudanças sociais, e fundamentalmente tecnológicas, desse modo o mercado do *franchising* mudou e evoluiu, a legislação atual alterou certos detalhes por intermédio de seus artigos, buscando a correta forma de disciplinar o negócio jurídico, destarte é necessário elucidar essas características específicas e examinar de forma completa o contrato de franquia empresarial.

A lei que não é muito extensa tem previsto em seu corpo 10 artigos, onde busca em seu artigo 1º e seus parágrafos apresentarem a definição de franquia empresarial e uma breve explanação da relação entre franqueador e franqueado, aponta que pode ser adotada por empresa privada, empresa estatal ou entidade sem fins lucrativos, independentemente da sua área de atuação, o sistema de franquia.

A partir dessa breve amostragem a legislação parte em seu art. 2º e seus diversos incisos para a principal peça do contrato, a Circular de oferta de franquia (COF) a qual necessita de um capítulo de explicação somente seu, pois neste documento são contidas todas as características da franquia que está sendo negociada, é documento de extrema importância e de real necessidade principalmente para o franqueado, pois é a parte a qual tem que investir grande quantidade de capital no negócio, e também é de real valor devido à falta de itens em seu corpo gerarem anulabilidade ou nulidade contratual e possíveis ações de perdas e danos.

O art. 3º apresenta a previsão de questões referentes à locação do imóvel, por conseguinte no próximo artigo é exibido que o franqueador que omitir informações exigidas por lei ou veicular informação falsa na Circular de Oferta de Franquia fica sujeito a sanções contratuais e sem prejuízo das sanções penais cabíveis. Na sequência o art. 5º estabelece que para os fins da referida Lei, as disposições

referentes ao franqueador ou ao franqueado aplicam-se, no que couber, ao subfranqueador e ao subfranqueado, respectivamente.

Na sequência dos dispositivos legais é determinado que os contratos de franquia com efeitos exclusivamente no território nacional estão sujeitos a legislação brasileira, portanto escritos em língua portuguesa, os que representam efeitos em contratos internacionais deverão também ser originalmente escritos em língua portuguesa ou serão devidamente traduzidos para tal, no que se segue é especificado que as partes podem optar pelo foro de eleição para a resolução de conflitos e apresenta uma importante inovação implantada pelo marco Legal, a previsão de que os possíveis conflitos dentro do contrato poderão ser solucionados por meio de Juízo Arbitral.

A nova Lei de franquia buscou sedimentar a questão ao tratar expressamente da arbitragem em um dos seus artigos, contudo, ainda com a disposição legal, certamente o judiciário analisará sua aplicabilidade frente aos limites e demais discussões já experimentadas sobre o tema, assim, necessária sua consideração pelo operador do direito e operadores do setor. (SANTOS, 2020, p.142)

Os aspectos jurídicos da lei de franquias são basicamente os apresentados acima, de forma que cada parte representante do contrato será examinada e explicada nos capítulos e seções seguintes para que se possa compreender de forma profunda o sistema de franquias empresariais, destarte essa explanação da lein° 13.966 de 2019 apresentou suas previsões legais e algumas inovações em relação à lei de anterior.

1.3. CONSTITUIÇÃO DOS CONTRATOS DE FRANQUIA

Por meio do contrato de franquia, o franqueado se estabelece no cenário mercantil e econômico brasileiro, sem a necessidade de realizar um estudo muito aprofundado sobre as viabilidades de um novo empreendimento, estudos relacionados à estrutura administrativa, treinamento de funcionários, controle de marca, entre outras características, pois estes aspectos já foram trabalhados e estipulados pelo franqueador que fornece os subsídios necessários à estruturação do sistema de franquia negociado, destarte o que é preciso para a

constituição do contrato de *franchising* basicamente são os seguintes documentos que caracterizam o vínculo entre franqueador e franqueado, sendo eles: A Circular de Oferta de Franquia (COF), pré-contrato que é opcional e o próprio contrato de franquia.

O documento que apresenta imensa importância é a Circular de oferta de franquia (COF), através dela o franqueador e o candidato a franqueado começam a estabelecer um contrato, pois todas as características do sistema de negócio pretendido estão contidas na referida documentação. Sendo uma fase de conhecimento entre ambos na busca de um encaixe que funcione para as partes, onde há a verificação de propósitos entre elas. O pré-contrato é a parte seguinte da negociação.

No contrato de franquia uma parte – franqueador impõe a outra parte, franqueado, a sua política: métodos de venda, promoções, preços, aparência de seu pessoal, forma de sinal distintivo (símbolo) ao público etc. é verdade que o franqueado é um empresário independente, mas as cláusulas contratuais são dispostas pelo franqueador como regras que beneficiam e protegem seu sistema de franquia. (REDECKER, 2020, p.55)

1.3.1. Do pré-contrato de franquia empresarial

O pré-contrato de franquia pode ser descrito como um período de adequação ao sistema operacional da franquia em relação principalmente ao franqueado, pois é nessa fase que o franqueador e franqueado buscam acertar as questões que antecedem o fechamento final do contrato, já conhecendo os pontos necessários para chegar a um acordo do funcionamento do negócio jurídico, porém ainda não é uma decisão definitiva.

Este documento serve de estrutura para a relação comercial entre franqueador e franqueado e vigora durante as operações de teste da unidade franqueada. Decorrido o prazo estipulado e após os testes para o bom funcionamento do relacionamento e da operação, as partes executaram o instrumento de contrato de franquia empresarial de forma definitiva.

O Referido pré-contrato pode passar por pontos como o de adquirir ou alugar o ponto comercial, reformá-lo caso seja preciso, realizar treinamento, reunir a equipe de funcionários e outras possíveis necessidades específicas, a sua

principal função é de reger os direitos e deveres do franqueado e da empresa franqueadora nesse momento inicial, geralmente com a assinatura do pré-contrato de franquia também ocorre o pagamento de taxas de franqueamento, ainda nele também constam termos que regulam a possível devolução dessas taxas, no caso da desistência de alguma das partes, ou do pagamento de multas de acordo com o que foi celebrado e nos prazos estabelecidos.

Apresentando características formais e que ajudam a regular o negócio, o pré-contrato não é obrigatório, ele apresenta validade legal durante o período estipulado, porém o único contrato obrigatório para constituir o sistema de franquias empresariais de acordo com o ordenamento jurídico brasileiro é o contrato de franquia na forma definitiva. Desse modo, ele não é praticado por todos os franqueadores, mas em sua maioria é consagrado por diversas empresas.

As informações passadas buscaram esclarecer a evolução do contrato de franquia empresarial, desde o seu primórdio na França antiga até o novo marco legal de dezembro de 2019, examinando os passos iniciais do *franchising* no Brasil e no mundo, apresentando os seus dados mais recentes em escala global e visa adiante dissecar os principais instrumentos presentes no negócio jurídico estudado, do início da sua constituição como contrato, passando por suas cláusulas contratuais e chegando até as possíveis formas de extinção.

CAPÍTULO 2 - FUNDAMENTOS JURÍDICOS DO CONTRATO DE FRANQUIA

2.1. DA CIRCULAR DE OFERTA DE FRANQUIA

O Contrato de franquia empresarial é enquadrado como negócio jurídico bilateral, possuindo então como fundamento primordial à aceitação de ambas as partes das especificidades presentes no sistema de franquia negociado, para o firmamento do ato contratual é indispensável o conhecimento das principais características da empresa que se pretende ser um franqueado, posto isso foi preciso à criação de um instrumento próprio dentro da legislação para o estabelecimento de tais elementos específicos, sendo assim foi criada a Circular de oferta de franquia (COF).

A COF foi consagrada no Brasil em 1994, através da primeira legislação própria para os contratos de franquias empresariais, a Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994. De forma geral a (COF) determinou primeiramente alguns itens para a sua constituição, posteriormente no novo Marco Legal que rege os contratos de *franchising* a lei nº 13.966 de 2019 foram atualizados para cerca de 20 itens, esse aumento ocorreu devido à importância deste documento, pois como já mencionado através dele é apresentado às características da empresa e busca ainda estabelecer as especificidades essenciais para não lesar tanto o franqueador como o franqueado.

Buscando consagrar e explicar como deve ocorrer essa fase imprescindível, a qual apresenta muitos detalhes acerca do sistema da franquia em negociação e antecede o opcional pré-contrato de franquia e o possível firmamento do contrato de franquia empresarial na forma definitiva, a COF será detalhada no que tange a sua forma de aplicação correta e seus requisitos necessários.

2.1.2. Aplicação

A Circular de oferta de franquia no que se refere à legislação sobre a sua forma de aplicação é muito clara e objetiva, de acordo com a previsão legal para o seu correto funcionamento a COF deve ser entregue ao possível franqueado em no mínimo 10 dias antes da assinatura do pré-contrato ou do contrato de franquia, esse prazo também compreende acerca dos pagamentos de qualquer taxa que o candidato a franqueado tenha que pagar ao franqueador ou ao sistema da franquia que está em negociação, existindo exceções a esse prazo, sendo nos casos em que exijam uma pré-qualificação ou licitação promovida por órgão público, pois quando essas ressalvas ocorrem a COF será entregue no início do processo de seleção, desse modo não deixando de cumprir o que está expresso no ordenamento jurídico.

A aplicação da COF segue outras formalidades essenciais, como a obrigatoriedade do documento ser escrito em língua portuguesa, de forma acessível ao entendimento do interessado e de modo mais objetivo possível. Os elementos constitutivos da COF exibem mais características e exigências do que a forma documental em si, destarte a aplicação desse instrumento consiste na entrega do próprio documento ao franqueado contendo as informações indispensáveis da franquia que está em fase de conhecimento.

Obedecendo às regras expostas anteriormente e os elementos que devem conter na COF o franqueador não deve encontrar problemas contratuais, porém caso ocorra à inobservância dos preceitos impostos, é possível acarretar a anulabilidade ou nulidade contratual e ainda a devolução de todas as quantias já pagas ao franqueador, ou pagas a terceiros indicados por ele, sendo a título de filiação ou de royalties, como determinado na legislação vigente, *vide* § 2º do Art. 2º da lei nº 13.966 de 2019.

§ 2º. Na hipótese de não cumprimento do disposto no § 1º, o franqueado poderá argüir anulabilidade ou nulidade, conforme o caso, e exigir a devolução de todas e quaisquer quantias já pagas ao franqueador, ou a terceiros por estes indicados, a título de filiação ou de **royalties**, corrigidas monetariamente.

A forma de aplicação da COF é pura e simples, em suma é a entrega do documento contendo as informações requisitadas pela previsão legal. Adiante são estabelecidos os seus elementos, os quais fundamentam a Circular de Oferta de Franquia.

2.1.3. Elementos

A Circular de Oferta de Franquia possui fundamentalmente alguns dispositivos indispensáveis ao conhecimento do franqueador e do franqueado antes da constituição do contrato da franquia em questão, sendo esses componentes necessários estabelecidos nos incisos e alíneas contidos no Art. 2º da lei nº 13.966 de 2019, são os seguintes elementos principais:

O histórico do negócio Franqueado: Primeiramente deve constar na COF a explanação resumida do histórico da Franquia negociada, o franqueador deve apresentar ao possível franqueado características da franquia como: O seu início, onde começou o negócio, a quantidade de unidades franqueadas, sua evolução, as atividades desenvolvidas, sua área de atuação; tais informações correspondem ao panorama geral da franquia ao longo do tempo e mostram ao possível franqueado as generalidades iniciais da franquia em análise.

A qualificação do Franqueador e suas ligações empresariais: Em termos precisos, é necessário constar na COF a qualificação completa do franqueador, desde o seu perfil pessoal referente à franquia quanto às empresas que esteja ligado, pois a

partir dessas informações que são obrigatoriamente expressas para a realização contratual será possível o exame do franqueado de diversos espectros sobre a situação da outra parte, visando identificar se o franqueador será uma pessoa de confiança e com quem o candidato a franqueado deseja fazer negócio.

Os balanços e demonstrações da empresa franqueadora: Deve fornecer ao futuro franqueado as demonstrações financeiras, sendo basicamente relatórios contábeis dos últimos dois anos de exercício da franquia, de forma que através dessas informações ocorra a análise da questão comercial e de investimentos necessários, além de solucionar diversas dúvidas no âmbito financeiro da franquia negociada.

As demonstrações também impactam diretamente na análise de investidores que pretendem investir na empresa, seja na qualidade de sócios, seja na qualidade de franqueados, no evento de a empresa franqueadora ser uma cadeia de franquias. As demonstrações financeiras exercem papel de grande importância, pois são através das análises delas que a empresa conseguirá novos sócios, novos franqueados, financiamentos etc., uma vez que estes relatórios apontam os recursos em caixa e as reais condições de pagar eventuais dívidas. (CARNEIRO, 2020, p.192)

As ações judiciais da Franquia: Uma das informações de suma importância que deve estar presente na COF é a de existir ações judiciais referentes à franquia, sendo essas ações contra a própria empresa ou a partes envolvidas em sua administração que de alguma forma possam prejudicar o negócio e suas operações no país. Não há especificamente o tipo de ação que deve constar como informação na COF, apenas é expresso o seguinte no inciso IV do art. 2º:

Art. 2º - IV. Indicação das ações judiciais relativas à franquia que questionem o sistema ou que possam comprometer a operação da franquia no País, nas quais sejam parte o franqueador, as empresas controladoras, o subfranqueador e os titulares de marcas e demais direitos de propriedade intelectual;

É preciso esclarecer que mesmo não sendo especificados os tipos de ações que devem ser informadas, só ocorre necessidade de informar sobre aquelas referentes ao sistema da franquia ou que interfiram na sua operação no Brasil, desse modo verifica-se o entendimento de que a falta dessas informações podem gerar as consequências já mencionadas, por isso uma forma de evitar transtornos com esse

elemento da COF é a de atribuir às informações referentes a ações judiciais da seguinte maneira:

Para se evitar qualquer nulidade futura ou mera alegação de vício, faz-se pertinente que a empresa franqueadora informe todas as ações judiciais que possui, tenham elas ligação ou não com a franquia. Procedendo desta forma, a franqueadora reduzirá consideravelmente as chances de ser acionada ou mesmo de experimentar alegações que lhe sejam desfavoráveis no sentido de que deixou de informar determinadas ações judiciais que, mesmo indiretamente, pudessem, nos termos da nova lei de franquia, comprometer a operação de franquia no país. (CARNEIRO, 2020, p.195)

Da descrição da Franquia: Dispositivo que expressa o dever do franqueador fornecer ao franqueado uma apresentação detalhada do modo de operação do sistema da franquia negociada, mostrando uma explanação do negócio e de suas atividades de forma minuciosa para por o candidato a par de todas as suas funções a ser desempenhadas.

Dos requisitos exigidos e do perfil ideal do Franqueado: A Circular de Oferta de Franquia apresenta muitos elementos que devem ser preenchidos pelo franqueador, porém existem requisitos inerentes ao franqueado, destarte nessa parte da COF é estabelecido que o franqueador possa escolher o perfil necessário para autorizar o franqueado a utilizar seu sistema de franquias, podendo esses requisitos ter caráter obrigatório ou preferencial.

De forma mais clara, pode o franqueador escolher o perfil necessário diante de certas características, como escolaridade, experiência anterior e outros vários atributos que possam trazer maior segurança jurídica ou comercial para a empresa, o franqueado ainda deve cumprir requisito importantíssimo para o negócio, que é o de se envolver de forma direta na administração e nas operações exercidas pela sua unidade da franquia.

Dos investimentos a ser realizados na Franquia e dos valores a ser pagos pelo franqueado: O franqueador deve especificar em questão de valores o seguinte, o total previsto de investimento inicial para a aquisição, à implantação e à entrada em operação da franquia, quantia referente à taxa inicial de filiação ou taxa de franquia e valor estimado das instalações, de equipamentos e se caso necessário do estoque

inicial e suas condições de pagamento desses valores. Deve informar também quanto aos valores de caráter periódicos, sendo eles: Remuneração do uso da marca, de seus sistemas ou de seus objetos específicos, do aluguel de equipamentos ou ponto comercial, da taxa de publicidade ou semelhante e por fim do seguro mínimo.

Da relação dos Franqueados e Ex-Franqueados: o franqueador deve elucidar e transparecer essa informação da seguinte forma:

O franqueado deverá informar a relação completa de todos aqueles com os quais tem ou teve contrato de franquia. De tal modo, deverá informar os nomes, os endereços e os telefones destas pessoas físicas ou jurídicas. (CARNEIRO, 2020, p.212)

Esse fundamento permite principalmente o acesso do candidato aos ex-franqueados, visando à troca de informações entre eles para formar um entendimento acerca do sistema onde esta buscando se estabelecer, já que um ex-franqueado possui diversas informações tanto comerciais quanto pessoais sobre o franqueador e a franquia enquanto empresa.

A Circular de oferta de franquia deve fornecer o conhecimento sobre a área de atuação do franqueado e sua exclusividade, devendo esclarecer três pontos principais: Se existe ao franqueado garantia de exclusividade ou preferência territorial, se ele tem o poder de realizar exportações ou atuar fora dos seus limites de território, e sobre o procedimento adotado no caso de concorrência territorial.

O franqueador deverá determinar, com precisão, qual será o **âmbito geográfico** de atuação de seus franqueados. Esta informação deverá estar contida na Circular de Oferta de Franquia. O objetivo é que a atuação do franqueado não colida com a atuação de outros franqueados, de modo que haja concorrência desleal **dentro da própria rede** de franquia. Por igual, tem o objetivo de impedir que o franqueado também concorra com o franqueador. Logo, poderá o franqueador delimitar que o franqueado atue dentro de um conjunto de ruas, dentro de um quadrilátero, dentro de um micro bairro, dentro de um distrito, dentro de um Município, dentro de um Estado, de uma região do país ou qualquer área geográfica delimitada na Circular de Oferta de Franquia. (CARNEIRO, 2020, p.214)

Das obrigações e dos benefícios oferecidos ao franqueado: Provavelmente se trata das informações mais importantes para o possível franqueado, pois são estabelecidas aqui as responsabilidades jurídicas e empresariais inerentes ao candidato, posto isso, aqui deve conter os principais atos que deverá satisfazer no caso de aceitar ser parte do sistema de franquia em negociação, englobando diversas características dependendo da complexidade da franquia em questão.

Essas obrigações serão esmiuçadas e explicadas detalhadamente adiante, assim como os seus benefícios, pois é onde o franqueado se vê interessado a participar do negócio, visto os inúmeros benefícios que o sistema de franquia pode oferecer. Essa modalidade contratual apresenta diversos atrativos a ambas as partes, partindo desse pressuposto é compreensível entender o porquê de existirem milhares desse modelo mercantil no país e no mundo.

As informações a respeito da situação da marca e os direitos acerca da propriedade intelectual que apresentam relação com a franquia devem ser expostos ao candidato da forma mais completa possível, pois o *know-how* e seus atributos são detalhados.

Considerando essas características do setor, o legislador passou a exigir muito mais do que apenas a situação perante o INPL. Diante de novas possibilidades de negócios e do dinamismo das atividades de *franchising*, passou a estabelecer a necessidade de o franqueador disponibilizar na COF outras informações, como classes e subclasses e o número de registros ou do protocolo de pedido de registros para facilitar a análise por parte do candidato. Com essas informações, poderão ser analisadas outras situações, como a adequação e enquadramento da classe ou subclasse relacionadas às atividades desenvolvidas pela franquia. (SANTOS, 2020, p.96)

A Circular de Oferta de Franquia deve ainda estabelecer as cotas mínimas para a aquisição de produtos e serviços do franqueado junto ao franqueador, visto a consagração do princípio da boa-fé e da transparência contratual, existem modelos de franquias que necessitam de compras mínimas para seguir o padrão de operação do negócio na unidade franqueada, como na situação a seguir:

Para alguns segmentos, o modelo de cota mínima é crucial para a viabilidade do negócio. Por exemplo, uma operação voltada para o

varejo de sapatos e acessórios femininos exige, por parte do franqueado, a aquisição periódica do enorme mix de produtos, cujo estoque ou a capacidade de atendimento deva estar permanentemente adequado, a fim de garantir a venda ao cliente na unidade, evitando o índice de ruptura no processo. (SANTOS, 2020, p.107)

Das infrações e penalidades no sistema da franquia: O franqueador deve obrigatoriamente informar ao franqueado as situações em que ele possa estar transgredindo alguma regra e portanto podendo gerar penalidades, multas ou indenizações. Tudo isso deve estar expresso na COF e com os valores especificados para resolver cada situação.

O franqueador tem a obrigação de informar, na COF, quais serão os comportamentos adotados pelo franqueado considerados nocivos a rede e que sejam, por isto, passíveis de penalidades. Ademais, também determinará quais serão as penalidades incidentes sobre cada comportamento errático do franqueado. E, ainda, quais serão os valores e como serão aplicadas as multas e indenizações cabíveis. Todas estas informações estarão refletidas no contrato de franquia. (CARNEIRO, 2020, p.214)

Do conselho ou associação de Franqueados: Esse elemento constitutivo da COF tem por base ser um ente consultivo entre os franqueados, para que possam estabelecer relações entre si e por meio dele pautar medidas essenciais para o sistema da franquia que fazem parte, sendo assim o seus principais objetivos são: Uma criação em equipe que ligue franqueador e franqueado na busca de melhorar o atendimento aos clientes; designar o foco da relação franqueador e franqueado no melhoramento do sistema visando os lucros desse processo, e aumentar o engajamento dos franqueados em relação aos novos produtos e ao marketing da empresa.

Do envio da documentação: Esse dispositivo consagrado pela atual legislação prevê como deverá ser o procedimento de entrega da circular de oferta de franquia, que será da seguinte forma:

Considerando que o franqueador deve entregar a Circular de Oferta de Franquia em até dez dias antes da assinatura do contrato de Franquia, deverá determinar, na Circular de Oferta de Franquia, qual será o **local**, qual será o **dia** e em que **horário** ele receberá a documentação

proposta ao candidato franqueado. No mais, considerando que a nova lei de franquia passou a ser aplicável a empresas estatais, deverão ser indicados: local, dia e hora para recebimento da documentação e para o início da abertura dos envelopes, principalmente quando se tratar de entidade pública. (CARNEIRO, 2020, p.264)

Os principais componentes ou elementos da Circular de Oferta de Franquia foram apresentados e explicados, visto a COF ser instrumento indispensável para a formação do contrato de franquia. Adiante será tratado sobre as principais cláusulas do contrato em si para constituição e firmamento definitivo do negócio jurídico.

2.2. DAS CLÁUSULAS CONTRATUAIS

O Contrato de franquia empresarial como já mencionado anteriormente possui diversas cláusulas contratuais, a sua maioria segue o que está previsto na COF e de modo similar podem ser estabelecidas no contrato em si, partindo desse ponto e sendo consagradas indubitavelmente para o correto funcionamento do referido instrumento, são elas essenciais para fornecer segurança jurídica para as partes que celebram o negócio e de modo muito importante essas garantias estão presentes na forma contratual e exigidas por legislação específica, já que geralmente o mercado de franquias demanda muito capital e requisitos complexos para ocorrer de maneira organizada e lucrativa, destarte é de bom grado a elucidação a respeito das cláusulas para que ambas as partes sejam resguardadas e saibam simultaneamente dos seus direitos e obrigações.

As cláusulas principais e de maior significância para o instrumento contratual serão apresentadas no que se segue, a partir de um estudo minucioso, é esclarecido e detalhado os pontos indispensáveis que devem conter no contrato de franchising.

2.2.1. Da transferência do *know-how*

Todas as cláusulas contratuais apresentam significativa importância para a constituição do contrato de franquia empresarial, entretanto a de transferência do *know-how* é a primordial delas, pois é ela que baseia a operação realizada por determinada franchising.

O *know-how* pode ser definido literalmente em uma expressão que é “saber como”, dessa forma o seu entendimento técnico é o de um conjunto de conhecimentos

que abrangem as táticas, fórmulas de caráter individualizado e informações próprias que caracterizam uma franquia em sua especialidade e de modo único, portanto se trata de uma padronização que deve ser encontrado em toda e qualquer unidade franqueada, ou seja, o princípio do sistema de franquia.

Em essência, o conteúdo da cláusula varia conforme a natureza do produto ou serviço que se queira oferecer, podendo consistir não somente na cessão da licença de uma patente, na transmissão de um know-how, de uma fórmula ou procedimento secreto, ou no uso de um nome, marca ou modelo. O franqueado não poderá ceder esses elementos e/ou conhecimentos (know-how) a terceiros, a não ser nas condições estabelecidas no contrato, ou um consenso escrito do franqueador. O franqueador estabelecerá no contrato de franquia as sanções que o franqueado estará sujeito caso infrinja essa determinação. (REDECKER, 2020, p.65)

A partir do momento que se enseja o firmamento de um contrato de franquia devem-se ficar estabelecidas as questões envolvendo a sua transferência e a garantia do seu segredo se necessário, portanto varia entre as franquias os seus pontos e exigências dentro da cláusula, por ser algo específico dos seus respectivos *know-how* e suas formas de aplicação, entretanto é imprescindível em qualquer uma das empresas a cláusula de transferência de *know-how* dentro do contrato.

2.2.2. Prazo

O prazo do contrato de franchising é uma cláusula contratual que tem por objetivo especificar a duração do negócio, sendo essa determinada em um estágio fixo ou não, esse período temporal será estipulado entre as partes em comum acordo e observando as demandas necessárias da franquia, visto que o prazo de duração do contrato não pode ser inferior ao tempo de investimento necessário ao estabelecimento completo e organizado da operação da unidade franqueada, tempo e valores de investimentos esses que constam na COF. Geralmente os contratos de franquia variam de um a cinco anos e contam com renovação automática, mas todas as previsões devem estar contidas no referido instrumento de contratual.

2.2.3. Preço

O preço é uma determinação contratual de grande relevância, pois apresenta as onerosidades do negócio e os valores econômicos despendidos para tal, de forma que deve estabelecer o que se segue:

Deve englobar a estimativa total do investimento inicial necessário a aquisição, implementação e entrada em operação da franquia. Diversos parâmetros são adotados pelos franqueadores para se atribuir o valor da franquia, tais como, gastos como desenvolvimento dos produtos ou serviços, tecnologia desenvolvida, nível de formatação, assistência técnica a ser prestada, força mercadológica da marca, valor estimado das instalações, equipamentos e do estoque inicial, etc. (REDECKER, 2020, p.60)

Apresenta caráter fundamental o estabelecimento desses valores econômicos, objetivando a coerência e viabilidade da operação. Como mencionado sobre os elementos da Circular de Oferta de Franquia, o franqueador deve oferecer os preços de investimento inicial para operação da franquia, taxa inicial de filiação, valor das instalações, de equipamentos e de estoque inicial e suas condições de pagamento, deve estabelecer o preço das remunerações do uso da marca, de seus sistemas ou de seus objetos específicos, do aluguel de equipamentos ou ponto comercial, da taxa de publicidade e do seguro mínimo, a apresentação desses valores expressa o capital envolvido no negócio e assim a sua viabilidade comercial, sendo essa cláusula jurídica de caráter mercantil.

2.2.4. Da exclusividade e da não concorrência

Como já estabelecido na COF, essa cláusula vislumbra os limites de concorrência entre as unidades franqueadas, principalmente nas questões de território, visto a maioria das outras características das franquias serem padronizadas.

A estipulação de cláusula de não concorrência (cláusula de quarentena ou cláusula de não restabelecimento) durante e após o término do contrato tem por objetivo impedir que uma das partes exerça atividade econômica em concorrência com a outra. É fundamental que a cláusula seja clara, isto é, defina a sua duração (limite temporal), zona de aplicação (limitação geográfica-espacial) e limites materiais. (REDECKER, 2020, p.66)

A referida cláusula acompanha integralmente o que foi especificado na Circular de Oferta de Franquia quanto a sua matéria, pois se trata de informação que possibilita ao franqueado vislumbrar a sua área de atuação geográfica, quanto a sua exclusividade em determinada distribuição de produto ou prestação de serviços, o que conseqüentemente gera mais lucros de acordo com a oferta e a demanda da localidade, além de que visa impedir a concorrência desleal entre franqueador e franqueado, por o primeiro possuir parte de várias unidades.

2.2.5. Remuneração

A remuneração se trata das quantias a ser obtidas pela unidade franqueada, para o franqueador se dá através da taxa de filiação e do recebimento dos *royalties* que são parte dos lucros recebidos pelo franqueado em sua unidade, sendo esses lucros ganhos através da venda dos produtos ou da prestação de serviços realizados durante período de tempo estabelecido no contrato.

A cláusula de **remuneração** diz respeito à taxa de *filiação*, aos *royalties* e as taxas operacionais, que correspondem ao valor que o franqueado terá que pagar ao franqueador, em razão, nos termos do artigo 1º da Lei 13.966/2019, da utilização de marcas e outros objetos de propriedade intelectual, de titularidade ou cujo pedido tenha sido realizado pelo franqueador, sempre associados ao direito de produção ou distribuição exclusiva ou não exclusiva de produtos ou serviços e também ao direito de uso de métodos e sistemas de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvido ou detido pelo franqueador. (CARNEIRO, 2020, p.286)

Na cláusula de remuneração ainda é exposto as datas de prestação de contas, as de recebimento de *royalties*, caso houver taxa de publicidade e seus valores, portanto na questão financeira do contrato é essencial as especificações em torno da remuneração do franqueado, além de serem necessárias para os balanços financeiros da empresa, mostrando do espectro econômico a viabilidade da continuação do negócio, os lucros obtidos e o capital necessário para investimentos, pagamentos de funcionários e demais questões econômicas da unidade franqueada.

2.2.6. Da Cláusula compromissória

A Cláusula compromissória é em suma o estabelecimento da Arbitragem para a solução de litígios que possam ser gerados ao longo do contrato de franquia, sendo a sua possibilidade positivada na Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019. Através dessa inclusão na Legislação, a arbitragem no contrato de *franchising* pode ser incluída em dois momentos: O primeiro de forma preventiva, ou seja, incluindo a cláusula compromissória no instrumento contratual e o segundo no caso de ocorrer algum conflito entre as partes e elas decidam em comum acordo firmar um compromisso arbitral e com essa decisão solucionar seus desentendimentos por meio da arbitragem.

A determinação da arbitragem em um contrato de *franchising* apresenta importantes vantagens, são elas: O sigilo dos conflitos entre franqueador e franqueado, a celeridade para a resolução destes, a escolha de um árbitro perito no assunto para julgar o tema em pauta e a flexibilização das sanções impostas com a resolução do litígio. Graças a esses benefícios inúmeras franquias optam pela cláusula de compromisso, porém existem questões que acarretam desvantagens na imposição deste dispositivo para a parte mais vulnerável, que no caso de um contrato de franquia geralmente é o franqueado.

A validade da cláusula de compromisso arbitral tem sido questionada por alguns franqueados na justiça brasileira, pois alegam que esta é fruto do poder econômico e convencionada pelo franqueador com o propósito de dificultar o acesso a justiça e não de oferecer meio alternativo de solução de litígio. (REDECKER, 2020, p.159)

Partindo do pressuposto de que o franqueado detém menos poder econômico que a empresa franqueadora, estaria ele em desvantagem por não poder requisitar o auxílio estatal na resolução dos litígios, destarte os benefícios e os maléficis previstos a partir da estipulação da cláusula de compromisso podem ser debatidos e chegar em um consenso dentro da negociação de cada franquia específica, pois existe a validade legal da cláusula e também a vulnerabilidade do franqueado, além de não existir entendimento pacífico entre os Tribunais superiores, desse modo cabe a análise e aplicação caso a caso, com a vontade das partes expressas sendo o justo e correto a se estabelecer, como o entendimento doutrinário a seguir:

Assim, defendemos que a validade ou não da cláusula compromissória, principalmente após a inclusão do § 1º do art. 7º na nova de franquia, quando clara, precisa e ajustada para atender adequadamente o conflito, deve ser pautada pela análise da existência da vulnerabilidade concreta do franqueado, pois o fato do contrato de franquia ser de adesão não significa obrigatoriamente que houve abuso na elaboração das cláusulas contratuais uma vez que (i) o contrato é celebrado entre dois empresários; (ii) a princípio sem relação de hipossuficiência ou subordinação entre eles; e, (iii) tendo o franqueado disposto de tempo para a análise da minuta do contrato tendo recebido a Circular de Oferta de Franquia conforme disposto no § 1º do art. 2º Lei nº 13.966/2019. (REDECKER, 2020, p.164)

Passando através da evolução do Contrato de Franquia até os moldes atuais, do detalhamento da Circular de Oferta de Franquia e dos seus elementos informativos indispensáveis e das principais cláusulas contratuais do negócio jurídico e mercantil das franquias, é preciso esclarecer a relação primordial do contrato, que é a de Franqueador e Franqueado e as possíveis consequências acarretadas pelo término do contrato.

CAPÍTULO 3 - DA RELAÇÃO ENTRE FRANQUEADOR E FRANQUEADO

3.1. FRANQUEADOR E FRANQUEADO

O Contrato de franquia empresarial apresenta duas partes principais para a sua realização, o Franqueador e o Franqueado, são eles que vão negociar entre si e compor os termos para a celebração contratual, o franqueador que é o possuidor de um sistema de franquia de um específico modelo de atuação, que apresenta suas características e modo de operação consolidados e o franqueado que busca no sistema implantado pelo franqueador ser autorizado a utilizar tudo o que este pode oferecer a ele, de forma que apresentam benefícios e obrigações a ambas as partes. Para uma conceituação mais técnica pode ser definido o franqueador como:

O franqueador, dono do negócio que permitirá que os outros empresários o repliquem, através do licenciamento da marca e de outros objetos de propriedade intelectual, bem como através da

concessão do direito exclusivo ou não exclusivo de distribuição de produtos ou serviços. (CARNEIRO, 2020, p.35)

O franqueado por sua vez pode ser conceituado como um empresário que resolve replicar um negócio pré-existente e que apresenta valores mercantis que o interessem, ou seja, um modelo de empresa com seus métodos e características já padronizados, que representam sucesso nacional ou internacional e assim apresentando certa garantia de ganhos, a partir da escolha da empresa e através da autorização para o uso do modelo de *know-how* já consolidado paga taxas e uma quantia em forma de comissão (*royalties*) para o franqueador.

O sistema de franquia empresarial é visto como uma relação de ganhos mútuos e que depende das duas partes, pois com o correto e esperado funcionamento da unidade a ser franqueada é previsto que tanto franqueador quanto franqueado sejam recompensados com os lucros, por conseguinte existem inúmeros benefícios a ambas as partes com o estabelecimento desse modelo contratual, os quais serão abordados e também as obrigações de cada parte que são várias.

A relação estabelecida entre franqueador e franqueado como já mencionado pode ser descrita como uma conexão de ganhos mútuos, se a unidade franqueada vai bem a tendência é de que a franquia enquanto empresa e modo de operação que designa as suas várias unidades esteja bem e produtiva, adiante são elucidados os benefícios específicos dessa relação jurídica empresarial.

3.1.2. Benefícios

A relação entre as partes visam claramente o maior número de vantagens e benefícios possíveis, destarte são as principais delas no contrato de franchising para o franqueador:

A Ampliação e expansão acelerada do seu negócio, de modo que com o maior número de empresários investidores ocorrerá à maior expansão geográfica das unidades franqueadas, ou seja, o aumento da franquia. A Redução dos próprios gastos em investimento também será expressiva, uma vez que o sistema de franquia busca o maior número de investidores e estes contribuirão inicialmente com as taxas de franqueamento e posteriormente com o pagamento de *royalties* periódicos, na mesma linha de raciocínio ocorre à diminuição de custos em insumos e matérias

primas para a fabricação de seus produtos ou prestação de serviços, já que quem deve arcar com grande parte desses materiais é o franqueado possuidor de uma unidade.

A partir do momento que o franqueador autoriza o franqueado a utilizar de sua criação de modelo de franquia, as atividades e obrigações acabam por ser divididas, desse modo resta mais tempo e dedicação para o franqueador desenvolver pesquisas técnicas sobre o mercado.

A disponibilização de mais recursos em publicidade e propaganda, dado que com os *royalties* e taxas pagas pelo franqueado o franqueador dispõe de maior capital para aplicar na divulgação da marca, acarretando ao ciclo de quanto mais publicidade é gerada maior o alcance de clientes para as unidades da franquia e um maior atrativo para novos empresários interessados em investir no negócio e com isso ocasiona também o benefício de sua marca ganhar mais potência comercial e maior notoriedade.

Com o sistema de franqueamento o franqueador ao invés de ter apenas uma unidade da empresa, em somente uma localidade e com investimento único do seu patrimônio, é possibilitado a ele por meio do contrato de franquia oferecer melhor preço e em variados locais geográficos e assim gerar grande volume de compras dos seus produtos ou serviços, Ponto importantíssimo e que adiante é mais bem esclarecido é o de ocorrer à ausência de relação de vínculo empregatício entre o franqueador e o franqueado e com os funcionários do franqueado independente se o momento for de treinamento dos funcionários, desse modo causando demandas trabalhistas da unidade franqueada apenas para o franqueado que a possui.

O franqueador pode ser considerado um grande beneficiado em geral com o contrato de franchising, de um modo objetivo os seus principais benefícios estão relacionados com os investimentos de outros empresários e com a expansão do seu negócio, indubitavelmente a franquia terá mais unidades no país e dessa forma estabelecendo maior cobertura geográfica e por fim mais lucros.

A partir dos tópicos apresentados é possível a noção de que o contrato de franquia, mesmo que com as suas obrigações é imensamente vantajoso para ambas as partes, e para o franqueador como já listado tem inúmeros benefícios, com eles

apresentados e analisados é passado adiante para os benefícios da outra parte contratual e tão interessada quanto nas vantagens oferecidas por essa modalidade contratual, desse modo são as principais benesses no contrato de *franchising* para o franqueado:

O benefício da autorização de uso de uma marca pré-existente e em geral com credibilidade e sucesso no mercado, esse aspecto garante ao franqueado a utilização de um modelo de negócio já conhecido do grande público e experimentado empiricamente e dessa forma assegura certa vantagem em relação a um negócio que nunca foi passível de experiência de treinamento.

Do uso de uma estrutura padronizada e modelo de operação já consolidado:

O franqueado já receberá uma estrutura de negócio pronta e que tenha funcionado. Quando falamos em estrutura, queremos dizer: indicação de matéria prima, forma de realizar um serviço, modo de trabalho, forma de administração da empresa, treinamento dos empregados, disposição e arquitetura do imóvel etc. Todos esses são conceitos já aceitos pelo mercado, o que reduzirá, por certo, a rejeição pelo consumidor daquele produto ou serviço. (CARNEIRO, 2020, p.43)

Ponto importante o da Redução de risco de falha do negócio por falta de experiência, através do know-how concedido pelo franqueador o franqueado já inicia o negócio com modelos de atividades existentes, tem acesso aos manuais da franquia e ao treinamento estabelecido para a atividade comercial desempenhada. Conta com a assistência e suporte do franqueador periodicamente, podendo assim retirar qualquer dúvida e ter acesso aos novos métodos elaborados pelas pesquisas do franqueador e podendo usufruir da marca e dos objetos de propriedade intelectual durante o prazo do contrato, tem o direito de receber manuais e treinamentos para a equipe da unidade franqueada.

O franqueado consegue diversas vantagens se comparado ao empresário que abrirá um negócio do zero, objetivamente o seu maior benefício está em estabelecer um negócio já testado e consolidado e dispondo de assistência sempre que necessário por parte do franqueador, assim não restam dúvidas quanto à boa funcionalidade do negócio para ambas as partes.

3.1.3. Obrigações e Responsabilidades

Como em todo negócio e modelo contratual, existem os benefícios e vantagens a ser destacados, como também as obrigações e responsabilidades para a manutenção e cumprimento do ato contratual, portanto são obrigações e responsabilidades do franqueador :

A Disponibilização e envio ao franqueado dos manuais da franquia, contendo a forma de administrar a unidade, sendo sobre instalações, tecnologias, produtos e o modo de operação do negócio, deve ser claro e específico para o rigoroso controle de qualidade da franquia. Deve Promover a acessória ao franqueado periodicamente e quando solicitado, essa obrigação engloba desde as instalações da franquia, as formas de elaboração e execução da produção dos produtos, deve colaborar sobre treinamentos, assessorar sobre a publicidade da marca, características essas que se enquadram na função do franqueador de prestar assistência técnica e dar suporte ao franqueado.

O franqueador é obrigado a promover publicidade para a franquia, em forma de campanhas publicitárias visando maior notoriedade e divulgação da marca, deve programar pesquisas e desenvolvimentos para o constante melhoramento da franquia e de sua operação e constantemente monitorar as atividades desempenhadas pelo franqueado para que não fuja da padronização necessária da unidade, padrão de qualidade essencial que caracteriza o contrato de franquia empresarial é o uso do know-how de um franqueador

Os resultados obtidos com o negócio devem ser publicados pelo franqueador visando o entendimento de todos sobre os gastos e lucros obtidos, caindo dentro da cláusula de preço do contrato, onde todos os valores econômicos devem ser esclarecidos aos franqueados, a fim de entender as suas taxas e os seus *royalties* a ser pagos e por fim com todo o investimento implementado em seu negócio por meio dos franqueados, é obrigação do franqueador desenvolver e sugerir políticas e medidas para o aumento de desempenho das unidades, assim fortalecendo a empresa e a garantindo qualitativamente por mais tempo no mercado brasileiro ou global dos sistemas de franquia.

A partir do firmamento do contrato ambas as partes possuem seus deveres, dessa forma as principais obrigações e responsabilidades do franqueado são:

A de preservar e aplicar a política comercial da franquia, ou seja, deve obedecer rigorosamente as normas, manuais, cláusulas contratuais, perfil exigido, e procedimentos estabelecidos. Apresentar nas unidades franqueadas os métodos e procedimentos ensinados pelo franqueador, sendo assim deve replicar o *know-how* da empresa através dos manuais e treinamentos oferecidos pelo franqueador e acatar todos os requisitos contidos nestes.

Apresenta a obrigação de respeitar a concorrência imposta no contrato, seja ela no quesito de localização da unidade, como também no futuro partindo do pressuposto do franqueado não concorrer no mesmo segmento que o franqueador após o fim do contrato. Contém a responsabilidade muito clara e objetiva que é o adimplemento dos *royalties* e taxas ao franqueador nas datas combinadas.

A função primordial de operar e realizar a gestão da unidade franqueada, deve estar diretamente ligado a operação das atividades da franquia, pois apresenta a autorização do uso do negócio. A confidencialidade é uma das principais obrigações, pois deve o franqueado manter o sigilo do *know-how* da franquia, já que ele é tudo aquilo que constitui o modelo de negócio criado pelo franqueador e suas atividades, portanto tem a responsabilidade de não comercializar ou divulgar produtos não autorizados.

Não deve faltar a sua participação em reuniões e demandas exigidas pelo franqueador, dessa forma sempre mantendo contato com o mesmo e sendo monitorado por ele a administração da sua unidade de franquia. Já mostrado anteriormente deve o franqueado praticar com primazia os procedimentos comerciais ensinados pelo franqueador e por fim deve enviar os documentos e relatórios exigidos pelo mesmo. Como expresso no contrato deve informar detalhadamente o seu desempenho como franqueado, o que engloba as despesas, os lucros, ou seja, um balanço geral da unidade franqueada

Com a elucidação de todas as obrigações e responsabilidades do franqueador e do franqueado foi possível estabelecer o que deve ocorrer na relação

entre eles para o bom funcionamento do contrato, adiante é necessário o esclarecimento a respeito dos vínculos estabelecidos entre si.

3.2. RELAÇÃO ENTRE AS PARTES

A relação entre franqueador e franqueado foi discutida desde a criação da primeira legislação específica para reger o contrato de franquia, de modo que a Lei. 8955/94 estabeleceu certos parâmetros que caracterizava a relação e seus vínculos e até a ausência deles, com o advento do novo marco legal esses vínculos e relações foram expressamente definidos, sendo objetivamente previsto na atual legislação que a relação entre franqueador e franqueado é estritamente empresarial, portanto não caracteriza outros nexos entre si, cabendo assim explicar adiante os liames que se imaginavam ser consagrados no contrato de franquia e que por tempos foram debatidos até a promulgação da Lei 13.966/2019.

3.2.1. Da não relação de vínculo empregatício

A relação entre franqueador e franqueado é estabelecida desde o oferecimento da Circular de Oferta de Franquia, certamente ao analisar as informações contidas nela, ambas as partes ficam a par do vínculo que estão estabelecendo, um contrato de adesão de um negócio jurídico bilateral, portanto compreendem as características de tal contrato e ao observarem a legislação vigente se atentam ao fato de apenas ser estabelecida uma relação empresarial. Dessa forma o contrato de franquia de modo algum forma vínculo empregatício.

A relação entre franqueador e franqueado não apenas **não** forma vínculo empregatício entre eles, o que já constava da lei anterior, mas também **não** forja o mesmo vínculo entre o franqueador e os empregados do franqueado, mesmo que estes empregados estejam em período de treinamento e que o treinamento esteja sendo ministrado pelo franqueador e não pelo franqueado. O que a nova lei fez foi tão somente sedimentar entendimento que já vinha sendo aperfeiçoado pelos tribunais brasileiros ao longo dos 25 últimos anos. (CARNEIRO, 2020, p.91)

3.2.2. Da ausência de relação de consumo entre Franqueador e Franqueado

A partir do momento da constituição do contrato não existe a relação de consumo entre franqueador e o franqueado, é decisão expressa na Lei 13.966/2019 e majoritária entre a doutrina das cortes superiores brasileiras.

A Lei 13.966/2019 reproduziu dispositivo da revogada Lei 8.955/94, dispôs, em seu artigo primeiro, que a relação entre franqueador e franqueado não se reveste de caráter consumerista. Com efeito, o vínculo entre franqueador não se equivale à relação de consumo. O franqueado não é consumidor dos produtos ou serviços do franqueador. Do mesmo modo que não há vínculo trabalhista entre eles, franqueador e franqueado possuem relação de paridade. Ambos são empresários e encontram-se no mesmo patamar da relação jurídica contratual. (CARNEIRO, 2020, p.96)

Seguindo o mesmo enfoque da relação de vínculo empregatício, não deve existir entre as partes do contrato de *franchising* relação de mais poder em relação à outra parte, em teoria o franqueador possui mais força econômico, porém os termos do contrato definem muito bem a equidade entre eles, como deve ocorrer a operação de franquia e a forma contratual expressa que não existe relação de consumo entre eles, pois se isso ocorrer o franqueado poderia arguir contra o franqueador ser hipossuficiente e obter o auxílio do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990) e com ele dispor de diversos dispositivos para conflitar o franqueador sobre uma relação de consumidor que não existe, como discorrido anteriormente a relação entre franqueador e franqueado é apenas empresarial.

3.3. DA EXTINÇÃO CONTRATUAL

O contrato de franquia empresarial, como todos os instrumentos contratuais pode ser extinto, e as causas para essa extinção são: Pelo fim do prazo estabelecido entre as partes no ato contratual, através da execução condição resolutiva expressa no contrato, sendo exemplos como a falência ou recuperação judicial das partes, pode ser extinto por vontade de ambas as partes de não fazerem mais parte do negócio jurídico estabelecido entre eles e pela resolução contratual baseada nos atos praticados por uma das partes que impliquem no descumprimento das obrigações contratuais ou que ferem algum dispositivo legal.

É habitual o franqueador incluir cláusula resolutiva expressa no sentido de que o contrato de franquia se extinguirá automaticamente na hipótese de decretação da falência de uma das partes (é conhecida nos Estados Unidos como “cláusula *ipso facto* da insolvência” ou “*bankruptcy clause*”). Assim, a despeito do contemplado no artigo 117 da Lei 11.101/05, os contratos da falida seriam resolvidos de pleno direito com a decretação da quebra. A doutrina e a jurisprudência não são pacíficas quanto a sua licitude. Parte da doutrina (majoritária) tem reconhecido a sua validade; enquanto outra parte (minoritária) tem entendimento em sentido contrário. (REDECKER, 2020, p.177)

São exemplos de obrigações não cumpridas que acarretem na extinção do contrato: A falta da entrega da COF extingue o contrato, a falta de informações ou estas falsas na Circular de Oferta de Franquia acarretam a nulidade ou anulabilidade do contrato como já mostrado no estudo, com diversas outras consequências, a falta de cumprimento com as datas de pagamentos dos *royalties*, são exemplos de obrigações não cumpridas que podem extinguir o contrato.

A causa de extinção mais comum é o fim do prazo ajustado entre franqueador e franqueado, podendo ocorrer a sua renovação através do acordo entre as partes ou através de uma cláusula de renovação automática que é legalmente aceita. Caso não haja cláusula em contrário estipulada entre as partes, essas podem extinguir o contrato por livre e espontânea vontade, sendo necessário unicamente o aviso prévio comunicando a intenção de findar o negócio sem necessidade de fundamentar a decisão, portanto existem diversas formas de extinguir o contrato de franquia empresarial, prezando sempre pela legalidade e obedecendo a vontade das partes.

CONCLUSÃO

Desde os primeiros conceitos na frança antiga, passando pelo desenvolvimento das máquinas da *Singer CO* e chegando a grande revolução gerada pelo *Mc Donald's*, as franquias apresentavam sinais de ser um modelo mercantil bastante promissor, décadas mais tarde é possível a afirmação de que é um modelo consolidado, com diversas ramificações e complexidades que geram debates desde a parte econômica até aos aspectos jurídicos.

A presente pesquisa abordou fundamentalmente o contrato que estabelece o negócio de franquia empresarial, desde a sua evolução histórica até os moldes atuais com o advento de novas legislações e normas gerais, o estudo vislumbrou tanto os aspectos e características da sua forma de constituição e aplicação quanto à elucidação e reflexão sobre as partes e relações do contrato, na forma do franqueador e do franqueado.

Neste trabalho foi buscado esboçar um entendimento sobre o negócio jurídico de maneira geral e de forma detalhada dentre esses negócios, o contrato de franchising. Através da pesquisa contida no escopo do projeto é garantido ao leitor o ensinamento necessário a respeito desse contrato, o objetivo primordial do projeto foi que o leitor o qual tenha acesso a esse conteúdo consiga de forma precisa entender todos os dispositivos e componentes que permeiam a parte jurídica de uma franquia e como discorrido durante o estudo é uma modalidade mercantil que agrega grande capital e distribuição de bens e serviços no país e no mundo, são milhares de redes e que apenas de olhar para uma logomarca remete ao produto produzido por aquela empresa, garantindo assim o *Know-how* da franquia e o seu valor como negócio.

Por todas essas características e impactos foi necessário esclarecer a sua evolução histórica, os seus meios de formação e a relação franqueador e franqueado, ou seja, as partes do ato contratual. Dentre as configurações de direitos e obrigações é preciso destacar de modo específico e claro que as partes não apresentam relação de consumo e relação trabalhista, restando apenas uma relação empresarial ente eles, pontos importantes que esclarecem diversas problematizações a serem geradas por essa falta de entendimento, como a boa-fé deve estar presente em todo o contrato, o segundo passo é compreender sobre o ato contratual que esta se firmando, discorrer sobre os benefícios e obrigações desse contrato revelam o quão interessante ele

representa para os investidores, de forma que o projeto visou primordialmente conectar o conhecimento sobre as franquias no âmbito jurídico até o leitor.

Através de todo o embasamento adquirido e discorrido, conclui-se que o contrato de franquia empresarial apresentou diversas inovações durante as décadas de funcionamento, e no Brasil o seu marcos foram a Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994 e a Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019, são as principais normas reguladoras do contrato e que determinaram a direção dessa pesquisa, por fim cabe ressaltar por mais uma vez a importância das franquias para o mundo, na forma econômica e social e graças a essa grande valia se fez necessária uma forma contratual que garanta segurança jurídica para as empresas, por isso esse estudo foi à análise por completo do contrato de franquia empresarial.

REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING. **Números do Franchising/ Desempenho do setor**. 2020.
- BRASIL. **Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal.
- BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Brasília, DF.
- BRASIL. **Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994**. Brasília, DF.
- BRASIL. **Lei nº 9.307, de 23 de Setembro de 1996**. Brasília, DF.
- BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, Brasília, DF.
- BRASIL. **Lei nº 11.101, de 09 de fevereiro de 2005**. Brasília, DF.
- BRASIL. **Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019**. Brasília, DF.
- CARNEIRO, Thiago Jabur. **Franquia: Análises econômicas e jurídicas à luz do novo diploma Legal**. 1. Ed; Rio de Janeiro: Lúmen Júris, 2020.
- HENRIQUES, Antonio; MEDEIROS, João Bosco, **Metodologia científica na pesquisa jurídica**. 9. Ed, São Paulo, Atlas, 2017.
- REDECKER, Ana Cláudia. **Franchising**. 2. Ed; rev; atual, ampl. Curitiba: Appris, 2020.
- SANTA CRUZ, André. **Direito Empresarial: Volume Único**. 10. Ed, Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2020.
- SANTOS, Alexandre David. **Comentários a nova Lei de franquia: Lei nº 13.966/2019**. 1. Ed, São Paulo: Almedina, 2020.

ANEXOS

ANEXO I - LEI Nº 13.966, DE 26 DE DEZEMBRO DE 2019

Dispõe sobre o sistema de franquia empresarial e revoga a Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994 (Lei de Franquia).

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Esta Lei disciplina o sistema de franquia empresarial, pelo qual um franqueador autoriza por meio de contrato um franqueado a usar marcas e outros objetos de propriedade intelectual, sempre associados ao direito de produção ou distribuição exclusiva ou não exclusiva de produtos ou serviços e também ao direito de uso de métodos e sistemas de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvido ou detido pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem caracterizar relação de consumo ou vínculo empregatício em relação ao franqueado ou a seus empregados, ainda que durante o período de treinamento.

§ 1º Para os fins da autorização referida no **caput**, o franqueador deve ser titular ou requerente de direitos sobre as marcas e outros objetos de propriedade intelectual negociados no âmbito do contrato de franquia, ou estar expressamente autorizado pelo titular.

§ 2º A franquia pode ser adotada por empresa privada, empresa estatal ou entidade sem fins lucrativos, independentemente do segmento em que desenvolva as atividades.

Art. 2º Para a implantação da franquia, o franqueador deverá fornecer ao interessado Circular de Oferta de Franquia, escrita em língua portuguesa, de forma objetiva e acessível, contendo obrigatoriamente:

I - histórico resumido do negócio franqueado;

II - qualificação completa do franqueador e das empresas a que esteja ligado, identificando-as com os respectivos números de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

III - balanços e demonstrações financeiras da empresa franqueadora, relativos aos 2 (dois) últimos exercícios;

IV - indicação das ações judiciais relativas à franquia que questionem o sistema ou que possam comprometer a operação da franquia no País, nas quais sejam parte o franqueador, as empresas controladoras, o subfranqueador e os titulares de marcas e demais direitos de propriedade intelectual;

V - descrição detalhada da franquia e descrição geral do negócio e das atividades que serão desempenhadas pelo franqueado;

VI - perfil do franqueado ideal no que se refere a experiência anterior, escolaridade e outras características que deve ter, obrigatória ou preferencialmente;

VII - requisitos quanto ao envolvimento direto do franqueado na operação e na administração do negócio;

VIII - especificações quanto ao:

a) total estimado do investimento inicial necessário à aquisição, à implantação e à entrada em operação da franquia;

b) valor da taxa inicial de filiação ou taxa de franquia;

c) valor estimado das instalações, dos equipamentos e do estoque inicial e suas condições de pagamento;

IX - informações claras quanto a taxas periódicas e outros valores a serem pagos pelo franqueado ao franqueador ou a terceiros por este indicados, detalhando as respectivas bases de cálculo e o que elas remuneram ou o fim a que se destinam, indicando, especificamente, o seguinte:

a) remuneração periódica pelo uso do sistema, da marca, de outros objetos de propriedade intelectual do franqueador ou sobre os quais este detém direitos ou, ainda, pelos serviços prestados pelo franqueador ao franqueado;

b) aluguel de equipamentos ou ponto comercial;

c) taxa de publicidade ou semelhante;

d) seguro mínimo;

X - relação completa de todos os franqueados, subfranqueados ou subfranqueadores da rede e, também, dos que se desligaram nos últimos 24 (vinte quatro) meses, com os respectivos nomes, endereços e telefones;

XI - informações relativas à política de atuação territorial, devendo ser especificado:

a) se é garantida ao franqueado a exclusividade ou a preferência sobre determinado território de atuação e, neste caso, sob que condições;

b) se há possibilidade de o franqueado realizar vendas ou prestar serviços fora de seu território ou realizar exportações;

c) se há e quais são as regras de concorrência territorial entre unidades próprias e franqueadas;

XII - informações claras e detalhadas quanto à obrigação do franqueado de adquirir quaisquer bens, serviços ou insumos necessários à implantação, operação ou administração de sua franquia apenas de fornecedores indicados e aprovados pelo franqueador, incluindo relação completa desses fornecedores;

XIII - indicação do que é oferecido ao franqueado pelo franqueador e em quais condições, no que se refere a:

a) suporte;

b) supervisão de rede;

c) serviços;

d) incorporação de inovações tecnológicas às franquias;

e) treinamento do franqueado e de seus funcionários, especificando duração, conteúdo e custos;

f) manuais de franquia;

g) auxílio na análise e na escolha do ponto onde será instalada a franquia; e

h) leiaute e padrões arquitetônicos das instalações do franqueado, incluindo arranjo físico de equipamentos e instrumentos, memorial descritivo, composição e croqui;

XIV - informações sobre a situação da marca franqueada e outros direitos de propriedade intelectual relacionados à franquia, cujo uso será autorizado em contrato pelo franqueador, incluindo a caracterização completa, com o número do registro ou do pedido protocolizado, com a classe e subclasse, nos órgãos competentes, e, no caso de cultivares, informações sobre a situação perante o Serviço Nacional de Proteção de Cultivares (SNPC);

XV - situação do franqueado, após a expiração do contrato de franquia, em relação a:

a) **know-how** da tecnologia de produto, de processo ou de gestão, informações confidenciais e segredos de indústria, comércio, finanças e negócios a que venha a ter acesso em função da franquia;

b) implantação de atividade concorrente à da franquia;

XVI - modelo do contrato-padrão e, se for o caso, também do pré-contrato-padrão de franquia adotado pelo franqueador, com texto completo, inclusive dos respectivos anexos, condições e prazos de validade;

XVII - indicação da existência ou não de regras de transferência ou sucessão e, caso positivo, quais são elas;

XVIII - indicação das situações em que são aplicadas penalidades, multas ou indenizações e dos respectivos valores, estabelecidos no contrato de franquia;

XIX - informações sobre a existência de cotas mínimas de compra pelo franqueado junto ao franqueador, ou a terceiros por este designados, e sobre a possibilidade e as condições para a recusa dos produtos ou serviços exigidos pelo franqueador;

XX - indicação de existência de conselho ou associação de franqueados, com as atribuições, os poderes e os mecanismos de representação perante o franqueador, e detalhamento das competências para gestão e fiscalização da aplicação dos recursos de fundos existentes;

XXI - indicação das regras de limitação à concorrência entre o franqueador e os franqueados, e entre os franqueados, durante a vigência do contrato de franquia, e detalhamento da abrangência territorial, do prazo de vigência da restrição e das penalidades em caso de descumprimento;

XXII - especificação precisa do prazo contratual e das condições de renovação, se houver;

XXIII - local, dia e hora para recebimento da documentação proposta, bem como para início da abertura dos envelopes, quando se tratar de órgão ou entidade pública.

§ 1º A Circular de Oferta de Franquia deverá ser entregue ao candidato a franqueado, no mínimo, 10 (dez) dias antes da assinatura do contrato ou pré-contrato de franquia ou, ainda, do pagamento de qualquer tipo de taxa pelo franqueado ao franqueador ou a empresa ou a pessoa ligada a este, salvo no caso de licitação ou pré-qualificação promovida por órgão ou entidade pública, caso em que a Circular de Oferta de Franquia será divulgada logo no início do processo de seleção.

§ 2º Na hipótese de não cumprimento do disposto no § 1º, o franqueado poderá arguir anulabilidade ou nulidade, conforme o caso, e exigir a devolução de todas e quaisquer quantias já

pagas ao franqueador, ou a terceiros por este indicados, a título de filiação ou de **royalties**, corrigidas monetariamente.

Art. 3º Nos casos em que o franqueador subloque ao franqueado o ponto comercial onde se acha instalada a franquia, qualquer uma das partes terá legitimidade para propor a renovação do contrato de locação do imóvel, vedada a exclusão de qualquer uma delas do contrato de locação e de sublocação por ocasião da sua renovação ou prorrogação, salvo nos casos de inadimplência dos respectivos contratos ou do contrato de franquia.

Parágrafo único. O valor do aluguel a ser pago pelo franqueado ao franqueador, nas sublocações de que trata o **caput**, poderá ser superior ao valor que o franqueador paga ao proprietário do imóvel na locação originária do ponto comercial, desde que:

I - essa possibilidade esteja expressa e clara na Circular de Oferta de Franquia e no contrato; e

II - o valor pago a maior ao franqueador na sublocação não implique excessiva onerosidade ao franqueado, garantida a manutenção do equilíbrio econômico-financeiro da sublocação na vigência do contrato de franquia.

Art. 4º Aplica-se ao franqueador que omitir informações exigidas por lei ou veicular informações falsas na Circular de Oferta de Franquia a sanção prevista no § 2º do art. 2º desta Lei, sem prejuízo das sanções penais cabíveis.

Art. 5º Para os fins desta Lei, as disposições referentes ao franqueador ou ao franqueado aplicam-se, no que couber, ao subfranqueador e ao subfranqueado, respectivamente.

Art. 6º (VETADO).

Art. 7º Os contratos de franquia obedecerão às seguintes condições:

I - os que produzirem efeitos exclusivamente no território nacional serão escritos em língua portuguesa e regidos pela legislação brasileira;

II - os contratos de franquia internacional serão escritos originalmente em língua portuguesa ou terão tradução certificada para a língua portuguesa custeada pelo franqueador, e os contratantes poderão optar, no contrato, pelo foro de um de seus países de domicílio.

§ 1º As partes poderão eleger juízo arbitral para solução de controvérsias relacionadas ao contrato de franquia.

§ 2º Para os fins desta Lei, entende-se como contrato internacional de franquia aquele que, pelos atos concernentes à sua conclusão ou execução, à situação das partes quanto a nacionalidade ou domicílio, ou à localização de seu objeto, tem liames com mais de um sistema jurídico.

§ 3º Caso expresse o foro de opção no contrato internacional de franquia, as partes deverão constituir e manter representante legal ou procurador devidamente qualificado e domiciliado no país do foro definido, com poderes para representá-las administrativa e judicialmente, inclusive para receber citações.

Art. 8º A aplicação desta Lei observará o disposto na legislação de propriedade intelectual vigente no País.

Art. 9º Revoga-se a Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994 (Lei de Franquia).

Art. 10. Esta Lei entra em vigor após decorridos 90 (noventa) dias de sua publicação oficial.

Brasília, 26 de dezembro de 2019; 198º da Independência e 131º da República.

JAIR MESSIAS BOLSONARO

Paulo Guedes

Este texto não substitui o publicado no DOU de 27.12.2019