

NAYRA ROSA JACINTO ARAUJO

**FRANQUIA NO BRASIL: relações com o Direito Empresarial e a
nova instrumentalização dada pela Lei 13966/2019**

CURSO DE DIREITO - UNIEVANGÉLICA
2020

NAYRA ROSA JACINTO ARAUJO

**FRANQUIA NO BRASIL: relações com o Direito Empresarial e a
nova instrumentalização dada pela Lei 13966/2019**

Projeto de monografia apresentado ao Núcleo de Trabalho de Curso da UniEVANGÉLICA, como exigência parcial para obtenção do grau de bacharel em Direito, sob a orientação do Prof. M.e Eumar Evangelista de Menezes Júnior.

ANÁPOLIS – 2020

NAYRA ROSA JACINTO ARAUJO

**FRANQUIA NO BRASIL: relações com o Direito Empresarial e a
nova instrumentalização dada pela Lei 13966/2019**

Anápolis, ____ de _____ de 2020.

BANCA EXAMINADORA

Dedico este trabalho de conclusão da graduação primeiramente a Deus o qual me deu forças e capacidade para desenvolver esse projeto de forma satisfatória, a minha mãe que sempre realizou inúmeros sacrifícios para eu poder chegar onde estou, E, por fim, ao meu orientador Eumar Evangelista de M. Júnior, o qual com bastante dedicação me orientou durante toda a elaboração da obra.

RESUMO

Esse trabalho monográfico tem por finalidade o aprofundamento da questão sobre a franquia no Brasil: relações com o direito empresarial e a nova instrumentalização dada pela Lei 13966/2019, tendo por objetivo apresentar o alcance de regularização do direito empresarial no contrato de franquia, caracterizar o contrato de franquia, sua elaboração e instrumentalização, narrar o surgimento no Brasil, apresentar os autores envolvidos, estudar e instrumentalizar a nova roupagem do contrato de franquia com a redação da Lei 13966 de 2019. Para que o mesmo se pautasse do êxito esperado, adotou-se uma metodologia de trabalho em que foram realizadas consultas em obras existentes e que versam fartamente sobre o assunto abordado.

Palavras-chave: Contratos de Franquia, instrumentalização da lei, franquia no Brasil.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	01
CAPÍTULO I – DIREITO EMPRESARIAL BRASILEIRO APLICADO AOS CONTRATOS DE FRANQUIA	02
1.1 Conjuntura material do Direito Empresarial	02
1.2 Áreas e subáreas	04
1.3 Contratos Mercantis e o alcance do Direito Empresarial	05
CAPÍTULO II – CONTRATO DE FRANQUIA APLICADO NO BRASIL	11
2.1 Definição, conceitos e história	12
2.2 Natureza Jurídica	15
2.3 Autores envolvidos	16
2.4 Instrumentalização gravadas pela Lei 8955/1994	17
2.5 Reformas	19
CAPÍTULO III – REMODELAGEM DO CONTRATO DE FRANQUIA – APLICABILIDADE DA LEI 13966/2019	21
3.1 Desenho jurídico da Lei 13966/2019	22
3.2 Análise comparativa Lei 8955/1994 x Lei 13966/2019	25
3.3 Remodelagem do Contrato de Franquia	27
3.4 Instrumentalização	29
CONCLUSÃO	31
REFERÊNCIAS	32

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo analisar e estudar a redação dada pela Lei 13966 de 2019 e instrumentalizar a nova roupagem jurídica do Contrato de Franquias no Brasil.

Desse modo, no primeiro capítulo foi realizado um estudo sobre a conjuntura material do direito empresarial perpassando pelas suas áreas e subáreas, bem como o alcance do direito empresarial nos contratos mercantis.

Em continuidade, no segundo capítulo, foi abordada Definição, conceitos e história, natureza jurídica, autores envolvidos, instrumentalização gravadas pela Lei 8955/1994, reformas.

Por fim, no último capítulo, discorreu-se sobre desenho jurídico da Lei 13966/2019, análise comparativa Lei 8955/1994 x Lei 13966/2019, remodelagem do Contrato de Franquia, instrumentalização.

A pesquisa é relevante pois elucida em linhas gerais uma análise detalhada de uma nova Lei de Franquias, vigorada em 2019 que revoga a anterior de 1994, que se mostrou ultrapassada e impossibilitada de dar o devido suporte em consonância com a conjuntura material explícita na Lei, relativo ao exacerbado crescimento das franquias no Brasil.

CAPÍTULO I - DIREITO EMPRESARIAL BRASILEIRO APLICADO AOS CONTRATOS DE FRANQUIA

Esse capítulo irá explanar detalhadamente a conjuntura da aplicabilidade do Direito Empresarial Brasileiro aos Contratos de Franquia e a nova instrumentalização dada pela Lei 13966/2019.

Nas entrelinhas serão apresentadas, uma conjuntura material do Direito Empresarial, suas áreas e subáreas, concluindo com a análise dos Contratos Mercantis e o alcance do Direito Empresarial.

1.1 Conjuntura Material do Direito Empresarial

O Direito Empresarial caracteriza-se pelas regras jurídicas que envolvem a exploração profissional de atividade econômica organizada, para a produção e circulação de bens e serviços.

As normas que regem o Direito Empresarial estão contidas no Código Civil em seu artigo 966 e 1.195 Livro II do “Direito de Empresa”, onde de acordo com André Luiz Santa Ruz Ramos, 2016, essas normas conceituam o empresário, estabelece requisitos para o exercício de empresa individual, regem as sociedades empresariais, além de tratar do nome empresarial e de seu estabelecimento. De acordo com Tarcísio Teixeira:

Pode-se dizer que Direito Empresarial é o mesmo que Direito Comercial, porém, em uma versão mais ampla e moderna, já que a partir do Código Civil de 2002, com a adoção da teoria da empresa, passou-se a abranger qualquer exercício profissional de atividade econômica organizada (exceto a de natureza intelectual) para a produção ou circulação de bens ou de serviços, diferenciando-se do regime anterior (Código Comercial de 1850), que adotava a teoria dos atos de comércio. (2018, p. 44)

Em um primeiro momento, alcançava-se uma aceção primária em relação ao Direito Empresarial, onde as relações econômicas se baseavam somente entre trocas, logo após, decorrente de uma intensificação nestas trocas, houve o estímulo para a produção de bens destinados á venda, resultando através dessas atividades o comércio. A ausência de normas específicas para o comércio foi determinante para a elaboração de uma conjuntura de regras, caracterizando-se o Direito Comercial como um ramo do Direito, tendo sua delimitação de incidência baseado no sistema francês, pela teoria dos atos de comércio, onde um explorador de atividade econômica que o direito considerava um ato de comércio, submetia-se as obrigações do Código Comercial, passando a usufruir de sua proteção. Logo após, a teoria dos atos de comércio tornou-se insuficiente como disciplina jurídica para o Direito Comercial, dando um espaço para a teoria da empresa, onde o Direito Comercial deixa as atividades de mercancia e passa a disciplinar circulações de bens e serviços, uma forma empresarial. Como se pode verificar, com a vigência do Código Civil de 2002, revogou-se a primeira parte do Código Comercial de 1850, onde a partir disso o Direito Empresarial deixou de ser a principal fonte do Direito Comercial passando a ser regulado pelo Código Civil, resultando assim em sua maior abrangência nas relações jurídicos empresariais, determinando a invenção de letra de câmbio, cheques, cartões de crédito. (TEIXEIRA, 2018).

O Direito Empresarial traz regras assentadas em principiologia baseadas na livre iniciativa, ensejada no artigo 170 Constituição Federal, onde constitui a liberdade titulada não apenas da empresa, mas também do trabalho. Na liberdade de concorrência, onde o Estado o defende criando órgãos como o CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) e, ainda as agências reguladoras. Na preservação da empresa, regida pela Lei 11.101/2005, devendo limitar-se às situações em que o próprio mercado espontaneamente,

encontra soluções para a crise econômica de um agente econômico, em bases consensuais. E por fim na garantia e defesa da propriedade privada, forma assim o conjunto com a livre iniciativa e a livre concorrência, a tríade que dá sustentação ao direito empresarial.

Em consonância com o que fora apresentado, nota-se que a principal função do Direito Empresarial é a superação de conflitos de interesses envolvendo empresários ou relacionados às empresas que exploram, tendo áreas e subáreas que serão explanadas a seguir.

1.2 Áreas e Subáreas

A matéria jurídica ensejada na legislação explana preliminarmente a definição acerca do sistema de Franquia Empresarial, o qual se regula por O Direito Empresarial tem aplicação em diversas áreas, todas envolvendo um aspecto específico da atividade empresarial, como o Direito Societário, Direito Falimentar, Direito Industrial, Direito Cambiário, Direito Concorrencial, Direito Bancário, Direito do Mercado de Capitais, Direito Marítimo, Direito Securitário e por fim o Direito do Consumidor.

Em virtudes dessas considerações, cai a lanço verificarmos detalhadamente cada área elencada ao ensejo doutrinário do ilustríssimo Tarcísio Teixeira:

- 1) Direito Societário – trata dos vários tipos de sociedades empresariais (anônima, limitada etc.);
- 2) Direito Falimentar – cuida da recuperação judicial e extrajudicial e da falência de empresários individuais e sociedades empresárias;
- 3) Direito Industrial (propriedade industrial) – regula as marcas, as patentes, os desenhos industriais etc.;
- 4) Direito Cambiário – cuida dos títulos de crédito (cheque, duplicata, nota promissória etc.);
- 5) Direito Concorrencial – trata da concorrência leal entre as empresas, inibindo abusos econômicos e condutas desleais;
- 6) Direito Bancário – cuida do sistema financeiro, especialmente no âmbito privado;
- 7) Direito do Mercado de Capitais – regula o mercado de valores mobiliários: ações e derivativos comercializados em bolsas;
- 8) Direito Marítimo – trata das regras sobre embarcações, fretamento, naufrágio, direitos e obrigações dos oficiais e da

tripulação etc.; 9) Direito Securitário – estabelece as regras sobre seguros de pessoas e de coisas (seguro de vida, seguro de automóvel etc.). Direito do Consumidor, O direito do consumidor é o conjunto de regras e princípios jurídicos que trata das relações de consumo, isto é, as relações existentes entre o consumidor e o fornecedor de bens ou de serviços. (2018, p. 56)

Há também uma relação do Direito Empresarial com os outros ramos autônomos do Direito, que dão cobertura ainda que indiretamente nas atividades empresariais. Vejamos o entendimento de Tarcísio Teixeira, a respeito destes ramos:

Direito Constitucional – é a Constituição Federal que trata da ordem econômica, assegurando a todos o livre exercício para empreender em qualquer atividade econômica lícita, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei (p.ex., bancos e seguradoras);

Direito Civil – é o ramo que estabelece os conceitos de pessoa natural e pessoa jurídica, bens, obrigações, contratos em geral, atos unilaterais, propriedade etc. (todos utilizados pelo Direito Empresarial);

Direito Tributário – a atividade empresarial é fonte de recursos para o Estado; os negócios e os resultados das empresas são fatores de incidência tributária e de arrecadação, que, por sua vez, são objetos do Direito Tributário;

Direito Penal – muitos crimes podem ser praticados por empresários ou por seus representantes, como os crimes falimentares, a lavagem de dinheiro, os crimes contra a ordem econômica;

Direito do Trabalho – este ramo visa a proteger a relação de trabalho e de emprego. No entanto, às vezes, o empresário procura mascarar essa relação, por exemplo, com contratos de representação comercial autônoma, de sócios minoritários, de cooperativas etc. Assim atua para verificar eventuais distorções nas relações de trabalho na atividade empresarial;

Direito Processual – fornece instrumentos para que o empresário possa alcançar suas pretensões (p.ex., ação renovatória de locação de imóvel do estabelecimento empresarial, recuperação de empresas, execução de títulos de crédito);

Direito Econômico – o Estado pode ser um agente econômico direto (quando há um mercado relevante não explorado pela iniciativa privada) e, ao mesmo tempo, é o tutor da atividade empresarial por meio da regulação com normas (para preservar o mercado);

Direito do Consumidor – nas relações de consumo (entre consumidor e fornecedor), normalmente em uma das pontas está o empresário; é nesse campo que estão as disposições sobre responsabilidades e obrigações do fornecedor (p.ex.,

responsabilidade por defeito do produto, prazos de garantia).
(2018, p. 57)

Mediante todo o exposto, pode se notar que o campo de atuação do Direito Empresarial é vastíssimo, cada área conceituada contribui para a regularização do exercício da atividade econômica organizada.

1.3 Contratos Mercantis e o Alcance do Direito Empresarial

Os contratos mercantis são celebrados entre empresários no desenvolvimento de sua atividade econômica, como ato de encontro de vontades, afim de constituir, regularizar ou extinguir uma relação jurídica de natureza patrimonial, cujo objeto é um ato do comércio.

O ensejo doutrinário de Caio Mário da Silva Pereira, (2017, p. 7) exemplifica o conceito de contrato no âmbito jurídico, como um acordo celebrado entre as partes, vejamos:

“Contrato é um acordo de vontades, na conformidade da lei, e com a finalidade de adquirir, resguardar, transferir, conservar, modificar ou extinguir direitos”, ou ainda, de forma mais sucinta, “o acordo de vontades com a finalidade de produzir efeitos jurídicos.”

De acordo com Ana Paula Forgioni, (2010, p. 29), sua definição para Contratos Empresariais se baseia na busca do lucro pelos polos empresariais, vejamos seu entendimento:

“Identificamos os contratos empresariais como aqueles em que ambos (ou todos) os polos da relação tem sua atividade movida pela busca do lucro. É preciso reconhecer esse fato imprime viés totalmente peculiar aos negócios jurídicos entre empresários.”

O Código Civil Brasileiro disciplina a matéria de contratos na Parte Especial, Livro I, sendo que no Título V trata “Dos Contratos em Geral” e Título VI disciplina “Das Várias Espécies de Contratos”.

Como se pode verificar, o Código Empresarial encontra-se inserido no novo Código Civil, por isso a maioria das espécies de contrato são comuns a ambos, porém as relações mercantis são baseadas nos princípios do direito

empresarial por ser uma categoria autônoma, possuem peculiaridades que fazem com que suas regras interpretativas sejam distintas das demais categorias contratuais, mesmo do contrato civil.

Os Contratos Empresariais se submetem a uma série de princípios, que são regidos pelo Código Civil, em uma definição clássica, proposta por Antônio Bandeira de Mello, (2014, p. 451) “Conceitua-se os princípios contratuais Empresariais como sendo mandamentos nucleares de um sistema.”

Dentre esses princípios se encontram o princípio da autonomia de vontade, princípio da atipicidade dos Contratos Empresariais, princípio do consensualismo, princípio da relatividade, princípio da força obrigatória, e por fim o princípio da boa-fé. Portanto vejamos a finalidade de cada princípio.

O Princípio da autonomia de vontade, regido pelo Código Civil em seu artigo 42, o qual assegura às pessoas a liberdade de contratar, respeitando a função social do contrato, sendo livres para escolher com quem vai contratar; Princípio da atipicidade dos Contratos Empresariais, elencado no artigo 425 do Código Civil, onde os contratantes são livres para celebrar qualquer tipo de contrato, adaptando a cada necessidade de negociação; Princípio do consensualismo, se baia no acordo de vontade entre as partes; Princípio da relatividade, onde os efeitos da relação contratual ocorrem somente entre as partes contratantes, não produzindo efeitos perante terceiros; Princípio da força obrigatória, Cláusula Pacta Sunt Servanda, os direitos e deveres assumidos valem como lei entre as partes, impossibilitando as partes de alterarem as condições acordadas; Princípio da Boa-Fé, regida pelo artigo 422, onde os contratantes devem observar o princípio da boa-fé desde as negociações preliminares até a conclusão do contrato, tanto a boa-fé objetiva quanto a subjetiva.

Há muitas espécies de contratos empresariais como os contratos de alienação fiduciária, o de promessa de compra e venda, mandato mercantil, de

transporte, gestão de negócio, o de comissão, o de mútuo mercantil, o de seguro, o de fiança mercantil, o de *know-how*, o de *franchising*, os relacionados ao depósito e contratos bancários, além do contrato de compra e venda mercantil.

Cumpre analisarmos detalhadamente cada espécie que ensejam esses contratos, começando pela a alienação fiduciária, regulamentada de acordo com a Lei nº 9514/97, que assegura o acesso a operações de empréstimo ou financiamento tanto para pessoa física quanto jurídica.

Promessa de compra e venda, é um contrato pelo qual a parte se compromete com a transferência de um bem de um contratante a outro, Maria Helena Diniz, define o contrato de promessa de compra e venda como:

“O contrato pelo qual o compromitente vendedor obriga-se a vender ao compromissário comprador determinado imóvel, pelo preço, condições e modos avençados, outorgando-lhe a escritura definitiva assim que ocorrer o adimplemento da obrigação, por outro lado, o compromissário comprador, por sua vez ao pagar o preço e satisfazer todas as condições estipuladas no contrato, tem direito real sobre o imóvel, podendo reclamar outorga da escritura definitiva, ou sua adjudicação compulsória, havendo recusa por parte do compromitente vendedor ou de terceiro a quem os direitos deste foram cedidos”. (2002, p. 25)

Mandado Mercantil, regulamentado pelo Código Civil em seu artigos 653 à 691, caracteriza-se no contrato em que o mandatário se obriga a praticar certos atos negociais em nome e por conta do mandante.

Contrato de Transporte, configura-se tanto como contrato de transporte de pessoas, como de coisas, mediante pagamento de um preço. É um contrato bilateral, consensual, oneroso e comutativo, que geram obrigações para ambas as partes.

Contrato de Gestão de Negócio, elencada nos artigos 861 a 875 do Código Civil, caracteriza-se pela intervenção, de um gestor de negócios na direção dos negócios de um outro gestor, feita segundo o interesse, a vontade

presumível e por conta desta última; é a administração oficiosa de interesses alheios, feita sem procuração.

Contrato de Comissão, trata-se de um contrato bilateral, consensual e oneroso, onde caracteriza-se pelo instrumento jurídico o qual o comitente contrata, através de remuneração correspondente, alguém que recebe o nome de comissário para que este último realize a compra ou a venda de bens no próprio nome, mas, contudo, a expensas e proveito do comitente.

Contrato de Mútuo Mercantil, disciplinado pelo artigo 586 do Código Civil, é um contrato real que baseia-se no empréstimo de coisa fungível e consumível ao mutuário, que por sua vez deverá restituir ao mutuante coisa do mesmo gênero, qualidade e quantidade. Por meio do contrato de mútuo se transfere o domínio da coisa emprestada ao mutuário, o qual fica responsável por todos os riscos desde a tradição.

Contrato de Seguro, encontra-se disciplinado no artigo 757 do Código Civil, onde caracteriza-se como um contrato de natureza bilateral, oneroso e aleatório, em que uma das partes se obriga com a outra, mediante um pagamento.

Contrato de Fiança Mercantil, classifica-se nas obrigações firmadas entre as partes afim de a satisfazer a obrigação ou o débito do devedor comerciante, caso este não pague seu compromisso, e desde que a obrigação derive de causa comercial.

Contrato de know-how, de acordo com para foi introduzido no Brasil com a finalidade de regular as transferências de tecnologias do país e assim auxiliar a indústria no seu desenvolvimento (GARCIA ,2012).

Tal contrato caracteriza-se pela permissão de conhecimentos, tecnologias, dados, podendo serem feitas de forma onerosa ou gratuita, podendo as informações serem protegidas como segredo empresarial. Consoante Carlos Eduardo Neves de Carvalho:

“O contrato de know-how é aquele em que uma pessoa, física ou jurídica se obriga a transmitir ao outro contraente, para que este os aproveite, os conhecimentos que tem de processo especial de fabricação, de fórmulas secretas, de técnicas ou de práticas originais, durante certo tempo, mediante o pagamento de determinada quantia, chamada de royalty (taxa fixa de remuneração, estipulada livremente entre os contratantes.” (2014, P. 33)

O contrato de franchising, constitui-se como regras jurídicas permissivas afim de o franqueador ceder sua marca, e ao franqueado de explorá-la, segundo Sebastião José Roque, (2012, P. 15):

Sob a ótica empresarial, trata-se de um método de distribuição de produtos e/ou serviços através de parcerias entre empresas, que trocam suas experiências e competências desenvolvidas relacionadas a esses produtos.

O contrato de depósito é regido pelo artigo 627 do Código Civil, caracteriza se como sendo uma relação de confiança, onde o depositário confia ao depositante a confiança de um bem. Diante disso, Carlos Roberto Gonçalves, (2012, p. 1496) discorre que:

Depósito é o contrato em que uma das partes, nomeada depositário, recebe da outra, denominada depositante, uma coisa móvel, para guardá-la, com a obrigação de restituí-la na ocasião ajustada ou quando lhe for reclamada.

Contratos bancários, relativo ao fato jurídico propulsor da relação jurídica obrigacional bancária, caracterizando-se pelas regras e princípios que visam a regulamentação da atividade bancária e demais instituições financeiras.

Contrato de compra e venda mercantil, refere-se ao contrário bilateral, baseado na transferência do domínio de determinada coisa pela qual a parte deveras pagar um preço certo. De acordo com Tarcísio Teixeira, (2018, p. 425):

A compra e venda empresarial é aquela em que o objeto da negociação está relacionado à atividade econômica organizada e exercida profissionalmente pelo empresário.

Como se pode verificar, há diversas espécies de Contratos Empresariais criados dia após dia baseados na liberdade e autonomia privada, que regulam as relações jurídicas comerciais.

Ao ensejo de conclusão deste item, em consonância com todo o acatado, cai a lanço esclarecermos a extinção dos Contratos Mercantis, que podem se findar por vários motivos, como o cumprimento da obrigação ou não cumprimento por impossibilidade do cumprimento, presentes nos casos fortuitos e força maior, além das extinções por cláusula resolutive, o pacto comissário, por excesso de onerosidade, por rescisão (declaração de vontade), por rescisão (lesão) ou cessação (morte).

CAPÍTULO II – CONTRATO DE FRANQUIA APLICADO NO BRASIL

Esse capítulo explica detalhadamente todo o sistema relativo ao Contrato de Franquia que vem sendo aplicado no Brasil, sendo apresentados uma conjuntura referente à sua matéria.

Nas entrelinhas, preliminarmente irá ser apresentado uma introdução ao Contrato de Franquia aplicado no Brasil, caindo a lanço explicitarmos sua definição, conceito e história, em sequencia será ponderado sua natureza jurídica, autores envolvidos, logo após cumpre exaurirmos a instrumentalização gravadas pela Lei 8955/1994, ao ensejo de conclusão serão apresentados suas reformas.

2.1 Definição, conceitos e história

O Contrato de Franquia também conhecido como franchising, caracteriza-se como um instrumento constituído por um conjunto de regras jurídicas que embasam uma transação comercial de prestação de serviços entre franqueador (Empresário que disponibiliza seu sistema operacional) e franqueado (Empresário que utiliza a oferta do franqueador), sendo transferido a este o direito de uso da marca, tecnologia ou patente, com a finalidade de se comercializar um produto ou serviço.

Prefacialmente, vale ressaltar que o Contrato de Franquia constituísse como um contrato bilateral e oneroso, que geram direitos e obrigações a fim de serem cumpridas por ambas as partes. Em consonância cai a lanço observarmos o molde do artigo 1º Lei 13966/2019 sobre a definição dos Contratos de Franquia:

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 suma, face as considerações apresentadas, este sistema se baseia em guiar detalhadamente a relação jurídica que envolvem as atividades comerciais entre franqueador e franqueado.

O Contrato de Franquia conceitua-se na oportunidade que o franqueador cede ao franqueado por meio de um contrato, o direito de comercializar e produzir seu produto, tendo o franqueado ao fornecer o objeto da franquia, uma maior segurança para adentrar no mercado empresarial, sem correr prejuízos.

Portanto em linhas gerais o contrato de franquia consiste em uma autorização de nome e marca que uma empresa cede a outra baseando-se na prestação de serviços (PEREIRA, 2010).

Cai a lanço destacarmos a transcrição do trecho da obra de Marçal Justen Filho (2004, p. 242/256), em voto da lavra do Ministro José Delgado, o qual conceitua a franquia como sendo um contrato complexo, observa-se:

A franquia é um contrato complexo nessa acepção. É inviável nela divisar a conjugação de uma pluralidade de contratos autônomos (senão em acepção que será adiante apontada), que se somam por justaposição. Não se trata da cumulação de contrato de cessão de marca com contrato de transferência de tecnologia e outros contratos, cada um com individualidade própria. Há um plexo de deveres impostos a ambas as partes, onde a transferência de tecnologia é indissociável da cessão do uso de marca e dos demais pactos. Esses deveres não são unilaterais, muito pelo contrário incumbe a ambas as partes a execução de inúmeras obrigações de fazer. Isso torna inviável à dissociação de obrigações de fazer, para fins de identificação de “prestação de serviço”.12. 2 STJ, REsp 222.246, Rel. Ministro José Delgado, Primeira Turma, julgado em 13/06/2000, DJ 04/09/2000, p. 123.

Consoante toda matéria acima elucidada, verifica-se que o Contrato de Franquia baseia-se na relação de compra acerca do direito de uso da marca por alguns anos.

Em um primeiro momento a relação do Contrato de Franquias no Brasil não era amparada por uma legislação vigente, vejamos o ensejo material discriminado por Fábio Fernando Bartini e Gabrielle Tesser Gugel (2012, *online*):

O contrato de franquia empresarial é recente no Brasil, desde que, somente a partir da década de 1970, começaram os primeiros discursos e discussões sobre a necessidade de uma regulamentação, tendo em vista que os contratos eram realizados de maneira verbal. Esse panorama histórico demonstra que devido às vantagens que o franchising proporciona para ambas as partes, sua ampliação foi tamanha, justificando a necessidade de regulamentação trazida pela legislação brasileira.

De acordo com um artigo publicado no site Jumper Franchising, autor desconhecido (2019, *online*), apresenta um conjunto material referente a história do sistema de franquias no Brasil, vejamos:

O *franchising* debutou no nosso país nos anos 60, e as primeiras marcas que utilizaram esse sistema foram as escolas de idiomas CCAA e Yázigi. Como todo processo inicial, o negócio ainda não tinha definições claras e nem era bem estruturado quando comparado ao que temos hoje em dia. Basicamente, acontecia uma aplicação do *know-how* da marca por meio do material didático cedido. Somente **na década de 70 as franquias começaram a tomar corpo e ficar mais organizadas e coesas**. Assim, marcas de outros segmentos também resolveram entrar nesse tipo de negócio, como Ellus, O Boticário e Água de Cheiro. Esse fortalecimento do modelo no mercado interno chamou a atenção de marcas internacionais, e no final dos anos 70 desembarcou aqui uma das empresas mais fortes no ramo de franquias e que se solidificou de vez no Brasil: o McDonald's. O mercado de **franquias teve o seu "boom" na década de 80**, com a chegada do McDonald's e de outras marcas internacionais. Redes de varejos e confecções viram a oportunidade de lucrar nesse sistema. A construção de *shopping centers* e a expansão de lojas espalhadas pelo interior dos estados brasileiros contribuíram para o fortalecimento.

Diante do crescimento do mercado, o governo brasileiro criou um órgão para regulamentar a atividade em terras nacionais, a ABF (Associação Brasileira de Franchising). Essa ação foi benéfica para o amadurecimento do setor e trouxe mais confiança para os investidores.

Depois da ABF, o governo brasileiro criou a Lei ° 8.955/1994, que regulariza o sistema de franquias e dá outras providências. A lei só solidificou ainda mais o sistema e fez com que o mercado crescesse e se espalhasse por todo o País.

No período dos anos 90, modelos de franquias foram se espalhando pelo mundo. E já não eram apenas empresas de produtos: a franquia de serviços foi criada, atingindo o mesmo sucesso que outras categorias.

Atualmente, os contratos de Franquia estão em franca expansão, conforme dados da Associação Brasileira de Franchising (ABF) em 2018 o setor de franchising cresceu 7% e faturou cerca de 170 bilhões de reais. O setor responde por 2,6% do PIB brasileiro, conforme dados da entidade, sendo gerados 8 empregos em média para cada franquia aberta. Autor desconhecido (2019, *online*).

De acordo com o panorama histórico apresentado, verifica-se que o sistema de franquias vem crescendo abundantemente no país, proporcionando grandes oportunidades para o setor empresarial.

2.2. Natureza jurídica

Contrato de franquia é um contrato empresarial, híbrido, atípico, que sofre regulação direta de lei especial, mas também sofre regulação indireta do Código Civil, de acordo com Orlando Gomes (1990, p. 528-529) :

O franchising é um contrato que se aproxima da concessão executiva, da distribuição, do fornecimento e da prestação de serviços. Não é, outrossim, locação nem mandato, mas sim, figura autônoma, embora híbrida.

De acordo com Fábio Fernando Bartini e Gabrielle Tesser Gugel (2012, *online*):

A inserção do contrato de franquia como instrumento presente nas relações comerciais ocorreu aos poucos no mercado brasileiro. Da mesma forma, a regulamentação no mundo jurídico deu-se a passos lentos e ainda não contempla o complexo sistema que tal contratação exige, deixando margens a diversas questões que a doutrina tenta solucionar.

A operação do sistema de Franquias está subordinado ao contrato, sendo este um documento indispensável, instruído com normas gerais para se conduzir as empresas de franquia de maneira eficiente e promissora, de acordo com Fabio Ulhoa Coelho (2011, p. 487):

Os serviços de organização empresarial que o franqueador presta ao franqueado são, geralmente, os decorrentes de três contratos, que podem ser tratados autonomamente. Primeiramente, o contrato de engineering, pelo qual o franqueador define, projeta ou executa o layout do estabelecimento do franqueado. Em segundo lugar, o management, relativo ao treinamento dos funcionários do franqueador e à estruturação da administração do negócio. Por fim, o marketing, pertinente às técnicas de colocação dos produtos ou serviços junto aos seus consumidores, envolvendo estudos de mercado, publicidade, vendas promocionais, lançamento de novos produtos ou serviços etc.

O Contrato de Franquia caracteriza-se como intuito personae, tendo como principal função social a boa-fé objetiva e equivalência material, sendo este um contrato negocial permitindo aos contratantes dirimirem sobre suas cláusulas constantes. De acordo com Fábio Ulhoa Coelho (2011, p. 487):

A franquia é um contrato atípico. No entanto, costuma-se atribuir aos franqueados o seguinte conjunto de obrigações: a) o pagamento de uma taxa de adesão e de um percentual do seu faturamento; b) o pagamento pelos serviços de organização empresarial fornecidos pelo franqueador; c) a obrigação de oferecer aos consumidores apenas os produtos ou serviços da marca do franqueador, por ele fabricados, aprovados ou simplesmente indicados; d) observar, estritamente, as instruções e o preço de venda ao consumidor estabelecidos pelo franqueador. Por seu turno, o franquia Manual de Direito Comercial - 345-548.indd 487 15/9/2010 14:48:55 488 dor tem, normalmente, as seguintes obrigações: a) permitir ao franqueado o uso de sua marca; b) prestar os serviços de organização empresarial.

Vale ressaltar que tal contrato constituisse como bilateral e

sinalagmático ao qual gera direitos e obrigações para ambas às partes, oneroso uma vez que se trata de contrato empresarial, de execução continuada pois se prolonga no tempo, formal e típico. Conclui-se que a sua natureza jurídica é baseada na hibridez, pois resulta em uma combinação de vários contratos empresariais.

2.3. Autores envolvidos

Destarte vale analisarmos os autores envolvidos no sistema de Franquias no Brasil, onde o pioneiro em franquias empresariais foi o brasileiro Arthur de Almeida Sampaio, fabricante dos calçados Stella, que, em 1910, utilizou algumas práticas que hoje constituem o método responsável pelas atividades de franquias para ampliar suas vendas, com destaque em algumas práticas, tais como incorporar no processo de seleção que criou para escolher os representantes comerciais a fim de realizarem, eles próprios, os investimentos necessários à instalação dos novos pontos, ou simplesmente utilizarem os pontos já existentes, onde era instalada uma placa indicando “Calçados Stella”, fornecida pelo representado, caracterizando desta forma uma padronização visual (REDECKER, 2002).

Consoante todo o exposto, verifica-se os primeiros empresários que aproveitaram as vantagens do sistema de Franquias para o fortalecimento do mercado empresarial brasileiro.

2.4 INSTRUMENTALIZAÇÃO GRAVADAS PELA LEI 8955/1994

A antiga legislação não disciplinou detalhadamente o contrato de franquias, mas apenas regulou alguns aspectos essenciais de sua formação, no intuito de conferir maior transparência a essa modalidade de contratação entre empresários. De acordo com André Luís Santa Cruz Ramos (2017, p. 635):

A Lei n. 8.955/94 dispõe em seu artigo 1º que o franqueado tem o direito de distribuição exclusiva ou semiexclusiva de produtos ou serviços, e, possivelmente, também o direito de uso de tecnologia de implantação e administração de negócio e sistema operacional que foram desenvolvidos

pelo franqueador, baseado em uma remuneração direta ou indireta sem configurar vínculo empregatício. Sendo obrigação do franqueador, entregar ao franqueado uma Circular de Oferta de Franquia, devendo este ser escrito com linguagem clara e acessível, devendo ter compulsoriamente as seguintes informações (Lei n. 8.955/94, art. 3º): 1) histórico completo do franqueador, bem como o respectivo nome empresarial, forma societária e empresas diretamente ligadas a ele, incluindo os respectivos nomes fantasias e endereços; 2) levantamentos contábeis do franqueador, referentes aos dois últimos exercícios, pendências judiciais do franqueador; 3) descrição detalhada dos negócios que serão desenvolvidos pelo franqueado, bem como o perfil ideal deste quanto à experiência anterior e escolaridade; 4) especificações no que se refere ao total estimado para a aquisição, implantação e início da operação da franquia, bem como o valor da taxa inicial de filiação e valor das aquisições de estoque e equipamentos; 5) informações sobre quais valores, e em que periodicidade, deverão ser pagos pelo franqueado etc. Verifica-se que a legislação estabelece regras, mas a relação entre os empresários são regidas por normas contratuais. De acordo com o artigo 4º caput, Lei n. 8.955/94 o qual discorre sobre a Circular de Oferta de Franquia, onde a mesma deve ser entregue no prazo de 10 dias antes de ser assinado o contrato sob pena de anulação, sendo estipulado como um “prazo de reflexão” onde o franqueado avalia detalhadamente todo negócio. Exauridos o prazo de 10 dias, o franqueado poderá anular o contrato e exigir a devolução de todas as quantias que já pagou ao franqueador, bem como a terceiros por ele indicados, a título de taxa de filiação e royalties, devidamente corrigidas, pela variação da remuneração básica dos depósitos de poupança e das perdas e danos, por fim verifica-se que o Contrato de Franquia deverá ser assinado e escrito na frente de duas testemunhas, sendo válido sem a necessidade de registro perante cartório ou órgão público.

Em consonância com a matéria acima exposta, verifica-se que a Lei 8.955/1994 dispunha sobre o conjunto de cessão de marca, bem como a distribuição de produtos, serviços e tecnologia, sem caracterizar um vínculo empregatício, onde as normas eram regidas por meio de um contrato, sendo obrigado o franqueador a fornecer ao franqueado uma Circular de oferta de Franquia. De acordo com Nádya Lemos Nogueira e Keuson Nilo da Silva, (2016, *online*):

No início da década de 1990, o Sistema de Franchising no Brasil crescia anualmente, com índices superiores ao da economia nacional, sendo necessária, então, a elaboração de uma legislação específica para essa área, culminando na Lei nº 8.955/1994. Anteriormente, não existia no Brasil nenhuma legislação reguladora acerca do Sistema de Franchising, sendo comum a existência de problemas com a falta de informação por parte da franqueadora, com franqueados desistindo da operação e várias demandas jurídicas sobre os contratos. Nesse diapasão, a Lei de Franquias foi elaborada com base

nos moldes americanos, sendo que seu alicerce consiste na apresentação de informações relevantes para o novo franqueado avaliar o negócio ofertado, por meio da COF. A presente lei também dispõe, de forma sucinta, sobre os termos gerais do Instituto da Franquia, todavia, ainda que em vigor até hoje, não é suficiente para sanar todos os anseios e conflitos existentes na relação franqueadora e franqueado.

Verifica-se que tal legislação impôs o dever de transparência na relação entre empresários, adotando o princípio da transparência, impondo inclusive obrigações que deveriam constar em uma COF, guardando assim o direito da relação do Franqueador com o modelo de negócio desenvolvido, como por exemplo a remuneração periódica do uso do sistema, marca e outros direitos de propriedade intelectual da rede, descrição da franquia, do negócio e atividades que serão desempenhadas.

Observa-se também que tal legislação cuidou-se de dispor que não haveria vínculo empregatício entre franqueado e franqueador, sendo uma relação baseada na independência de ambos.

2.5. Reformas

O conteúdo dado pela Lei 8.955/94, com o passar dos anos mostrou-se totalmente ultrapassada frente ao desenvolvimento exacerbado das franquias no Brasil, sendo necessário uma nova legislação a qual abarcaria melhor seu desenvolvimento.

Com esse intuito o Deputado Alberto Mourão (2012, *online*), apresentou o projeto de Lei nº 4386/2012, o qual aprimora o sistema de Franquias, vejamos:

O setor de franchising apresentou vertiginoso crescimento na década passada. As informações disponíveis indicam que o faturamento passou de 20 bilhões de reais em 2001 para 90 bilhões em 2011, enquanto o número de redes saltou de 600 para 2000. Por sua vez, a geração de empregos já atingiu a um milhão de postos de trabalhos. Em consonância com esta realidade, o projeto de lei que ora apresentamos tem como objetivo atualizar a legislação de franquias no País, após quase

duas décadas de vigência da Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994. Para tanto, estamos propondo alterações no conceito de franquia, tornando-o mais consentâneo com a realidade prática dos contratos celebrados no setor; ampliamos o leque de informações que devem ser prestadas aos futuros franqueados, a fim de possibilitar uma melhor avaliação de viabilidade do negócio e sua maior transparência. 9 Explicitamos a não incidência das normas de proteção à concorrência (Lei nº 8.884/94) ao sistema de franquia; e estabelecemos uma regulamentação mais detalhada para a hipótese de uso do sistema de franquias no serviço público. Estamos convencidos de que o nosso projeto aprimora o sistema de franquia, ao estabelecer maior equilíbrio entre os interesses de franqueadores e franqueados, estimulando o crescimento do setor, que muito tem contribuído para a geração de empregos no País. Pelo acima exposto, contamos com o apoio dos nobres Colegas para a aprovação de nosso projeto de lei (2012, p. 8/9).

Em consonância, vale analisarmos pormenorizadamente às justificativas trazidas pelo Deputado Valdir Collato (2015, *online*) que envolvem esse novo projeto:

Queremos que o franqueador participe ativamente de algumas decisões que impactam no desempenho da franquia e na construção da circular de oferta. É necessário saber se o investimento dará o retorno esperado pelo proprietário. Atualmente não são definidos prazos para que as pessoas tenham experiência de mercado. Pretende-se dar oportunidade às empresas públicas e de economia mista de serem grandes franqueadoras, podendo expandir seus serviços, com redução de despesas, aumento de receitas e de produtividade, melhor atendimento à população e eficiência na prestação dos serviços. A regulamentação das franquias por lei vai organizar este setor que representa empregos e empresas. Além disso, vai trazer metodologia de negócios em gestão, agilidade e modernidade e de estar presente em setores de serviços que o Estado não atua e poderá ser prestado por serviços privados com qualidade. As franquias trazem um modelo de modernidade e exemplos mundiais de empresas e qualidade.

A nova redação elencada pela Lei nº 13966/2019, trouxe inúmeras reformas importantes para o sistema de Franquias no País, entre as novidades, a nova redação deixa bastante claro qualquer insegurança acerca do vínculo empregatício entre franqueador e franqueado, bem como entre o franqueador e os empregados do franqueado.

Em relação a Circular de Oferta de Franquia (COF), a mesma passa a esclarecer regras para sucessão de contrato, penalidades, multas, cotas mínimas de compra feita pelo Franqueado, condições específicas para renovação de contrato, regras que regulam a concorrência entre Franqueador e Franqueado, trazendo assim mais transparência em relação a COF.

Destaca-se também a nova possibilidade de sublocação do imóvel que representa o estabelecimento comercial pelo franqueador ao franqueado a um valor maior do que prevê o contrato original de locação, a lei prevê também a possibilidade do franqueado sublocador pleitear a renovação judicial do contrato por meio de ação renovatória.

Vale ressaltar a possibilidade de eleição de juízo arbitral para solução de qualquer lide entre franqueado e franqueador devendo ser resolvida por meio de um árbitro, a lei prevê também que o franqueado poderá exigir a declaração de nulidade ou anulação do negócio e exigir a devolução de todas as quantias pagas no caso de omissão de informações exigidas por lei na COF ou divulgação de informações falsas.

Ao ensejo de conclusão convém ressaltar que tal instrumentalização trouxe uma enorme transparência na relação entre empresários, definindo com mais amplitude todo o Sistema de Franquias havendo mais abrangência em suas relações.

CAPÍTULO III – REMODELAGEM DO CONTRATO DE FRANQUIA – APLICABILIDADE DA LEI 13966/2019

O seguinte capítulo consiste em versar detalhadamente sobre a nova remodelagem do contrato de franquia bem como as mudanças apresentadas pela nova legislação.

Tendo como objetivo explicar de forma concisa toda conjuntura relativa a matéria legislativa, sendo discorrido preliminarmente seu novo desenho jurídico, seguindo com a análise comparativa entre a lei 8955/1994 e lei 13966/2019, logo mais sendo apresentada sua nova remodelagem, e finalizando com sua instrumentalização.

3.1 Desenho jurídico da Lei 13966/2019

A matéria jurídica ensejada na legislação explana preliminarmente a definição acerca do sistema de Franquia Empresarial, o qual se regula por meio de um contrato, onde se tem uma relação cessionária de direitos em cima de uma propriedade intelectual.

A relação contratual entre franqueador e franqueado não configura uma relação de consumo nem vínculo empregatício, tanto para empresários como para funcionários.

A legislação revela a permissão para utilização do método de franquias por empresas estatais ou entidades sem fins lucrativos, independentemente do segmento de atividades.

O franqueado deve obter uma autorização ou titularidade acerca do direito de todo o sistema intelectual da franquia a ser adquirida, assim para fins de implantação do sistema deverá ser fornecido pelo franqueador uma circular de oferta de Franquia, a qual resguardará de acordo com Ana Paula Pitta de Moura (2020, *online*):

Necessidade de apresentação detalhada do negócio objeto da franquia; lista de todos os franqueados e subfranqueados, bem como de todos aqueles que deixaram o negócio nos últimos vinte e quatro meses (com nomes, endereços e telefones); regras e informações sobre competição territorial entre franqueados e unidades do próprio franqueador, bem como

entre os franqueados em geral; detalhes sobre eventual remuneração periódica incidente sobre o uso do sistema; informações detalhadas a respeito dos serviços de suporte e tecnologia, bem como as formas de provimento de inovações tecnológicas aos franqueados; regras de repasse e sucessão das unidades franqueadas (se houver); definição de situações passíveis de penalidades, multas ou indenizações, inclusive com a indicação dos respectivos montantes; número de cotas mínimas de compra de insumos e eventuais condições de recusa; indicação da existência de associação representativa de franqueados, quando houver, com a descrição de suas atribuições, poderes e competências para gestão e fiscalização da aplicação dos recursos do fundo de publicidade; período de validade do contrato e condições de renovação.

Em consonância Luciana Abreu (2020, *online*), discorre sobre a COF alegando que:

A COF deve conter informações sobre os franqueados que se desligaram nos últimos 24 meses, em vez dos 12 meses da lei anterior. Essa mudança é importante, pois dará ao franqueado mais subsídios para avaliar a realização ou não do investimento. Isso porque um dos maiores alertas sobre a viabilidade de uma franquia ou rede de franquias é o fechamento de muitas unidades, o que pode sinalizar sua não sustentabilidade econômica e financeira.

A COF deverá especificar os itens que o franqueador deverá fornecer ao franqueado, quando assim houver tal compromisso, e em que termos, assim como o franqueador deverá especificar o tipo de suporte que dará ao franqueado, supervisão de rede e serviços, tal como já existia, acrescentando-se ainda como se darão a incorporação de inovações tecnológicas e treinamento de funcionários do franqueado.

Ademais ressalta-se que a circular de oferta de franquia não pode ser omissa quanto às informações relevantes para a realização do negócio empresarial, nem ser vinculado informações falsas ao documento, caso ocorra o franqueado poderá arguir nulidade, exigindo a devolução de todas as quantias já pagas (MOURA, 2020).

Tal documento deve ser entregue ao franqueado no prazo máximo de 10 dias antes de ser efetuado a assinatura do contrato de franquia, bem como antes do pagamento de taxa, resguardando a possibilidade de licitação onde poderá ser divulgada no início (MOURA, 2020).

Convém ressaltar que a legislação prevê a possibilidade de sublocação do ponto comercial onde se encontra instalada a franquia, porém o valor do aluguel a ser pago ao locatário deverá ser superior, assim tal informação deverá ser expressa na circular de oferta de franquia e no contrato, observa-se que haverá legitimidade para renovação do contrato de locação, sendo vedada qualquer exclusão, salvo inadimplência dos contratos. (MOURA, 2020).

Em consonância a legislação apresenta a possibilidade de arbitragem em caso de alguma controvérsia entre as partes, a fim de serem resolvidos todos os conflitos que surgirem, de acordo com Camila Costa e Carolina Flores Copetti Leite (2020, *online*):

A aceitação da arbitragem como método de resolução de conflitos originados de contratos de franquia não surgiu apenas com a sua permissão expressa na Nova Lei de Franquias. Isto é, desde a vigência da antiga Lei de Franquias de 1994, que mesmo não sendo clara acerca do tema, os tribunais brasileiros vêm reconhecendo a validade da convenção de arbitragem no contexto das franquias. Dessa forma, via-se a possibilidade de aplicação da convenção de arbitragem a disputas oriundas de contratos de franquia, contudo, não raros eram os casos em que uma discussão judicial de sua validade era previamente necessária para, somente após o reconhecimento da validade, o procedimento arbitral fosse, de fato, instaurado.

Com o advento da Nova Lei de Franquias e a expressa previsão acerca do tema, acredita-se que o número de litígios judiciais, visando ao afastamento da cláusula arbitral, tenda a se reduzir e, em razão disso, o uso do instituto arbitral se torne cada vez mais comum, de modo que o número de câmaras arbitrais e de profissionais aptos a trabalhar com o tema passe a ser ainda mais significativo, quando comparado aos números atuais.

Verificasse que a redação ensejada nos contratos de franquia internacionais deverão ser escritos em língua portuguesa ou serem acompanhados por uma tradução certificada, devendo ser constituído representante legal ou procurador, tendo a opção pelo foro de um de seus países de domicílio.

Para fins de entendimento, além do desenho jurídico apresentado, faz-se necessário destrincharmos logo abaixo uma análise comparativa entre a antiga legislação frente a nova legislação redacional.

3.1 Análise comparativa Lei 8955/1994 x Lei 13966/2019

O novo ensejo redacional dado pela Lei 13966/2019 trouxe mudanças positivas em relação a Lei 8955/1994, resultando em mais segurança jurídica na relação entre franqueador e franqueado. De acordo com Ana Paula Pitta de Moura (2020, *online*):

A nova lei também manteve diversos dispositivos do diploma anterior, os quais, evidentemente, precisam continuar a ser observados pelas partes nos negócios envolvendo *franchising*. Na verdade, em linhas gerais, a nova lei segue no mesmo rumo que a anterior, porém aprimorando conceitos e esclarecendo alguns pontos que ensejavam questionamentos recorrentes no Judiciário, fortalecendo a segurança jurídica das partes envolvidas nesse tipo de negócio.

André Fagundes Tavares (2020, *online*) apresenta uma comparação acerca das mudanças que foram trazidas com a nova legislação frente a antiga redação do contrato de franquia, vejamos:

A nova Lei de Franquias detalhou um pouco mais o conceito de franquia empresarial e trouxe algumas inovações para o sistema, dentre as quais eu destaco:

(i) a expressa possibilidade de que empresas estatais e entidades sem fins lucrativos tenham franquias;

(ii) a necessidade de apresentar todas as empresas ligadas ao franqueador (atualmente só era necessário apresentar as diretamente ligadas a ele);

(iii) a exclusão da previsão de perdas e danos no caso do não fornecimento da COF (continuará havendo previsão de anulação ou nulidade do contrato, com devolução dos valores pagos, mas estes apenas corrigidos monetariamente – atualmente a correção deve ser pela variação da remuneração básica dos depósitos de poupança).

Além disto, foram feitas com substanciais alterações nas exigências do COF e, também, houve inclusão de obrigatoriedade de que o Contrato obedeça algumas condições especificadas na Lei.

A redação do artigo 2º se mantém a mesma referente a não caracterização de vínculo empregatício entre franqueador e franqueado, passando a ser mencionado apenas a inexistência de tal vínculo entre franqueador e os funcionários dos franqueados, inclusive durante a fase de treinamento (TAVARES, 2020).

Note-se também que a legislação anterior restringia a autorização do uso entre marcas e patentes, com a nova redação amplia-se esse uso recaindo sobre qualquer objeto de propriedade intelectual, devendo o franqueador ser titular para exploração da marca e outros direitos de propriedade intelectual (TAVARES, 2020).

Em comparação as mudanças trazidas a Circular de Oferta de Franquia, verifica-se que houve alterações relativas a informações e aos documentos que se deve apresentar na COF (TAVARES, 2020).

De acordo com Daniel Alcântara Nastri Cerveir (2013, *online*), a antiga legislação em seu artigo 3º elencou as informações que deviam constar em uma COF:

Entre elas estão o histórico da franquia, balanços e demonstrações financeiras da empresa franqueadora nos

últimos dois anos-exercícios, perfil do franqueado ideal, total estimado do investimento inicial, a remuneração periódica pelo uso do sistema (royalties), taxa de publicidade e supervisão da rede. Além de ser necessária a inclusão, na Circular, dos modelos do contrato-padrão e do pré-contrato de franquia, com os respectivos anexos e prazos de validade.

Ademais, em relação as alterações feitas na COF, segundo o entendimento de Paulo Gratão, (2020, *online*):

Na legislação anterior, era necessário informar apenas os que haviam saído nos últimos 12 meses; Especificação de eventuais regras de concorrência entre unidades franqueadas e unidades próprias; Especificação mais precisa dos treinamentos fornecidos pela franqueadora. Passa a ser obrigatória a indicação de duração, conteúdos e custos; Regras de transferência e de sucessão da unidade franqueada, caso existam; Hipóteses de aplicação de multas; Existência (ou não) de cotas mínimas de compras; Indicação da existência de conselho ou associação de franqueados e, em caso positivo, detalhamento das funções e competências; Limitações de concorrência entre franqueador e franqueado e entre os próprios franqueados durante a vigência do contrato; Indicação precisa do prazo contratual e condições de renovação.

Em consonância, além das inovações citadas acima há de se verificar que a antiga legislação não fazia referência ao idioma do contrato, nem a possibilidade de resolução de conflitos pelo juízo arbitral, sendo tais informações trazidas com a nova redação.

Em síntese, consoante o que foi apresentado até o presente momento, frente a análise comparativa entre legislações, cai a lanço explicitarmos detalhadamente a remodelagem que foi ensejada no contrato de franquia.

3.1 Remodelagem do Contrato de Franquia

Preliminarmente, frente a nova roupagem do contrato de franquia, verifica-se um privilégio referente a autonomia da vontade das partes, no que se diz respeito as normas contidas no contrato, tendo os empresários uma maior liberdade para contratar, além da possibilidade de negociar cláusulas que melhor se adequem ao negócio, de acordo com Silva Venosa (2020, *online*):

O contrato é bilateral, pois contém obrigações recíprocas, sendo também oneroso. É *intuitu personae*, porque ambas as partes têm em mira a figura do outro contratante. É consensual, pois depende unicamente da vontade das partes. É comutativo, pois apresenta prestações conhecidas pelas partes, embora possa conter cláusulas de aleatoriedade. Sua natureza exige a forma escrita, como consta da menção na Circular de Oferta (art. 2º, XVI da lei), que exige apresentação de contrato-padrão, ou pré-contrato, com texto completo. É de execução continuada, porque requer cumprimento por prazo mais ou menos longo. Não será integral e necessariamente por adesão, embora a maioria assim o seja, como destacamos.

A relação contratual exclui qualquer vínculo empregatício entre franqueador e funcionários do franqueado, inclusive durante o treinamento, de acordo Wander Barbosa (2019, *online*):

Fica determinado que o contrato de franquia só pode ser efetivado dez dias após a entrega da Circular de Oferta de Franquia (COF), bem como fica estabelecido que o compromisso deve ser assinado na presença de 2 testemunhas e que ele terá validade independentemente de ser levado a registro perante cartório ou órgão público.

O dispositivo propõe ainda que o contrato de franquia deve ser redigido em língua portuguesa bem como regidos pela legislação brasileira, já os contratos internacionais deverão ser acompanhados por tradução custeada pelo franqueador, ademais, verifica-se que as partes devem constituir procurador para fins de representação, ademais de acordo com Silva Venosa, (2020, *online*):

O contrato de franquia se apresenta como um complexo negocial muito amplo, possuindo em seu bojo clara aproximação e conteúdo de vários outros contratos típicos e atípicos, como compra e venda, locação, licenciamento de marcas, cessão de know-how, assistência técnica, mandato, comissão, prestação de serviços etc.

Em consonância, segundo o entendimento de Victor Waquil Nasralla:

Durante a vigência do contrato, não pode haver qualquer concorrência, e é comum dizer-se que o franqueado e seus sócios não poderão exercer atividade concorrente, tampouco produtos e serviços concorrentes ou complementares, apesar de que nem sempre se coloca a questão dos produtos complementares, porque às vezes interessa ao franqueador permitir os complementares, como permitir a *cinq a sec* a também fazer conserto de roupas, pois é do mesmo ramo, não atrapalha as vendas, pelo contrário, atrai ainda mais clientes para aquele ponto de venda.

Frente toda a matéria destrinchada a cima, para melhor compreensão, faz-se necessário analisarmos pormenorizadamente a instrumentalização da nova legislação.

3.4 Instrumentalização

A nova Lei de franquias revolucionou diversos pontos ausentes da antiga legislação, resultando em uma grande modernização com o objetivo de tornar a abertura das redes de franquias bem mais transparente, trazendo mais segurança jurídica nas relações entre franqueador e franqueado, como se pode notar de acordo com o entendimento de André Friedheim (2019, *online*):

A Lei do Franchising de 1994 teve um papel fundamental no fortalecimento do nosso mercado. Era uma lei simples, direta e que previa condições equilibradas para que os entes privados realizassem negócios de forma transparente e segura. No entanto, após mais de 20 anos, atualizações eram necessárias. Com esta nova regra, conseguimos manter as conquistas originais, deixar mais claros alguns pontos e acrescentar dispositivos que podem acelerar, por exemplo, a abertura de

novas unidades e, portanto, o crescimento do setor como um todo.

Em relação a segurança jurídica, Mauricio Costa (2020, *online*), relata que:

O conceito de franquia empresarial foi aprimorado, deixando claro que (i) não há relação de consumo entre franqueado e franqueador e (ii) não há vínculo empregatício entre franqueadora e o franqueado ou os seus empregados. O novo conceito também deixa claro que a franquia pressupõe a distribuição de produtos ou serviços e a cessão de know how.

Outra inovação importante se faz em relação a COF a qual se tornou um documento chave para a contratação, obtendo grandes inovações, como detalhes sobre o perfil do franqueado, as situações que serão aplicadas indenizações, informações sobre sucessões e transferências, apresentação do negócio, regras sobre competição territorial, informações sobre serviços de suporte e tecnologia, entre outras, ademais verifica-se que tal documento deve ser entregue no máximo 10 dias antes da assinatura do contrato de franquias, de acordo com Silvio Venosa (2020, *online*):

Anote-se que a lei recente permite a contratação de franquia não somente por empresa privada, como é curial, mas também inova permitindo a participação de empresa estatal ou entidade sem fins lucrativos, independentemente do segmento em que desenvolva as atividades. Trata-se, sem dúvida, de importante dinamização desse negócio, que bem utilizado será segmento importante para a sociedade.

Em consonância a todo o exposto, conclui-se que a nova instrumentalização do contrato de franquias trouxe grandes inovações, abrangendo bem mais sua segurança jurídica nas relações entre franqueador e franqueado.

CONCLUSÃO

Concluindo, o desenvolvimento do presente artigo possibilitou uma análise detalhada sobre os contratos de franquia no Brasil, suas relações com o Direito Empresarial e a nova instrumentalização dada pela Lei 13966/2019.

Em consonância, conclui-se que anteriormente o contrato de franquia não era amparado por uma legislação, assim frente ao exacerbado crescimento de franquias no país, mostrou-se necessário tal regulamentação, sendo criado o órgão a ABF, e mais tarde criada a Lei 8955/94 que regularizou todo o sistema.

Portanto, chega-se a conclusão que ao decorrer do tempo frente ao constante crescimento do sistema no país a legislação vigente mostrou-se ultrapassada, sendo necessário a criação de uma nova legislação que abarcaria melhor seu desenvolvimento, sendo criada a Lei 13966/2019 a qual proporcionou uma maior segurança jurídica nas relações entre empresários.

REFERÊNCIAS

ABREU, Luciana. **Mudanças trazidas pela nova lei de Franquias (lei 13.966/2019)**. 2020. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-jan-14/luciana-abreu-mudancas-trazidas-lei-franquias>. Acesso em: 28 out. 2020.

A HISTÓRIA do franchising no Brasil e no mundo. Disponível em: <https://centraldofranqueado.com.br/blog/historia-franchising/>. Acesso em 31 ago de 2020.

BALANÇO consolidado da ABF em 2018 aponta segmentos que mais cresceram. Disponível em: [_https://www.abf.com.br/balanco-consolidado-abf-aponta-segmentos-mais-cresceram/](https://www.abf.com.br/balanco-consolidado-abf-aponta-segmentos-mais-cresceram/). Acesso em 31 ago de 2020.

BARBOSA, Wander. **Nova legislação de franquias é aprovada pelo Senado Federal e segue para sanção presidencial**. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/77705/nova-legislacao-de-franquias-e-aprovada-pelo-senado-federal-e-segue-para-sancao-presidencial>. Acesso em: 03 out. 2020.

Bartini, Fábio, Fernando; Gugel, Gabrielle, Tesser. **Notas sobre franchising: Teoria e Aspectos Jurídicos**. Disponível em: [file:///C:/Users/HP/Downloads/1091-2741-1-PB%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/1091-2741-1-PB%20(3).pdf). Acesso em 31 ago de 2020.

BRASIL. **Lei nº 13.966 de 26 de Dezembro de 2019**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13966.htm. Acesso em: 03 out. 2020.

CARVALHO, Carlos Eduardo Neves de. **Contratos de know-how (fornecimento de tecnologia)**. In Revista da ABPI, n. 128, jan/fev 2014, p. 33.

CERVEIRA, Daniel Alcântara Nastri. **O franchising e a Lei de Franquias no Brasil**. 2013. Disponível em: <https://www.abf.com.br/o-franchising-e-a-lei-de-franquias-no-brasil/>. Acesso em: 14 out. 2020.

Collato, Valdir. **Colatto propõe mudanças no Sistema de Franquias**. Disponível em: <http://valdircolatto.com.br/noticia/colatto-propoe-mudancas-no-sistema-de-franquias/>. Acesso em 31 ago de 2020.

Coelho, Fábio, Ulhoa. **Manual de Direito Comercial**. 23ª edição. São Paulo. Editora Saraiva. 2011.

COSTA, Camila Leite Copetti, Flores, Carolina. **A Arbitragem nos Contratos de Franquias no Direito Brasileiro**. 2020. Disponível em: <https://baptistaluz.com.br/institucional/arbitragem-contratos-franquias/>. Acesso em: 28 out. 2020.

COSTA, Maurício. **A nova lei de franquias**. Disponível em: https://qrcgcustomers.s3-eu-west-1.amazonaws.com/account4717934/5906501_2.pdf?0.9393385539773289. Acesso em: 04 out. 2020.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro**. 19ª edição. São Paulo. Editora Saraiva. 2002.

FORGIONI, Ana Paula. **Teoria Geral dos Contratos Empresariais**. 2ª edição. São Paulo. Editora Revista dos Tribunais. 2010.

Friedheim, André. **Com apoio da ABF, Congresso Nacional aprova nova Lei do Franchising**. Disponível em: <https://www.abf.com.br/com-apoio-da-abf-congresso-nacional-aprova-nova-lei-do-franchising/>. Acesso em: 03 out. 2020.

GARCIA, Telma. **Contratos de Know-How: A exploração econômica da cláusula do segredo industrial**. 2012. Disponível em: pergamum.unisul.br/peragamum/pdf/105652_Telma.pdf. Acesso em: 10 jun. 2020.

GOMES, Orlando. **Contratos**. 12^o edição. Rio de Janeiro. Editora Forence. 1990.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito Civil Brasileiro: Contratos e atos unilaterais**. 17^o edição. São Paulo. Editora Saraiva. 2020.

GRATÃO, Paulo. **Franquias tem até março para se adequar ao novo marco legal**. 2020. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Franquias/noticia/2020/01/franquias-tem-ate-marco-para-se-adequar-ao-novo-marco-legal.html>. Acesso em: 14 out. 2020.

JUSTEN, Marçal, Filho. **ISS e as atividades de “Franchising”** in Revista de Direito Tributário, vol. 64, São Paulo: Ed. Malheiros, p. 242/256.

MELO, Celso Antônio, Bandeira de. **Curso de Direito Administrativo**. 17^o edição. São Paulo. Editora Malheiros. 2014.

MOURA, Ana Paula Pitta. **As principais novidades da nova Lei de Franquias**. 2020. Disponível em: <https://www.oabes.org.br/artigos/as-principais-novidades-da-nova-lei-de-franquias-49.html>. Acesso em: 03 out. 2020.

MOURÃO, Alberto. **Projeto de Lei**. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1022816&filename=PL+4386/2012. Acesso em 31 ago de 2020.

NASRALLA, Waquil Victor. **Contrato de franquia e obrigação de não concorrência**. 2017. Disponível em: <https://vnasralla.jusbrasil.com.br/artigos/400839216/contrato-de-franquia-e-obrigacao-de-nao-concorrencia>. Acesso em: 28 out. 2020.

NOGUEIRA, Nádia, Lemos; SILVA, Keuson, Nilo. **O Sistema de Franquias**. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/franquias_portal_sebrae.pdf. Acesso em 31 ago de 2020.

PEREIRA, Caio, Mário da Silva. **Instituições de Direito Civil: Contratos**. 20^o edição. São Paulo. Editora Forence. 2016.

PEREIRA, Caio Mário, da Silva. **Instituições de direito civil. vol. III, X**. Rio de Janeiro. Editora Forence. 2010.

RAMOS, André, Luiz Santa. **Direito Empresarial Esquematizado**. 7^a edição. São Paulo. Faz Gen. 2017.

Redecker, Ana Cláudia. **Franquia empresarial**. 1º edição. São Paulo. Editora Memória Jurídica. 2002.

ROQUE, Sebastião José. **Do contrato de franquia empresarial: Coleção elementos de direito**. 1º edição. São Paulo. Editora Ícone. 2012.

TAVARES. André, Fagundes. **Comentários acerca da nova Lei de Franquias (Lei n. 13.966/2019)**. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/79638/comentarios-acerca-da-nova-lei-de-franquias-lei-n-13-966-2019>. Acesso em: 03 out. 2020.

TEIXEIRA, Tarcísio. **Direito Empresarial Sistematizado**. 7º edição. São Paulo. Saraiva Educação. 2018.

VENOSA, Silvio. **Franquia e alguns apontamentos sobre a nova lei**. 2020. Disponível em: <http://genjuridico.com.br/2020/01/09/franquia-apontamentos-nova-lei/>. Acesso em: 03 out. 2020.