



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

MARCELA TORRETI ZWICKER

**ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE A LEI DE FRANQUIA VIGENTE E
O PROJETO DE LEI 3.234 DE 2012**

Assis

2015

MARCELA TORRETI ZWICKER

**ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE A LEI DE FRANQUIA VIGENTE E
O PROJETO DE LEI 3.234 DE 2012**

Trabalho de Conclusão de
Curso apresentado ao Instituto
Municipal de Ensino Superior de
Assis, como requisito do Curso
de Graduação.

Orientador: Leonardo de Gênova

Área de Concentração: Direito Empresarial

Assis

2015

FICHA CATALOGRÁFICA

ZWICKER, Marcela Torreti

Análise Comparativa Entre a Lei de Franquia Vigente e o Projeto de Lei 3.234 de 2012/
Marcela Torreti Zwicker. Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA – Assis, 2015.
53 p.

Orientador: Leonardo de Gênova

Trabalho de Conclusão de Curso – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA

1. Franquia 2. Projeto de lei 3. Lei 8.955/94 4. Projeto de Lei 3.234/12 5. Comparação

CDD: 340

Biblioteca da FEMA

ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE A LEI DE FRANQUIA VIGENTE E O PROJETO DE LEI 3.234 DE 2012

MARCELA TORRETI ZWICKER

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Instituto Municipal de
Ensino Superior de Assis, como
requisito do Curso de Graduação,
analisado pela seguinte comissão
examinadora:

Orientador: Leonardo de Gênova

Analisador (1): _____

Assis

2015

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, Sandra e Luciano, pela paciência que sempre tiveram e por me ensinarem como trilhar meu próprio caminho mesmo sem nunca terem deixado de me acompanhar, sendo sempre minha base em todos os momentos vividos.

À minha irmã Rafaela, que é o anjo da minha vida e desde sempre foi a minha alegria.

AGRADECIMENTOS

À Deus, pela força, saúde e sabedoria para que fosse possível trilhar esse caminho sempre com a cabeça erguida.

Ao professor Leonardo de Gênova, que nunca deixou transparecer outro sentimento que não fosse a calma, e com sua serenidade, sempre me motivou a fazer o melhor que fosse capaz.

Aos meus amigos, Ana Carolina Modotti Manzano, pelas incontáveis horas de conversas e risadas para diminuir o nervosismo, mas, principalmente, pela sua amizade e presença em minha vida; e Victor Toledo Manfio, pelo apoio de sempre, e por ter tido a paciência para me acalmar durante tantas horas de preocupação, sendo indispensável nesses meses de trabalho, muito obrigada por tudo.

À minha irmã Rafaela, por estar comigo em todos os momentos, não importando quais sejam eles, e por ser a melhor irmã-amiga que eu poderia ter.

Ao meu pai, pela alegria e paz que traz para a minha vida, pela sabedoria e cuidado inigualáveis.

À minha mãe, por sempre saber o que dizer, pela segurança que traz e força que tem e me ensina a ter.

Agradeço a ambos, igualmente, por serem a base da minha vida e os melhores pais que eu poderia ter.

Aos professores da FEMA, pelo conhecimento passado sempre da melhor maneira, com muita dedicação e carinho por todos nós.

“A utopia está lá no horizonte. Me aproximo dois passos, ela se afasta dois passos. Caminho dez passos e o horizonte corre dez passos. Por mais que eu caminhe, jamais alcançarei. Para que serve a utopia? Serve para isso: para que eu não deixe de caminhar”.

Eduardo Galeano
(1940-2015)

RESUMO

Este trabalho traz uma apresentação geral a respeito das franquias, tanto em aspectos históricos quanto conceituais, mas tem como objetivo principal permitir o conhecimento a respeito do Projeto de Lei 3.234 de 2012, o qual modifica a Lei 8.955 de 1994, lei vigente atualmente no Brasil e que trata dos contratos de franquia. Viabiliza uma comparação entre essas duas leis, para que seja possível entender quais foram as modificações ocorridas, sendo as principais delas o fato de que, com o projeto, passará a ser regulado o sistema de franquia como um todo, e não somente os contratos, como é atualmente; algumas alterações na Circular de Oferta também ocorreram, além da inclusão do setor público no sistema de franquias, o que é algo totalmente novo e que na legislação vigente não é possível. Este assunto não é ainda algo muito noticiado e estudado, posto que é um Projeto relativamente novo. Porém, o crescimento das franquias no Brasil vem ocorrendo de maneira muito rápida, se tornando importante o conhecimento a respeito das formas de regulamentação desse sistema, portanto essa análise também tem a finalidade de ser uma das primeiras a tratar dessas mudanças e comparações, podendo assim servir como base para próximos estudos sobre o tema.

Palavras-chave: Franquia; Projeto de Lei 3.234/12; Comparação Entre Leis; Alterações

ABSTRACT

This paper presents an overview about the franchise, both in historical and conceptual aspects, but mainly aims to allow the knowledge of the Law Project 3.234 of 2012, which modifies the Law 8.955 of 1994, which is the current law in Brazil and deals with franchising agreements. It enables a comparison between these two laws, so that people can understand what were the alterations, being the major of them the fact that, with the project, it will deal with the franchise system as a whole, and not only agreements, as it currently is; some changes in the Offering Circular also occurred, plus the inclusion of the public sector in the franchise system, which is something totally new and that, in the current legislation, is not possible. This issue is not something very publicized and studied, since it is a relatively new project. However, the growth of franchises in Brazil has been occurring very quickly, and the knowledge about the forms of this system regulation is becoming more and more important, therefore, this analysis also aims to be among the first to deal with these changes and comparisons, and thus can be a basis for future studies on the subject.

Keywords: Franchise; Law Project 3.234/12; Laws Comparison; Changes

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABF – Associação Brasileira de Franchising

COF- Circular de Oferta de Franquia

GIPI- Grupo Interministerial Sobre Propriedade Intelectual

IAB – Instituto dos Advogados Brasileiros

OMC – Organização Mundial do Comércio

TRIPs – Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights

(Acordo Sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. NOÇÕES HISTÓRICAS.....	13
2.1. NO MUNDO.....	13
2.2. NO BRASIL.....	15
3. NOÇÕES GERAIS.....	17
3.1. CONCEITO.....	17
3.2. REQUISITOS.....	20
3.3. FUNÇÃO ECONÔMICA E SOCIAL DO CONTRATO DE FRANQUIA.....	22
3.4. LEGISLAÇÃO.....	24
3.5. FRANQUIA E O CONTRATO DE TRABALHO.....	31
4. NOVOS ASPECTOS JURÍDICOS NA LEI DE FRANQUIA.....	34
4.1. PROJETO DE LEI Nº 3.234/2012.....	34
4.2. COMPARAÇÃO DA LEI EM VIGOR COM O PROJETO DE LEI 3.234/2012.....	41
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
REFERÊNCIAS.....	52

1. INTRODUÇÃO

Com o grande crescimento dos sistemas de franquia no país, não há dúvidas de que deve haver uma maior preocupação em regulamentar as relações decorrentes desses negócios da melhor forma possível, tanto para o franqueado quanto para o franqueador, de modo que possam ter conhecimento de seus direitos e deveres e se vejam amparados por uma legislação sólida para que ambos tenham segurança em suas relações contratuais. Dessa forma, o presente trabalho tem o objetivo de trazer ao conhecimento das pessoas as mudanças inseridas no Projeto de Lei 3.234 de 2012, o qual altera a legislação de franquia nº 8.955/94, que vige atualmente no Brasil. O trabalho se apresenta em três capítulos, os quais se dividem em alguns subcapítulos, da seguinte maneira:

O primeiro capítulo traz informações históricas, como por exemplo, como foi o início das franquias, tanto mundialmente quanto no Brasil, quais foram as empresas que deram início e de que forma esse modo de comercializar foi se expandindo até se tornar o grande sistema que é hoje.

Já o segundo capítulo visa dar um olhar geral sobre as franquias, iniciando por conceitua-las, de forma a deixar bem explicado sua definição a partir da ideia de diversos autores e até mesmo dos próprios franqueadores, além de pontuar os requisitos básicos que os contratos de franquia devem atender. Demonstra ainda que esse sistema tem uma função econômica e social, como por exemplo, gerar inúmeros empregos para a sociedade e fazer com que cresça a economia e, principalmente, a concorrência entre as marcas e empresas, sendo que todo esse conjunto acaba beneficiando tanto os franqueados e franqueadores, quanto também os consumidores. Este segundo capítulo também apresenta a Lei 8.955/94, a qual regula os contratos de franquia atualmente no Brasil, com breves análises sobre esta e, por fim, o fato de os contratos de franquia não se procederem através da justiça do trabalho, e sim pela justiça comum, visto que não existe relação de emprego entre as partes.

O terceiro e último capítulo, apresenta as comparações entre a lei vigente atualmente no país e o Projeto de Lei 3.234/12, apontando o que foi e o que não foi alterado, de forma a possibilitar o conhecimento acerca desse tema ainda pouco discutido.

2. NOÇÕES HISTÓRICAS

Este capítulo irá abordar as questões históricas do sistema de franquias, tanto no Brasil quanto no mundo, sem as quais seria muito difícil entender como se iniciou todo esse gigante processo que hoje conhecemos, e que interessa a tanta gente, movimenta tantos recursos e possibilita que muitas pessoas explorem seus lados empreendedores, podendo ter seus próprios negócios e ao mesmo tempo serem seus próprios patrões.

2.1- NO MUNDO

Se fizermos uma breve pesquisa sobre a história das franquias, iremos encontrar que a origem do termo “*franchising*”, vem de uma expressão do francês antigo “*franc*”, a qual significa transferência de um direito, concessão exclusiva, outorga de um privilégio. As cidades francas eram as cidades nas quais a circulação, fosse das pessoas, serviços ou bens, era gratuita.

Já o surgimento da franquia em si, data-se da Idade Média, época do feudalismo, quando o poder estava diretamente ligado com posse de terras. Um exemplo disso é a concessão que a Igreja dava a alguns senhores feudais para que eles cobrassem tributos dos camponeses pela utilização das terras, tendo em troca o pagamento de um percentual.

Segundo Milman (1996, p. 31), “O Senhor Feudal, que servia ao Primaz da Igreja, concentrava poderes plenos sobre seus comandados, exigindo-lhes tributos pela utilização dos caminhos de seu território (o pedágio)”.

A história continua, se avançarmos no tempo, ainda de acordo com Milman (1996), por volta de 1860, quando a empresa de máquinas de costura Singer Sewing Machine, começou a conceder o direito de uso da sua marca, assim como de comercialização de seus produtos, para outros comerciantes, como uma forma de aumentar seu mercado sem ter que dispor de muito dinheiro, estabelecendo oficialmente, e pela primeira vez, o que hoje conhecemos por franquias. Essa forma de expansão fez tanto sucesso, que logo atingiu outras grandes empresas, tais como General Motors, em 1898 e Coca-Cola, em 1899.

O *franchising* passou por grandes desenvolvimentos, pois o que antes se referia somente a máquinas e fórmulas industriais, agora também passava a se relacionar a produtos e serviços como supermercados, empresas de locação de carros, alimentos em geral e até mesmo companhias de petróleo.

De fato, o grande estouro do sistema de franquias nos Estados Unidos, ocorreu após a Segunda Guerra Mundial, quando os soldados americanos voltaram para suas casas literalmente sem rumo. Estavam sem emprego, com pouca experiência no mercado, mas querendo trabalhar e sendo incentivados por um plano de financiamento do Governo Federal, o *Small Business Administration* (MILMAN, 1996, p.33). Viram então no *franchising* uma forma de se profissionalizar, ter segurança econômica e autonomia. Nessa época já estavam disponíveis franquias como Hertz (locação de veículos), Roto Rooter (limpeza de encanamentos), além de ter sido durante todo esse movimento que surgiu a primeira unidade do McDonald's, assim como Burger King e KFC.

Deixando os Estados Unidos e partindo para a Europa, a modernização do contrato de franquias ali chegou no começo dos anos setenta, pois é importante lembrar que as primeiras origens desse sistema estavam na própria Europa Medieval. Houve, num primeiro momento, uma certa resistência dos europeus em relação às franquias, pois era um sistema que levava muito em consideração o tipo de vida, os costumes e interesses dos norte-americanos, o que era diferente e deixava em certa desvantagem a cultura e a economia locais. Além desses, também havia os problemas jurídicos, como por exemplo, a cláusula de territorialidade, a qual estabelecia que a atividade franqueada poderia ter dominação do mercado em determinada área geográfica, o que era proibido pelo sistema continental. Problemas esses que foram sendo resolvidos, e sistemas legais que foram sendo adaptados na medida do possível, para que franquias pudessem ser instaladas no continente e se tornassem o sucesso que hoje são.

2.2- NO BRASIL

O sistema de franquias se instalou no Brasil no início dos anos 60, uma época na qual as circunstâncias não poderiam ser melhores: com os meios de comunicações tendo avanços cada dia maiores, o povo se via mais e mais influenciado por novelas e comerciais de televisão, tendo que viver, se vestir e se comportar todos da mesma forma. Se não estivessem no padrão, não se encaixavam nos moldes da sociedade. As pessoas tinham necessidade de marcas internacionais, e nada melhor para atender essa necessidade do que um sistema de *franchising*.

Dentre todas essas novas situações que estavam sendo vivenciadas, inúmeros eram os fatores que contribuíam para que o franchising fosse implantado no Brasil. Segundo Cruz (1993, p. 56):

Dimensões continentais com graves problemas de distribuição, padrões de necessidade de consumo não atendidas plenamente, demanda com exigência de padronização gerada pela veiculação nacional da comunicação, o número cada vez maior de pequenos empresários com grande vitalidade, mas sem apoio e preparo.

Pouco a pouco, ser franqueado de uma marca, fosse de um produto ou serviço, passou a ser esperança de sucesso.

O Brasil iniciou sua experiência com franquias com as escolas de inglês Yázigi e CCAA, logo abrindo portas para outras empresas, incluindo o McDonald's, em 1979.

No ano de 1987 foi criada a ABF - Associação Brasileira de Franchising, uma entidade sem fins lucrativos com o objetivo de divulgar o sistema de franchising no Brasil, pois a franquia por vezes era, e ainda é (ainda que menos, nos dias de hoje), uma ótima possibilidade deixada de lado por não ser conhecida muito a fundo, além de incentivar técnicas de melhorias de atuação dos associados, estabelecer padrões de prática do *franchising* no Brasil, para que esse sistema possa ter a seriedade que lhe é cabível e também promover a defesa desse sistema junto às autoridades.

Segundo a própria ABF, existem 3 principais motivos para que, nos dias de hoje, a franquia venha fazendo cada vez mais sucesso no Brasil: 1) com a diminuição dos empregos no país, as pessoas foram levadas para o lado do espírito empreendedor, encontrando uma forma de ter seu próprio negócio e ser seu próprio patrão; 2) muitas vezes um empresário tem vontade de expandir seu negócio, mas não tem recursos para investir, e a franquia possibilita essa expansão sem que haja a necessidade de se dispor de tantos recursos; 3) o perfil criativo e empreendedor do povo brasileiro (www.abf.com.br).

3. NOÇÕES GERAIS

Nesta fase do trabalho, serão abordados pontos gerais a respeito do contrato de franquias, para que seja possível uma melhor compreensão acerca do tema em questão, como por exemplo, definições conceituais, requisitos desse tipo de contrato e quais efeitos sociais e econômicos as franquias trazem para a sociedade como um todo. Traz a própria lei de franquias que vige atualmente no país, para que caiba uma comparação, posteriormente, em relação ao projeto de Lei do qual trata este trabalho, além de demonstrar também a não existência de vínculo empregatício entre franqueado e franqueador, fazendo, por isso, com que esse tipo de contrato se proceda pela justiça comum.

3.1- CONCEITO

É impossível negar que, nas circunstâncias em que vivemos hoje, podemos até não saber conceituar ou explicar exatamente o que é uma franquia ou como funciona seu sistema, mas todos nós estamos mais do que acostumados a conviver com dezenas e até centenas delas espalhadas por aí, seja nas ruas, nos shoppings ou até mesmo em pequenos quiosques. Talvez nunca tenhamos utilizado os serviços de algumas delas ou consumido os produtos de outras, mas com certeza sabemos que existem, onde estão e para que servem. E esse é um dos motivos pelo qual o sistema de *franchising* está crescendo cada dia mais, tanto aqui no Brasil quanto no resto do mundo: a segurança que o empreendedor tem em relação a várias situações, seja porque a marca já é conhecida no mercado, tem uma boa reputação por já ter sido testada por outros franqueadores; ou até mesmo pelo fato de ter um certo apoio do próprio franqueador a respeito do plano de negócios, o que acarreta menor risco financeiro para quem está iniciando, e essa ideia é trazida por André Bedin Pirajá e Maria Eugênia Canesin, nas seguintes palavras:

A franquia, disciplinada pela Lei 8.955/1994, é uma forma de comércio que visa à exploração econômica, objetivada por pessoas inexperientes ou que, por ventura, buscam iniciar a atividade empresarial com base em técnicas

pré-estudadas e aperfeiçoadas pelo franqueador, possibilitando, com isso, a sua entrada no mercado consumidor de forma agressiva, usando o know-how da marca franqueadora.

Em termos conceituais, podemos contar com a definição legal, de acordo com a Lei n. 8.955 de 15-12-1994, a qual regula atualmente os contratos de franquia empresarial no Brasil, e que dispõe, em seu art 2º, da seguinte maneira:

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 semiexclusiva de produtos ou serviços e, eventualmente, também o 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.

Além de definições de alguns autores, tal qual Fábio Ulhoa Coelho (2013, p. 492):

A franquia é um contrato pelo qual um empresário (franqueador – *franchisor*) licencia o uso de sua marca a outro (franqueado – *franchisee*) e presta-lhe serviços de organização empresarial, com ou sem venda de produtos. Por meio deste tipo de contrato, uma pessoa com algum capital pode estabelecer-se comercialmente, sem precisar proceder ao estudo e equacionamento de muitos dos aspectos do empreendimento, basicamente os relacionados com a estrutura administrativa, treinamento de funcionários e técnicas de marketing. Isto porque tais aspectos encontram-se já suficiente e devidamente equacionados pelo titular de uma marca de comércio ou serviço e ele lhe fornece os subsídios indispensáveis à estruturação do negócio.

Ou de acordo com Menezes Cordeiro, professor de Direito e advogado português, (1988 apud Milman, Fabio, 1996, p.18), que conceitua o instituto como “uma pessoa – o franquiador – concede a outra – o franquiado – a utilização, dentro de certa área, cumulativamente ou não, de marcas, nomes, insígnias comerciais, processos de fabrico e técnicas empresariais e comerciais, mediante contrapartidas”.

Seguindo o conceito de Paulo César Mauro (2007, p. 20):

O franchising é um sistema por meio do qual uma empresa possuidora de know-how de produção e/ou distribuição de determinado produto ou serviço, sendo também normalmente possuidora de marca conceituada, cede a terceiros, possuidores de capital, o direito exclusivo de distribuição de seus produtos ou serviços, em determinado local ou região, por determinado período fixado, seguindo seus padrões de operação.

Para aperfeiçoar ainda mais a questão conceitual, pode-se trazer outra definição, tal como a de Fran Martins (p. 485, apud Mazzafera, Luiz Braz, 2002, p. 328):

Consiste a franquia na concessão de uma determinada pessoa, que se constitui em empresa, de marcas de produtos devidamente registradas, já perfeitamente conhecidas do público e aceitas por sua qualidade, seu preço, etc.. O franqueador (franchissor), além de oferecer a distribuição dos produtos, também assegura assistência técnica e informações continuadas sobre o modo de comercializá-los (...)

Apresentados alguns desses conceitos, e explicando de forma simplificada, a franquia nada mais é do que um contrato através do qual o franqueador vai disponibilizar ao franqueado o direito de utilização da sua marca, do seu know-how, modelo de infraestrutura, marketing, assim como a distribuição exclusiva ou semi-exclusiva de seus produtos e serviços em uma determinada área.

Para o franqueador, é uma forma de distribuir seus produtos e/ou serviços mais facilmente, fazer seu negócio crescer sem ter que fazer um investimento tão pesado de recursos e de manter as vantagens da pequena empresa, uma vez que não tem 100% de responsabilidade sobre as franquias, tendo os franqueados para isso.

Já para o franqueado, é uma maneira de abrir seu próprio negócio contando com o conhecimento técnico prévio de alguém com mais experiência, no caso, o franqueador, para lidar com a gestão desse empreendimento, e também tem a vantagem de trabalhar com uma empresa que já tem um “nome” feito, o que aumenta as chances de sucesso.

Além de tornar a rede mais forte, a interação entre o franqueador e franqueado tem como objetivo beneficiar o consumidor final.

3.2 – REQUISITOS

Os contratos de franquia são classificados de acordo com alguns requisitos, e de acordo com o autor Luiz Edmundo Appel Bojunga, o *franchising* é um negócio jurídico atípico, bilateral, comutativo, misto, *intuitu personae*, por adesão, de duração, consensual e não solene.

É um contrato atípico, ou seja, apesar de ser disciplinado por uma lei específica, essa lei não define direitos e deveres de franqueados e franqueadores, decorrendo estes de cláusulas contratuais livremente pactuadas. Segundo Luiz Edmundo Appel Bojunga (Revista AJURIS – n. 46 – Julho 1989 – p. 168) “A tipicidade do ajuste decorre da finalidade contratual. O elemento causa é o preponderante. Nos contratos típicos ou nominados, sua fisionomia possui disciplina legislativa, ao passo que nos atípicos ou inominados, como é o caso da franquia, embora possuindo designação específica, carecem de disciplina singular”.

Apresenta-se como bilateral, pois é um negócio jurídico que, quando celebrado, cria direitos e deveres para ambas as partes envolvidas. Isso significa que, tanto franqueado quanto franqueador acabam sendo credores e devedores dessa relação. Nas palavras de Luiz Edmundo Appel Bojunga (Revista AJURIS – n. 46 – Julho 1989 – p. 165):

“O contrato em *franchising (franchise)* é um negócio jurídico bilateral, isto é, ato jurídico que cria, extingue ou modifica obrigações de conteúdo patrimonial, cujos efeitos são suportados pelas partes. O contrato bilateral também é designado sinalagmático, do grego *sinallagma*, que significa contrato com reciprocidade. Esta reciprocidade importa em que cada parte fique responsável por sua prestação (*ultra citroque obligatio*). Nos contratos bilaterais como os de franquia, ambas as partes ocupam simultaneamente a dupla posição de credores e devedores”.

É também um negócio jurídico comutativo, porque ambas as partes têm prestações e sabem quais são elas. Sabem também que existe uma certa equivalência entre elas, como, por exemplo, o franqueador vai ceder a marca, os serviços, os produtos, etc. Enquanto o franqueado que investiu uma determinada quantia para obter essas coisas, terá a facilidade de lidar com uma marca conhecida, um serviço que provavelmente já é aprovado por clientes, etc. É uma via de mão dupla. O autor em questão, Luiz Edmundo Appel Bojunga (Revista AJURIS – n. 46 – Julho 1989 – p. 167), aponta que “no contrato comutativo bilateral que é o *franchise* pode não ocorrer uma equivalência objetiva das prestações (de variadas naturezas), sendo, entretanto, fundamental uma equivalência subjetiva. Cada contratante conhece e identifica os seus próprios proveitos”.

Refere-se ao contrato de franquia como sendo misto, pois, muitas vezes ocorre a junção de instrumentos contratuais, como, por exemplo, a licença de uso da marca pelo franqueador ao franqueado, a assistência técnica, os fornecedores, etc. São todos contratos necessários a esse negócio maior denominado franquia.

O instituto *Intuitu Personae*, se caracteriza pelo fato de o contrato em questão deve ser cumprido pessoalmente pelas partes que o contrataram. Para que seja bem analisado, segundo Rogério Alvaro Serra de Castro, advogado e membro do IAB, deve-se primeiro saber se o franqueado se caracteriza por pessoa física ou jurídica. Sendo uma pessoa física, o que é, grande parte das vezes, exigido pelas franquias, a principal consequência é a de que, se o contratante vier a falecer, dá-se por extinto o contrato, uma vez que as obrigações eram personalíssimas. Sendo uma pessoa jurídica, é indiferente o falecimento do contratante se um dos sócios puder continuar o contrato.

De acordo com Fabio Milman (1996, p. 47), é de duração pois “É um contrato que traz obrigações sucessivas e permanentes, enquanto vigente (o que pode ser estabelecido para tempo certo, ou para tempo indeterminado)”, sendo assim, são obrigações que perduram no tempo.

Seguindo a lógica do advogado Rogério Alvaro Serra de Castro “contrato consensual não é aquele em que ocorre o consenso (o consenso é necessário em

todos os contratos), mas aquele pelo qual o consenso, sempre necessário, é também suficiente”, é, portanto, considerado o contrato de franquia como consensual e não-solene, pois não demanda nenhum tipo de formalidade ou solenidade para sua fixação, apesar de, na maioria das vezes, serem celebrados por escrito e de forma particular.

3.3- FUNÇÃO ECONÔMICA E SOCIAL DO CONTRATO DE FRANQUIA

Não se pode negar que a forma de comercializar sofreu intensas mudanças com o surgimento das franquias.

Durante anos, as relações de comércio foram muito simples, sendo realizadas através das trocas de mercadorias, uma vez que não havia moedas para pagamentos e a produção era feita em pequena escala, já que também não havia locais para conservação dos produtos.

A partir da Revolução Industrial, passou-se a produzir mais e com mais intensidade, para atingir cada vez mais pessoas, e com essa produção em massa tornando-se maior, o comerciante local, que antes era suficiente para vender seus produtos, agora já não o era mais, fazendo-se necessária uma nova forma de dar evasão àqueles produtos no mercado, chegando assim, à primeira nova maneira de distribuição em massa dessas mercadorias: a loja de departamentos, que entre inúmeros mecanismos, faz presente até os dias de hoje no mercado, características indispensáveis tais quais a alta rotatividade e grande capacidade de estocar produtos, marketing forte, preços baixos, entre outras, havendo, nessa época, um predomínio de grandes lojas.

O século XX foi marcado por grandes produções, e ainda mais, por um enorme aumento do consumo, pois as pessoas estavam consumindo cada vez mais, buscando atingir um bem-estar físico, mental e moral. Como consequência disso, houve o chamado “boom” no comércio, com um desenvolvimento estrondoso, onde os comerciantes estavam sempre tentando atender as exigências dos consumidores,

buscando aumentar seus negócios através dos mais variados caminhos, fosse investindo seu próprio dinheiro, com auxílio de terceiros, investindo em filiais e até mesmo procurando associações ou cooperativas, isso tudo como forma de expandir e adquirir novos consumidores.

Dessa necessidade de consumo cada vez maior, surgiu um tipo de atividade econômica que hoje se conhece por distribuição. Essa distribuição, que antes apenas implicava em transportar produtos, estocar, etc., agora tem uma concepção muito mais forte e essencial na economia e de extrema utilidade para o mercado e a comercialização.

Nesse contexto de implantação de grandes redes de distribuição, nos últimos anos, as franquias ganharam grande vista e espaço devido à eficiência do sistema, que permite ao franqueado, muitas vezes sem experiência alguma, obter sucesso através de uma marca já conhecida, de maneira mais fácil e sem ter que dispor de tanto dinheiro.

Se por um lado o franqueado tem uma certa ligação com o franqueador por necessitar de seu auxílio e base de conhecimento a respeito da franquia em si, por outro não existe nenhum vínculo entre as partes no que diz respeito à subordinação jurídica e administrativa. Seguem as palavras de Adriana Mandim Theodoro de Mello (2001, p.49):

Por outro lado, a par da inarredável subordinação econômica a que o franqueado se sujeita, com o fim de manter a imagem e a qualidade dos produtos e serviços do franqueador, o franqueado mantém sua autonomia jurídica e administrativa, sem resquícios de subordinação ao franqueador, A gestão administrativa e financeira da empresa será livre, acompanhando as viabilidades e conveniências da empresa e as peculiaridades do mercado local. A função do franqueador será de fiscalizar a manutenção do padrão de qualidade e o respeito às características de seus produtos e serviços, de forma a integrar a rede de franqueados.

O crescimento dessa área de franquias fez com que crescesse a concorrência entre grandes marcas, beneficiando assim, os consumidores de uma forma geral, que

veem nessa concorrência alternativas de produtos e serviços de qualidades cada vez melhores e com preços justos. Além de, é claro, ter aumentado também a taxa de empregabilidade no Brasil, por exemplo, como aponta Adriana Mandim Theodoro de Mello em sua obra (2001, p. 50):

Segundo recente pesquisa promovida pela Associação Brasileira de Franchising – ABF, o setor de franquias cresceu, 30% (trinta por cento), nos cinco anos do Plano Real. Em razão dessa expansão, a taxa de empregos tem-se apresentado em curva ascendente, estimando-se que até o fim do ano de 1999 tenham sido gerados 300 mil postos de trabalho, o que representa um incremento à taxa de 12% se comparado ao ano de 1998.

A circulação econômica desse tipo de negócio é muito grande, trazendo progresso e desenvolvimento, tanto técnico como econômico, para as áreas onde é adotado.

Concluindo o raciocínio, e ainda seguindo os dizeres de Adriana Mandim Theodoro de Mello (2001, p, 53):

Um acordo de vontades que respeite esses interesses econômicos diversos e contrapostos que movem as partes, estabelecendo regras de cooperação para alcançar o objetivo comum (a captação da clientela e o aumento da rentabilidade), estará cumprindo sua função econômica, que é aceita e legitimada pela vontade social.

Isso significa que, um contrato de franquia tem como objetivo comum a conquista de clientes que venham trazer lucros para ambas as partes, tanto franqueado como franqueador, os quais trabalharão da melhor forma, visando esse fim, de forma a trazer, conseqüentemente, melhores condições para os consumidores.

3.4- LEGISLAÇÃO

Por volta dos anos 90, o sistema de franquias vinha crescendo a cada dia, e não havia uma lei que regulasse esse novo tipo de comércio. Via-se a necessidade dessa regularização, para que houvesse uma maior segurança para ambas as partes que viessem a aderir o contrato, surgindo então, em 1994, a Lei 8.955, pertinente aos

contratos de franquia empresarial, e que está vigente até os dias atuais, ainda que seja considerada, de certa forma, insuficiente para atender à todas as necessidades de franqueados e franqueadores, e exista um Projeto de Lei em trâmite, que dispõe de forma mais completa sobre o tema, assunto este que será tratado mais a fundo no próximo capítulo.

Mas de forma a expor um tanto mais a fundo o assunto em questão, e poder discutir, mais adiante, as mudanças a serem feitas no Projeto de Lei 3234/2012, deve-se apresentar aqui a Lei 8.955/94, que estabelece os 11 artigos vigentes da seguinte maneira:

Art. 1º Os contratos de franquia empresarial são disciplinados por esta lei.

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.

Art. 3º Sempre que o franqueador tiver interesse na implantação de sistema de franquia empresarial, deverá fornecer ao interessado em tornar-se franqueado uma circular de oferta de franquia, por escrito e em linguagem clara e acessível, contendo obrigatoriamente as seguintes informações:

I - Histórico resumido, forma societária e nome completo ou razão social do franqueador e de todas as empresas a que esteja diretamente ligado, bem como os respectivos nomes de fantasia e endereços;

II - Balanços e demonstrações financeiras da empresa franqueadora relativos aos dois últimos exercícios;

III - Indicação precisa de todas as pendências judiciais em que estejam envolvidos o franqueador, as empresas controladoras e titulares de marcas, patentes e direitos autorais relativos à operação, e seus subfranqueadores, questionando especificamente o sistema da franquia ou que possam diretamente vir a impossibilitar o funcionamento da franquia;

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

V - Perfil do franqueado ideal no que se refere a experiência anterior, nível de escolaridade e outras características que deve ter, obrigatória ou preferencialmente;

VI - Requisitos quanto ao envolvimento direto do franqueado na operação e na administração do negócio;

VII - Especificações quanto ao:

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

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

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

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

a) remuneração periódica pelo uso do sistema, da marca ou em troca dos serviços efetivamente prestados pelo franqueador ao franqueado (royalties);

b) aluguel de equipamentos ou ponto comercial;

c) taxa de publicidade ou semelhante;

d) seguro mínimo; e

e) outros valores devidos ao franqueador ou a terceiros que a ele sejam ligados;

IX - Relação completa de todos os franqueados, subfranqueados e subfranqueadores da rede, bem como dos que se desligaram nos últimos doze meses, com nome, endereço e telefone;

X - Em relação ao território, deve ser especificado o seguinte:

a) se é garantida ao franqueado exclusividade ou preferência sobre determinado território de atuação e, caso positivo, em que condições o faz; e

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

XI - 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, oferecendo ao franqueado relação completa desses fornecedores;

XII - Indicação do que é efetivamente oferecido ao franqueado pelo franqueador, no que se refere a:

a) supervisão de rede;

b) serviços de orientação e outros prestados ao franqueado;

c) treinamento do franqueado, especificando duração, conteúdo e custos;

d) treinamento dos funcionários do franqueado;

e) manuais de franquia;

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

g) layout e padrões arquitetônicos nas instalações do franqueado;

XIII - Situação perante o Instituto Nacional de Propriedade Industrial - (INPI) das marcas ou patentes cujo uso estará sendo autorizado pelo franqueador;

XIV - Situação do franqueado, após a expiração do contrato de franquia, em relação a:

a) know how ou segredo de indústria a que venha a ter acesso em função da franquia;
e

b) implantação de atividade concorrente da atividade do franqueador;

XV - 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 e prazo de validade.

Art. 4º A circular 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 pessoa ligada a este.

Parágrafo único. Na hipótese do não cumprimento do disposto no caput deste artigo, o franqueado poderá argüir a anulabilidade do contrato e exigir devolução de todas as quantias que já houver pago ao franqueador ou a terceiros por ele indicados, a título de taxa de filiação e royalties, devidamente corrigidas, pela variação da remuneração básica dos depósitos de poupança mais perdas e danos.

Art. 5º (VETADO).

Art. 6º O contrato de franquia deve ser sempre escrito e assinado na presença de 2 (duas) testemunhas e terá validade independentemente de ser levado a registro perante cartório ou órgão público.

Art. 7º A sanção prevista no parágrafo único do art. 4º desta lei aplica-se, também, ao franqueador que veicular informações falsas na sua circular de oferta de franquia, sem prejuízo das sanções penais cabíveis.

Art. 8º O disposto nesta lei aplica-se aos sistemas de franquia instalados e operados no território nacional.

Art. 9º Para os fins desta lei, o termo franqueador, quando utilizado em qualquer de seus dispositivos, serve também para designar o subfranqueador, da mesma forma que as disposições que se refiram ao franqueado aplicam-se ao subfranqueado.

Art. 10. Esta lei entra em vigor 60 (sessenta) dias após sua publicação.

Art. 11. Revogam-se as disposições em contrário.

Antes do surgimento da Lei 8.955/94, os contratos de franquia no Brasil eram apenas regulados pelo Código Civil brasileiro e determinados pontos auxiliados pelo Código Comercial. Isso fazia com que não houvesse nenhum tipo de obrigação por parte do franqueador em repassar informações adequadas ao franqueado a respeito do seu negócio. Essa deficiência ligada à falta de regulamentação desse tipo de contrato, fez com que muitas franquias terminassem antes mesmo de obterem algum sucesso, devido à falta de comunicação e clareza nessa relação entre as partes envolvidas.

De acordo com o artigo 3º da lei, o franqueador deve fornecer ao franqueado a Circular de Oferta de Franquia, que consiste em um documento no qual devem estar contidas todas as informações de interesse do franqueado, para que este tenha ciência de todos os pormenores que dizem respeito ao negócio que está por ser firmado.

Segundo a especialista em franquias Claudia Bittencourt (O que é a circular de oferta de franquias? Em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/o-que-e-a-circular-de-oferta-de-franquias>> Acesso em: 28/06/2015):

É na COF que estão as informações que formarão o conhecimento do interessado sobre o negócio, como o histórico resumido, forma societária e nome completo ou razão social do franqueador e de todas as empresas a que

esteja diretamente ligado, bem como os respectivos nomes de fantasia e endereços. Informações financeiras, (...) todas as pendências judiciais (...). Uma descrição detalhada da franquia, com a visão geral do negócio e das atividades que serão desempenhadas pelo franqueado (...), o total estimado do investimento inicial necessário à aquisição, (...), o valor estimado das instalações, equipamentos e do estoque inicial e suas condições de pagamento. A COF deve trazer informações claras quanto às taxas periódicas e outros valores a serem pagos pelo franqueado ao franqueador, detalhando as respectivas bases de cálculo e como serão usados. Esta lista inclui a remuneração periódica pelo uso do sistema, da marca ou em troca dos serviços efetivamente prestados pelo franqueador ao franqueado (royalties), o aluguel de equipamentos ou ponto comercial, a taxa de publicidade ou semelhante e o seguro mínimo. Em relação ao território, deve ser especificado se é garantida ao franqueado exclusividade ou preferência sobre determinado território e se há possibilidade do franqueado realizar vendas ou prestar serviços fora de seu território ou realizar exportações. O documento fala ainda de informações claras e detalhadas quanto à obrigação do franqueado de adquirir quaisquer bens, serviços ou insumos apenas de fornecedores indicados e aprovados pelo franqueador, oferecendo ao franqueado relação completa desses fornecedores.

De acordo com André Bedin Pirajá e Maria Eugênia Canesin “Este rol não é exaustivo/taxativo e sim de caráter exemplificativo, pois é dever do franqueador apresentar todas as informações que achar necessárias para o bom desempenho do contrato, sempre visando à boa-fé contratual”.

Basicamente, é nesse documento que estão contidas todas as informações que servirão como alicerce tanto para o franqueado quanto para o franqueador, caso venha a ocorrer algum tipo de problema entre as partes. Alicerce esse, que poderá ser utilizado a favor do franqueador, como uma garantia, uma vez que não poderá ser alegado que informações foram omitidas, visto que estavam todas contidas nesta Circular e Oferta (COF); mas que também poderá ser usado contra, quando o franqueado vier a alegar que algo que estava contido na COF não foi devidamente cumprido. Seguindo o pensamento de Paulo César Mauro (2007, p. 45):

Talvez a providência mais importante trazido por essa lei, sem dúvida, foi a Circular de Oferta de Franquia – COF, documento inspirado no sistema norte-

americano, que instituiu a obrigatoriedade de entrega desse documento pelo franqueador para a comercialização de franquias, sendo que a nossa versão é bem menos rigorosa e burocrática, embora seja bastante rígida com os franqueadores quando da apresentação de suas franquias aos candidatos.

E ainda, segundo o mesmo:

A imposição legal de criação da Circular de Oferta de Franquia representou um importante avanço para o aprimoramento do instituto no país. A Circular deverá descrever o tipo de relação existente entre franqueador e o franqueado dentro do sistema de franchising, mostrando o papel de ambos na implantação e gestão do negócio, suas responsabilidades e direitos.

Ademais, apesar da Lei nº 8.955/94 dispor prioritariamente a respeito da relação entre franqueador e franqueado, também fez com que esse assunto fosse tratado com mais seriedade.

Quando foi promulgada, somente mais 5 países possuíam uma lei sobre o tema, hoje já são mais de 20.

3.5- FRANQUIA E O CONTRATO DE TRABALHO

A principal característica do contrato de franchising é a autonomia entre as empresas contratantes, ou seja, ambas estão obviamente interligadas por um contrato, mas possuem personalidades jurídicas diferentes. Isso leva ao entendimento de que não existe nenhum tipo de relação de emprego entre franqueado e franqueador, tal como apresentam Anré Bedin Pirajá e Maria Eugênia Canesin²:

A Lei de Franquias estabelece, ainda, que essa modalidade contratual não gera vínculo empregatício entre o franqueador e franqueado, uma vez que, ambos possuem suas respectivas empresas e não estão subordinados entre si. Desse modo, a empresa franqueada não será uma filial ou sucursal do franqueador, pois ela terá autonomia jurídica e financeira.

Acontece que, o contrato existente entre esses dois empresários, diz respeito ao fato de que o franqueador vai prestar auxílio, fornecer conhecimento, *know-how*, marca e até mesmo produtos ao franqueado de modo que este possa dar início e continuidade ao seu negócio de acordo com essa base. Não fornece o franqueador, porém, mão de obra, ou seja, a contratação dos empregados fica a cargo do próprio franqueado. É fato que isso não implica em nenhum tipo de subordinação jurídica entre essas empresas, visto que possuem personalidades jurídicas distintas.

Não é aplicável também, nos contratos de franquia, a subsidiariedade, observado que não existe uma relação entre o prestador de serviços do franqueado e o franqueador. Essa subsidiariedade se dá quando alguém é chamado para cumprir uma obrigação que não tenha sido cumprida pelo devedor principal, não existindo, portanto, no caso em tela, tal possibilidade já que, como dito anteriormente, a mão de obra é inteiramente de responsabilidade do franqueado, não havendo conexão alguma com a parte franqueadora.

Há, nesse viés de entendimento, jurisprudência do Tribunal Superior do Trabalho:

CONTRATO DE FRANQUIA. RESPONSABILIDADE SUBSIDIÁRIA. INAPLICABILIDADE DA SÚMULA 331, IV, DO TST. A jurisprudência se consolida no sentido de não enquadrar a hipótese de franquia, que se exaure porventura na transferência de marca, patente ou expertise, na regra que protege o trabalhador em casos de subcontratação de mão-de-obra. Por isso, não cabe a incidência da Súmula 331, IV, do TST, tendo em vista tratar-se de autêntico contrato civil, cuja relação direta se estabelece entre as empresas, franqueada e franqueadora, e, não, entre esta e o trabalhador, ressalvada, por óbvio, a hipótese de fraude. Recurso de revista conhecido e provido. (TST, RR 2581005620035020202 258100-56.2003.5.02.0202, Relator: Augusto César Leite de Carvalho, Julgamento: 06/06/2011, 6ª Turma).

Assim como também dos Tribunais Regionais de Trabalho:

RESPONSABILIDADE SUBSIDIÁRIA. SÚMULA 333, IV, DO C. TST. CONTRATO DE FRANQUIA. LEI 8955/94. O contrato de franquia não gera

responsabilidade subsidiária do franqueador. (TRT 2ª Região, rel. Luiz Edgar Ferraz de Oliveira. – Proc. 02681.2201.432.02.00-6 – 9ª Turma).

CONTRATO DE FRANQUIA. O contrato de franquia típico não enseja responsabilidade solidária ou subsidiária do franqueador, a teor do art. da Lei 8.955/94, que dispõe sobre o contrato de franchising. O contrato de franquia celebrado entre franqueado e franqueador distancia-se completamente da hipótese de terceirização e de grupo econômico, não ensejando responsabilização subsidiária ou solidária, a não ser no caso de haver desvirtuamento do contrato. Não restando provado nos autos tal desvirtuamento, não há como ser a reclamada franqueadora responsabilizada pelos direitos de natureza trabalhista dos empregados da franqueada. (TRT 16ª região, 1834200801616006 MA 01834-2008-016-16-00-6, Relator: AMÉRICO BEDÊ FREIRE, Data de Julgamento: 17/01/2012).

Ante o exposto, pode-se compreender que este é um negócio jurídico que se procede pela Justiça comum, posto que não existe vínculo empregatício entre as partes contratantes para que se proceda pela Justiça do Trabalho. A relação que se estabelece no contrato de *franchising* é de direito empresarial e de colaboração, sendo o franqueador, dessa forma, parte ilegítima para configurar no polo passivo de uma ação trabalhista que possa vir a ser proposta pelo empregado contra o franqueado.

4- NOVOS ASPECTOS JURÍDICOS NA LEI DE FRANQUIA

Adentrando o capítulo final, este tem como objetivo principal possibilitar o conhecimento acerca do Projeto de Lei 3234/2012, proposto pelo Deputado Federal Valdir Colatto, o qual traz, entre outras providências, a revogação da Lei 8.955/94, que atualmente dispõe, em nosso ordenamento jurídico, a respeito do sistema de franquias no Brasil.

4.1- PROJETO DE LEI Nº 3234/2012

Art. 1º O Sistema de franquia empresarial é disciplinado por esta Lei.

Art. 2º Franquia empresarial é o sistema 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 semi-exclusiva de produtos ou serviços e também ao direito de uso de métodos e sistemas de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvidos ou detidos pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem que, no entanto, se caracterize relação de consumo, formação de um mesmo grupo econômico ou vínculo empregatício, seja em relação ao franqueado ou seus empregados, ainda que durante o período de treinamento.

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

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

Art. 3º Para a implantação da franquia, o franqueador deverá fornecer ao interessado uma 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, relacionando-as também com os respectivos números de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;

III - Balanços e demonstrações financeiras da empresa franqueadora, relativos aos dois últimos exercícios;

IV - Indicação das ações judiciais em que sejam parte o franqueador, as empresas a ele ligadas, o subfranqueador e os titulares das marcas e demais direitos de propriedade intelectual relativos à franquia, que questionem o sistema ou que possam comprometer a operação da franquia no país;

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

VI - Perfil do franqueado ideal no que se refere à 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, implantação e entrada em operação da franquia;

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

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

IX - Informações quanto a taxas periódicas e outras quantias pagas pelo franqueado ao franqueador, ou a terceiros por este indicados, detalhando as respectivas bases

de cálculo e o que as mesmas remuneram ou a que se destinam, indicando especificadamente:

a) a remuneração periódica pelo uso do sistema, da marca e de outras criações intelectuais, ou pelo pagamento dos serviços prestados, ou do suporte, ou da supervisão oferecidos pelo franqueador ao franqueado;

b) o aluguel de equipamento ou ponto comercial;

c) a taxa de publicidade ou semelhante;

d) a eventual exigência de contratação de seguro mínimo; e

e) os outros valores devidos ao franqueador ou a terceiros que a ele sejam ligados;

X - Relação completa de todos os franqueados, subfranqueados ou subfranqueadores da rede e, também, dos que se desligaram nos últimos vinte quatro meses, com 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, feita em quais condições;

b) se há possibilidade ou quais são as condicionantes para o franqueado realizar vendas ou prestar serviços fora de seu território, ou para exportar; e

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

XII - Informações quanto à obrigação do franqueado de adquirir quaisquer bens, serviços ou insumos necessários à implantação, operação ou administração da franquia, apenas dos fornecedores indicados e aprovados pelo franqueador, oferecendo ao franqueado a 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 ao franqueado;

b) supervisão de rede;

c) serviços prestados ao franqueado;

d) incorporação de inovações tecnológicas às franquias;

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

f) manuais de franquia;

g) auxílio na análise e 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, junto aos órgãos competentes;

XV - Situação do franqueado, após expirar o contrato de franquia, em relação a:

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

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 quais são elas;

XVIII - Indicação do prazo contratual e das condições de renovação;

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

XX - Informações sobre a existência de quotas 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;

XXI - Política de preços ao consumidor adotada na rede, as regras de sua alteração, e também o regime de subordinação da rede própria do franqueador à referida política;

XXII - Indicação de existência de conselho ou associação de franqueados, com as atribuições, poderes e os mecanismos de representação junto ao franqueador, detalhando as competências para gestão e fiscalização da aplicação dos recursos de fundos existentes;

XXIII - Indicação das regras de limitação à concorrência entre o franqueador e os franqueados, e entre os franqueados, durante a vigência do contrato de franquia, detalhando abrangência territorial e o prazo de vigência da restrição;

Parágrafo único. No caso de subfranquia, o subfranqueador deverá informar o prazo de vigência do contrato de masterfranquia, condições de renovação, qual a delimitação territorial, metas de abertura de unidades e regras de transferência ou sucessão.

Art. 4º A Circular de Oferta de Franquia deverá ser entregue ao candidato no mínimo dez dias antes da assinatura do contrato ou pré-contrato de franquia, ou, ainda, do

pagamento de quaisquer quantias pelo franqueado ao franqueador ou à empresa ou pessoa a este ligada.

Parágrafo único. Na hipótese do não cumprimento ao disposto no caput, o franqueado poderá argüir a anulabilidade do contrato 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. 5º A concessão de franquia somente poderá ocorrer a partir de dois anos, pelo menos, após o conceito do negócio a ser franqueado, o nome empresarial ou a marca, já tiverem sido explorados em algum mercado, no país ou no exterior, pelo franqueador titular do registro, ou empresa coligada, ou pertencente ao mesmo grupo econômico.

Parágrafo único. À inobservância, pelo franqueador, ao estabelecido no caput, aplica-se a sanção prevista no Parágrafo único do art. 4º desta Lei, sem prejuízo das sanções penais cabíveis.

Art. 6º Nos casos em que o franqueador subloque ao franqueado o ponto comercial onde se acha instalada a franquia, qualquer das partes terá legitimidade para propor a ação renovatória do contrato de locação do imóvel, vedada a exclusão de qualquer uma delas do contrato de locação e de sublocação quando 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: a) esta possibilidade esteja expressa e clara na Circular de Oferta de Franquia e no contrato; e b) o valor pago a maior ao franqueador na sublocação não implique em excessiva onerosidade ao franqueado, garantida a manutenção do equilíbrio econômico-financeiro da sublocação na vigência do contrato de franquia.

Art. 7º Aplica-se, também, ao franqueador que omitir informações exigidas por lei ou veicular informações falsas na Circular de Oferta de Franquia, a sanção prevista no Parágrafo único do art. 4º desta Lei, sem prejuízo das sanções penais cabíveis.

Art. 8º Para os fins desta Lei, no que couber, todas as disposições que se refiram ao franqueador ou ao franqueado, aplicam-se ao subfranqueador e subfranqueado, respectivamente.

Art. 9º As empresas públicas, as sociedades de economia mista e entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios poderão adotar a franquia, observado o disposto nesta Lei.

§ 1º A adoção do sistema de franquia pelas entidades citadas no caput deverá ser precedida de oferta pública, mediante a publicação, pelo menos anualmente, em um jornal diário de grande circulação no Estado onde será oferecida a franquia.

§ 2º a Circular de Oferta de Franquia adotada pelas entidades mencionadas no caput deverá indicar, além dos requisitos previstos no art. 3º desta Lei, os critérios objetivos de seleção do franqueado, definidos pelo franqueador.

§ 3º os critérios objetivos de seleção do franqueado, citados no § 2º, sempre deverão ser publicados juntamente à Oferta Pública de Franquia de que trata o § 1º .

Art. 10. Os contratos de franquia cujos efeitos se produzam exclusivamente no território nacional serão regidos pela legislação brasileira.

§ 1º Tratando-se de contratos internacionais de franquia, ou cujos efeitos se produzam fora do território nacional, prevalecerão a legislação e o foro brasileiros, salvo se estiver expressamente disposto de outro modo no contrato firmado pelas partes.

§ 2º Sendo uma das partes domiciliada no exterior, deverá constituir e manter procurador devidamente qualificado e domiciliado no País, com poderes para representá-la administrativa e judicialmente, inclusive para receber citações.

§ 3º As partes poderão eleger juízo arbitral para solução de controvérsias relacionadas ao contrato de franquia.

§ 4º Os contratos de franquia cujos efeitos se produzam no território nacional serão escritos em língua portuguesa.

Art. 11. A aplicação desta Lei observará o disposto na legislação de propriedade intelectual vigente no País.

Art. 12. O art. 24 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso:

XXVIII - na contratação realizada por meio do Sistema de Franquia, na forma da Lei específica. (NR)

Art. 13. Fica revogada a Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994.

Art. 14. Esta Lei entra em vigor no prazo de 90 (noventa) dias a contar da data de sua publicação oficial

4.2- COMPARAÇÃO DA LEI EM VIGOR COM O PROJETO DE LEI 3234/2012

O Projeto de Lei 3234/2012 traz algumas mudanças em relação à Lei 8955/1994, dentre as quais pode-se observar desde alterações em dispositivos já existentes, até a inclusão de novos artigos com conteúdos os quais não são tratados na atual legislação ou que, pelo menos, não são tratados tão a fundo como deveriam.

A lei 8955/94 conta com 11 artigos, enquanto que, com o Projeto e suas mudanças e inclusões, passará a ter 14.

É importante fazer uma comparação artigo por artigo, ainda que com breves comentários, acerca dessas modificações, para que seja possível compreender as razões que motivaram esse Projeto de Lei, e o que de fato mudaria de uma legislação para a outra, não sendo esse um tema que se encontre muitas fontes com facilidade.

Art. 1º: O Projeto faz referência ao sistema de franquia como um todo, e não somente aos contratos de franquia, tal qual se refere a atual legislação.

Art. 2º: A primeira justificativa da alteração nesse dispositivo está no fato de não haver cessão de direitos nos contratos de franquia, como se apresenta na Lei 8955/94, ou seja, não está havendo a transferência de um direito a outra pessoa e sim a autorização do direito de uso de determinados produtos, serviços, etc.

A segunda, está relacionada à questão da não existência de vínculo empregatício nesse negócio jurídico, o que já é suscitado na legislação atual, porém aqui vem aumentado de que, também não caracterizam esse vínculo, os períodos de treinamento e avaliação.

Foram adicionados dois parágrafos a esse artigo:

§ 1º: O franqueado não é obrigado a **ser** titular dos direitos de propriedade intelectual, podendo também ser requerente destes ou estar autorizado pelo titular de tais.

§ 2º: Abre-se a possibilidade de se aplicar essa legislação a todos os tipos de segmentos possíveis de atuação no sistema de franquia, sejam eles comerciais, industriais, públicos, de marcas, educacional, etc.

Art 3º: No caput desse artigo não houve mudanças de conteúdo, apenas da redação, incluindo que a Circular de Oferta (COF) passa a ser sempre escrita em língua portuguesa. As alterações foram feitas mais em seus incisos, os quais se referem ao conteúdo obrigatório da Circular de Oferta a ser entregue a quem estiver interessado na franquia, como visto a seguir:

I- O que antes estava contido apenas no inciso I da Lei 8955/94, agora vem dividido entre I e II, ficando esse primeiro sem nenhuma mudança significativa.

Essa alteração fez com que o número de incisos do artigo 3º, que antes era de 14, passasse a ser de 23.

II- Aumentou a expressão “qualificação completa” para determinar dados tais como forma societária, nome completo, endereço, razão social, etc, tanto do franqueador como das empresas as quais ele está ligado.

III- Não houve alteração alguma acerca das demonstrações financeiras (referente ao inciso II da Lei 8955/94).

IV- A mudança do texto tem como finalidade limitar a indicação de litígios somente àqueles que tenham alguma ligação com o negócio no país, a fim de evitar que nos casos de franquias estrangeiras, haja indicação de ações ao redor do mundo, as quais não afetam o negócio aqui no país.

V- Sem alterações sobre o dever de haver uma descrição detalhada da franquia (referente ao inciso IV da Lei 8955/94).

VI- Nenhuma alteração significativa quanto ao perfil do franqueado, a não ser em sua redação, que retirou a expressão “nível de”, deixando apenas “escolaridade”.

VII- Inalterado (referente ao inciso VII da Lei 8955/94).

VIII- Tal inciso é subdividido:

a) Sem alterações.

b) Foi retirada a expressão “taxa de caução”, uma vez que, no sistema de franquia não se fala em “caução” do franqueador em relação ao franqueado.

c) Sem alterações.

IX- As modificações feitas nesse inciso foram tanto de cunho redacional, quanto para explicitar informações, visto que nesse sistema há a autorização por parte do franqueador ao franqueado do direito de uso de determinada tecnologia, produto ou marca, ficando aquele obrigado a oferecer suporte, supervisão, etc. Isso faz com que o franqueador deva apontar na Circular de Oferta, clara e previamente, valores e índices percentuais cobrados e suas destinações.

X- Partindo do princípio que o maior objetivo da Circular de Oferta é fornecer as informações necessárias ao candidato a franqueado, para que este possa avaliar a possibilidade comercial com mais clareza, a mudança no dispositivo faz com que o franqueador deva informar todas as franquias que se desligaram de sua rede nos últimos 24 meses, e não somente nos 12 últimos, como consta na Lei 8.955/94. Isso permite informações mais amplas a respeito dos franqueados que se desligaram da rede.

XI- Tanto alterações apenas redacionais, quanto a inclusão de uma alínea foram feitas para que fosse possível alcançar a finalidade do inciso, deixando claras as informações sobre a política de atuação territorial e criando o dever do franqueador de fornecer também informações a respeito das regras de concorrência territorial entre unidades próprias e franqueadas.

XII- Mudanças apenas na escrita do dispositivo.

XIII- A modificação no inciso objetiva informar o candidato a franqueado, de forma mais aperfeiçoada, quais são as condições apresentadas pelo franqueador no que se refere ao suporte, supervisão, treinamentos e auxílio em geral.

XIV- Sem grandes alterações, as que ocorreram foram redacionais, fazendo a inclusão de algumas expressões as quais visaram trazer informações mais abrangentes sobre como se encontra a situação da marca franqueada, assim como as possibilidades de uso ou exclusividade em relação a ela.

XV- Algumas expressões foram adicionadas ao dispositivo, no que diz respeito ao que o franqueado tem acesso no decorrer do contrato de franquia, sendo desde a forma de trabalho até informações confidenciais. Essa adição visa mostrar que a Circular de Oferta deve deixar claro quais são as restrições sofridas pelo franqueado, uma vez terminada a relação contratual com o franqueador.

XVI- No dispositivo da Lei 8955/94 não havia a expressão “condições”, o que foi corrigido no Projeto, fazendo com que o franqueador deva inserir na Circular de Oferta as condições do contrato.

XVII- Contando com este, foram incluídos 7 incisos neste artigo, no Projeto 3234/12. Aqui, é trazido ao franqueado as informações a respeito de transferências e sucessões, ou seja, se ele tem a possibilidade de ceder direitos e obrigações que decorram do contrato de franquia, além de saber se ocorre ou não rompimento do vínculo caso um dos contratantes venha a falecer ou extinguir o contrato.

XVIII- Deve constar na Circular de Oferta o prazo do contrato e as condições, caso o franqueado queira renová-lo, ainda que essa renovação dependa da livre vontade das partes.

XIX- Visa informar, de forma antecipada, o interessado a se franquear, sobre qualquer multa ou penalidade que possa vir a ser aplicada caso haja descumprimento de determinadas obrigações pelas partes.

XX- Informar o candidato à franquia sobre imposições obrigatórias de quotas mínimas, e quais as possibilidades que ele tem de recusar a adquirir tais produtos ou serviços.

XXI- Transparência ao candidato em relação à política de preços da franquia e como ela pode, sem houver interesse, ser modificada.

XXII- Visa informar mecanismos de representação dos franqueados, seja em Conselhos ou Associações, além de demonstrar as competências para gestão e fiscalização da aplicação dos recursos de fundos que existem na rede.

XXIII- Informar as regras da não-concorrência, seja entre franqueados e franqueadores ou entre os próprios franqueados, durante o prazo do contrato.

O parágrafo único tem como objetivo demonstrar que o subfranqueado fica, ainda que indiretamente, ligado ao contrato principal, e por isso deve ter acesso a informações sobre este. Desta forma, o subfranqueado tem conhecimento sobre seus direitos em relação ao franqueador principal.

Art. 4º: Alterações apenas redacionais em todo o dispositivo, tanto no caput quanto no parágrafo único, visando permitir ao candidato à franquia que conheça a

possibilidade de ter as quantias já pagas, ressarcidas, caso haja a anulação do contrato.

Art. 5º: Este artigo, vetado na Lei 8955/94, foi inserido para garantir que a empresa que passe a inserir o mercado de franquia, esteja de fato engajada nesse meio há um determinado tempo (no caso do Projeto, há pelo menos dois anos), assegurando, assim, que seu modo operacional já tenha sido testado e evitando também que negócios nunca antes testados sejam colocados no mercado, diminuindo, desta forma, os riscos tanto para os franqueadores quanto para os franqueados, além de terceiros envolvidos. No parágrafo único, também fica explicitado que, caso não seja obedecido o disposto no caput, o franqueado pode também ter ressarcidas as quantias já pagas, tal como no parágrafo único do artigo anterior.

Art. 6º: O artigo 6º da Lei 8955/94, o qual dizia respeito à forma do contrato e ao fato dele dever ser assinado na presença de duas testemunhas, foi suprimido para adequação a dispositivos legais atuais. Neste Projeto, o artigo 6º, segundo a justificativa do próprio Deputado Valdir Colatto, "visa dispor sobre as peculiaridades do assunto no sistema de franquia, pois a locação e sublocação de instalações comerciais é empregada como instrumento para a expansão do sistema de franquia em todo o mundo" e segue, "Em muitos casos, como parte integrante do contrato de franquia, o aluguel do imóvel pelo franqueador e a sublocação do mesmo para o franqueado serve para estabelecer uma relação de mútua colaboração entre ambos, objetivando metas comerciais comuns". Nos casos em que ocorre essa estrutura, há um desembolso menor por parte do franqueado, além de não ter que lidar com a locação propriamente dita, diretamente.

Ocorre que, nem sempre as leis do inquilinato são as mais adequadas para o sistema de franquia, pois esta é uma relação comercial mais íntima e complexa do que a simples locação comercial. Sendo assim, deve prevalecer a liberdade de contratar, visto que o sistema de franquia se baseia nesse princípio de autonomia de vontade existente entre as partes, seja de iniciar ou não o negócio. Ainda de acordo com o Deputado "Quem deseja participar de um sistema de franquia, concorda, acorda e assina um contrato exercendo, integralmente, a autonomia da vontade e

regulando nesses instrumentos as condições de seus direitos e obrigações”. Desta forma, foi necessário inserir este dispositivo, para regular que as condições de locação e sublocação de imóveis entre franqueadores e franqueados possam ser decididas de acordo com as vontades das partes, constando no contrato, e com a autorização do proprietário do imóvel, o locador.

Art. 7º: Inclui-se a expressão “franqueador que omitir informações exigidas por lei”. Isso significa que, a alteração nesse dispositivo visa evitar que o franqueador cometa qualquer tipo de fraude em relação ao franqueado, seja por não entregar a Circular de Oferta, ou por entregá-la com informações falsas ou ainda com falta delas, podendo ser aplicada a mesma sanção do Parágrafo Único do artigo 4º, além das sanções penais cabíveis.

Art. 8º: O artigo 8º da Lei 8955/94 foi retirado, visto que sua matéria já vem regulada de melhor forma, nesta Lei, no artigo 10. De forma que, aqui, no artigo 8º fica determinado que tudo o que houver disposto referente a franqueados e franqueadores, quando couber, deve ser também aplicado a subfranqueados e subfranqueadores.

Art. 9º: A partir daqui, com exceção do artigo 14 desta lei (ainda que com algumas alterações), foram inseridos no Projeto de Lei 3234/12 alguns artigos que não existiam na Lei 8955/94. No caso deste dispositivo, sua inclusão ocorreu para incluir o setor público no sistema de franquia, dando chances às empresas públicas e de economia mista de se tornarem grandes franqueadoras.

§1º: Objetiva determinar de quanto em quanto tempo, qual a abrangência territorial e de qual forma será dada a publicidade da Oferta Pública de franquia pelas entidades de administração pública.

§2º: Como forma de manter uma igualdade no tratamento entre os interessados na franquia, esse parágrafo visa fazer com que a Administração determine, na Circular de Oferta, além dos critérios já existentes e indicados no artigo 3º desta Lei, também critérios objetivos para selecionar os franqueados.

§3º: Esses critérios objetivos tratados no §2º devem constar tanto na Circular de Oferta quanto na Oferta Pública, pela Administração.

Art. 10: Define que os contratos de franquia que tiverem efeitos somente aqui no país, devem ter a lei brasileira aplicada, independentemente de onde tiver sido constituído.

Esse artigo conta com quatro parágrafos, os quais trazem as informações de que os contratos internacionais de franquia, com efeitos fora do país, têm a possibilidade de escolher o foro e legislação competente. É fato que prevalecem tanto a legislação quanto o foro brasileiro, mas existe essa possibilidade da opção de se contratar de modo contrário, expressamente.

Também há, em um dos parágrafos, a disposição para normatizar os casos nos quais uma das partes seja domiciliada fora do país, sendo assim, deve ter um procurador devidamente qualificado e que resida no país, para que, dessa forma, este possa receber citações em seu nome e representá-la tanto judicialmente quanto administrativamente. O terceiro parágrafo deste artigo, traz a possibilidade das partes optarem pelo arbitramento para as soluções de conflitos que tenham ligação ao contrato de franquia. Já o último parágrafo determina que os contratos de franquia que tenham os efeitos em território nacional, deverão ser escritos em língua portuguesa, independentemente da nacionalidade das partes do contrato.

Art. 11: Segundo a justificativa de Valdir Colatto, “O Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio, ou TRIPs como é mais conhecido (...), obriga os Estados partes da OMC a notificarem toda sua legislação relativa aos bens de propriedade intelectual, a fim de verificar sua conformidade com o Acordo”. Isso deu base para que o GIPI (Grupo Interministerial Sobre Propriedade Intelectual) pedisse que fosse incluído esse dispositivo na Lei, com a finalidade de obter a compatibilidade entre a lei de franquia e a lei de propriedade intelectual.

Art. 12: Esse artigo foi incluído para expor a possibilidade de dispensa de licitação nas contratações realizadas pelo Sistema de Franquia, sendo a Lei 8966/93, de Licitações e Contratos Administrativos acrescida do inciso XXVIII, para a regulamentação dessa matéria. A justificativa do próprio Deputado Valdir Colatto é a

de que “objetiva introduzir dispositivo próprio de previsão da dispensa de licitação no texto da Lei de Licitações e Contratos Administrativos, com amparo no que prescreve o artigo 37, inciso XXI, da Constituição Federal, como meio de legitimar a contratação de franquia no setor público em consonância e segundo os procedimentos desta Lei específica que a institui e regulamenta”.

Art. 13: Este artigo visa introduzir a revogação necessária da Lei 8955/94, visto que o Projeto 3234/12 trouxe novos dispositivos referentes à matéria em questão, além de aperfeiçoar o que já era trazido na lei anterior, sendo esta revogada caso o Projeto venha a ser aprovado.

Art. 14: É uma alteração do artigo 10 da Lei 8955/94, o qual dispunha que a lei entraria em vigor 60 dias após sua publicação. Neste dispositivo foi inserido um prazo maior, de 90 dias, com a finalidade de que os contratos já existentes tenham tempo hábil para se adaptar às novas regras.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante o desenvolvimento do trabalho, é possível perceber que o sistema de franquia tem sido uma forma de abrir portas para que qualquer pessoa possa vir a ter a opção de se tornar um empresário, tendo este algum ou nenhum conhecimento no ramo. Isso só é possível pois esse sistema veio como uma forma de facilitar o modo de se comercializar produtos e de se prestar serviços, fazendo com que o sujeito se interesse pela possibilidade de se tornar franqueado de determinado produto ou serviço, muitas vezes pelo simples fato de que há uma maior segurança no *franchising*, do que se ele resolvesse abrir o negócio por si só, devido ao auxílio recebido do franqueador de diversas maneiras. Também deve-se levar em conta que, na maioria das vezes, se trata de marcas muito conhecidas, o que faz com que o mercado seja muito mais chamativo e de mais fácil expansão, se tornando interessante tanto para o franqueado quanto para o franqueador, e até mesmo para os próprios consumidores, que acabam sendo beneficiados com o crescimento da quantidade de franquias nas cidades, o que aumenta a concorrência, tanto entre franquias quanto entre outras empresas, diminuindo, dessa forma, os preços.

O contrato de franquia não cria nenhum vínculo empregatício entre franqueador e franqueado, visto que cada uma das partes possui uma personalidade jurídica própria, onde o franqueador apenas presta auxílio ao franqueado para que este possa dar início e continuidade ao seu negócio, mas em momento algum fornece a mão-de-obra em si.

O quarto capítulo, o qual traz a abordagem principal a respeito do tema do presente trabalho, demonstra as possibilidades de se reformar a legislação vigente de forma a melhorá-la tanto em relação ao franqueado quanto ao franqueador, pois estes estarão mais amparados juridicamente, evitando que haja tantos litígios, visto que ambas as partes terão mais conhecimento de seus direitos e deveres devido, principalmente, às alterações na COF - Circular de Oferta de Franquia. Não deixando de lado a importante alteração relacionada à inclusão do setor público no sistema de franquia, o que não é possível na legislação que atualmente vige a respeito das franquias em nosso ordenamento jurídico brasileiro.

Por se tratar de um projeto de lei, em tese recente, e que ainda não foi aprovado, não é um tema que possui muito material que possibilite e auxilie seu estudo, além de dificultar uma análise mais aprofundada sobre o assunto, visto que uma das poucas fontes existentes é o próprio projeto de lei. O trabalho em tela é o início do que tende a ser um estudo mais amplo acerca do tema, para que possa servir de base a outras pessoas que se interessarem sobre tal, além de, eventualmente, vir a ser de utilidade quando o Projeto de Lei 3.234/12 for aprovado e entrar em vigor.

REFERÊNCIAS

BIBLIOGRÁFICAS:

MILMAN, Fabio. **Franchising: Lei n.8.955, de 15 de dezembro de 1994** - Porto Alegre:Livraria do Advogado, 1996.

CRUZ, Glória Cardoso de Almeida. **Franchising**. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1993.

COELHO, Fabio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial: Direito de Empresa**. 25. ed - São Paulo: Saraiva, 2013

MENEZES CORDEIRO, Antônio. **Do Contrato de Franquia ("Franchising"): Autonomia Privada Versus Tipicidade Negocial** - Revista Ordem dos Advogados: Lisboa, abril 1988.

MAURO, Paulo César. **Guia do Franqueado: Leitura obrigatória para quem quer comprar uma franquia** - São Paulo: Nobel, 2007.

BOJUNGA, Luiz Edmundo Appel: Revista AJURIS – n. 46 – Julho, 1989.

MELLO, Adriana Mandim Theodoro de. **Franquia Empresarial: Responsabilidade Civil na Extinção do Contrato** - Rio de Janeiro: Forense, 2001.

INTERNET:

<<http://minhafranquia.com/a-historia-do-franchising>> Acesso em 06/01/2015

<http://www.franquiaeducacional.com/artigos_sobre_franquias_de_escolas_cursos_e_treinamentos_e_o_mercado_de_franchising_do_supera_ser_um_franqueado_surgimento_no_mundo_e_no_brasil.asp> Acesso em 06/01/2015

<<http://mundodofranchising.blogspot.com.br/p/evolucao-do-sistema-de-franchising.html>> Acesso em 08/01/2015

<<http://www.portaldofranchising.com.br/>> Acesso em 08/01/2015

<<http://www.abf.com.br>> Acesso em 08/01/2015

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Aspectos-legais-dos-sistemas-de-franquias>> Acesso em 20/06/2015

<<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/o-que-e-a-circular-de-oferta-de-franquias>> Acesso em 20/06/2015

André Bedin Pirajá e Maria Eugênia Canesin -
<<http://www.revistadotribunais.com.br/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad6007a0000014f6f517b9575f58ebd&docguid=laeda6010a91211e4949b01000000000&hitguid=laeda6010a91211e4949b01000000000&spos=4&epos=4&td=123&context=8&startChunk=1&endChunk=1>> Acesso em 20/08/2015

SÚMULAS

(TST, RR 2581005620035020202 258100-56.2003.5.02.0202, Relator: Augusto César Leite de Carvalho, Julgamento: 06/06/2011, 6ª Turma).

(TRT 2ª Região, rel. Luiz Edgar Ferraz de Oliveira. – Proc. 02681.2201.432.02.00-6 – 9ª Turma).

(TRT 16ª região, 1834200801616006 MA 01834-2008-016-16-00-6, Relator: AMÉRICO BEDÊ FREIRE, Data de Julgamento: 17/01/2012).