

## Breves linhas sobre o Contrato de Franquia

O Contrato de Franquia encontra-se regulado pela Lei nº. 8.955/1994.

Definição contida no art.2º da Lei nº. 8.955/1994:

*“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 ao direito de uso de tecnologia de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvidos ou detidos pelos franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem que, no entanto, fique caracterizado vínculo empregatício**”.* (grifos nossos)

Conforme se denota, trata-se do contrato pelo qual um empresário (franqueador) licencia o uso de sua marca a outro (franqueado) e presta-lhe serviços de organização empresarial com ou sem a venda de produtos.

Um ponto importante deste tipo de contrato, é o fato de que atende tanto aos interesses do franqueador, que consegue expandir seus negócios e divulgar sua marca sem necessitar investir na construção de novos pontos de negócios, quanto aos interesses do franqueado, o qual se aproveita da ‘fama’ do franqueador e de sua experiência administrativa e empresarial.<sup>1</sup>

Assim, franqueador oferece subsídios necessários e indispensáveis à estruturação do negócio. Pode ser entendido como uma forma de se diminuir os riscos de uma atividade empresarial, vez que o franqueador oferece sua experiência, público e organização empresarial para o desenvolvimento da atividade econômica pelo franqueado. Assim, encontram-se compreendidos no contrato de franquia:

- a) **Aspectos do empreendimento/management**, mediante o qual o franqueador orienta o franqueado no treinamento de sua equipe de funcionários e na gerência de sua atividade;

---

<sup>1</sup> RAMOS, André Luiz Santa Cruz. *Direito Empresarial esquematizado*. 4ª Edição. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2014. Pp. 565

- b) **Organização/ estrutura administrativa** (neste engloba o *engineering*, por meio do qual o franqueador orienta o franqueado em todo o processo de montagem e planejamento do seu estabelecimento); e
- c) **Marketing**: por meio do qual o franqueador orienta o franqueado quanto aos procedimentos de divulgação e promoção dos produtos comercializados.

O contrato de franquia é um contrato de colaboração e por tal razão há uma clara subordinação empresarial do franqueado em relação ao franqueador, sem que exista, todavia, um vínculo empregatício. Mas tal subordinação diz respeito somente à organização da atividade do franqueado, que deverá seguir as instruções do franqueador. No contrato de franquia há outros contratos envolvidos, como o de cessão do uso de marca ou patente, e a distribuição exclusiva ou semiexclusiva de produtos ou serviços.

O contrato de franquia conjuga: a) licenciamento de uso de marca; e b) prestação de serviços de organização empresarial.

O franqueado geralmente dispõe de recursos e deseja constituir uma empresa comercial ou de prestação de serviços. Mas não possui o conhecimento técnico, administrativo e de economia geralmente necessário para o sucesso do empreendimento.

O franqueador é o titular da marca já conhecida dos consumidores e deseja ampliar a oferta do seu produto ou serviço, mas sem as despesas e riscos inerentes à implantação de filiais. Assim, o franqueado adquire do franqueador os serviços de organização patrimonial e mantém as diretrizes deste último.

É um contrato atípico<sup>2</sup>, mas costuma-se atribuir aos franqueados as seguintes obrigações:

- a) Pagamento ao franqueador de taxa de adesão à franquia e de percentual de faturamento;
- b) Pagamento pelos serviços de organização empresarial prestado pelo franqueador;

---

<sup>2</sup> Contrato Típico ou nominado, além de possuir um nome próprio, é aquele que se encontra regulado e totalmente previsto em texto de lei. Os Contratos Atípicos são aqueles que não possuem forma geral em lei escrita, estando à margem das perspectivas da liberdade contratual dos contratantes, e que assumem variadas formas estruturais. Retirado de: <http://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/4408/Os-contratos-atipicos>. Último acesso em 27/03/2016

- c) Proibição de oferecer aos consumidores os produtos ou serviço diferentes dos 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.

O franqueador normalmente tem as seguintes obrigações:

- a) Permitir ao franqueado o uso de sua marca;
- b) Prestar os serviços de organização empresarial

Apesar da lei nº. 8.955/94 embora discipline alguns aspectos da franquia não o tornou um contrato típico.

As relações entre franqueado e franqueador continuam regendo-se pelas cláusulas contratadas.

O legislador estabeleceu com essa lei a regra de absoluta transparência nas negociações no seu art. 3º abaixo transcrito, que antecede a adesão do franqueado à franquia e estabelece o dever do franqueador de fornecer aos interessados uma circular de oferta de franquia (“COF”):

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 este 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.

A COF, trata-se do aspecto mais importante dessa relação, e deve ser entregue aos interessados com antecedência mínima de 10 dias e não poderá conter informações falsas, sob pena das sanções previstas no art. 4º do citado diploma legal.

A exigência de que a COF seja enviada ao potencial franqueado tem a finalidade clara de lhe permitir conhecer com detalhes os termos do contrato e analisar a viabilidade econômica do negócio. Na hipótese de não cumprimento do *caput* do art. 3º, o franqueado poderá arguir a anulabilidade do contrato e exigir devolução de todas as quantias que já houver pago ao franqueador ou a terceiros por eles indicados a título de taxa (s) e royalties, devidamente corrigidos, acrescidos de perdas e danos.

Por fim, é importante mencionar que o art. 211 da Lei de Propriedade Intelectual determina que os contratos de franquia devem ser registrados no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual, para produzir efeitos perante terceiros. Todavia, a ausência de registro do contrato de franquia perante o INPI não invalida seus termos, mas neste caso somente produzirá efeitos entre as partes.

**Bibliografia utilizada:**

COELHO, Fábio Ulhoa. *Manual de direito comercial: direito de empresa*. 28ª Edição São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. PP. 373 a 374

RAMOS, André Luiz Santa Cruz. *Direito Empresarial esquematizado*. 4ª Edição. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO, 2014. Pp. 565

***Autoria: Daille Costa Toigo***

Mestranda em Direito Comercial pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo/SP (PUCSP), em andamento; Pós-Graduada e especialista em Direito Comercial pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo/SP (COGEAE/PUCSP) em 2011; Graduada em Direito pela Fundação Armando Álvares Penteado – FAAP, 2007  
Palestrante. Advogada e consultora empresarial.  
Atua em diversas áreas do Direito, com ênfase em Direito Empresarial, Societário, Falência e Recuperação de Empresas, Propriedade Industrial, Reestruturação, Negociações, Fusões e Aquisições, Direito de Família e Planejamento Sucessório Familiar e Empresarial.  
Inglês fluente

**Autora de diversos artigos e dos livros:**

- *Planejamento Sucessório Empresarial: proteção patrimonial nacional e internacional*, Editora AGWM, 2016
- *Internet Banking: a responsabilidade civil das instituições financeiras*, Editora AGWM, 2016

Sócia proprietária do Escritório de Advocacia Costa Toigo.  
Contato [daille@costatoigoadv.com.br](mailto:daille@costatoigoadv.com.br)

**COSTA TOIGO ADVOCACIA**  
**COSTA TOIGO LAW FIRM**