

As inovações da nova lei de franquias - JOTA Info

O comércio brasileiro amadureceu muito entre os anos de 1970 e 1980. A década de 70 proporcionou o “Milagre Econômico”, um crescimento acelerado da classe média e a expansão de centros comerciais, como os shopping centers. A década de 80, por seu turno, trouxe o Plano Cruzado e também o Estatuto da Microempresa (lei nº 7.256/84). Tais fatos criaram um cenário que proporcionou o surgimento do sistema de franquia, ou *franchising*, em nosso país, sistema esse que expandiria e se fortaleceria muito nas décadas seguintes.¹

O *franchising* apresenta-se como uma forma de o empreendedor buscar serviços especializados de organização empresarial e, dessa forma, diminuir o risco inerente ao exercício da atividade econômica. Por meio do contrato de franquia, ambos franqueador e franqueado são beneficiados: o franqueador consegue fortalecer seu negócio e expandir o alcance de sua marca sem a necessidade de investimento em novos pontos comerciais, enquanto o franqueado aproveita da experiência e renome do franqueador.

Por mais de 25 anos, o sistema de franquias no Brasil foi regulado pela [lei nº 8.955/94](#). A referida legislação sempre limitou-se a regular aspectos essenciais da formação do contrato de franquia, entretanto visava proporcionar maior resguardo aos empresários contratantes.

Ocorre que em 27/12/2019, foi publicada no Diário Oficial da União a lei nº 13.966/19, sancionada pelo Presidente Jair Bolsonaro, que rege o sistema de franquia empresarial e revoga a lei nº 8.955/94 a partir de 26/03/2019.

A nova lei, assim como a anterior, também preza pela simplicidade.

Contudo, supre necessidades do mercado ao positivar novas regras, incorporar práticas comerciais e consolidar entendimentos do judiciário nacional, os quais não eram contemplados pela redação da lei nº 8.955/94, proporcionando, assim, ainda mais segurança jurídica à relação entre franqueador e franqueado.

Dentro do novo diploma destacam-se:

a) O esclarecimento de que não há relação de consumo entre o franqueador e o franqueado (ou com empregados deste), conforme entendimento já consolidado do Superior Tribunal de Justiça, o qual indica que a relação em questão é empresarial;

Vale a ressalva de que nas relações entre o franqueado e seu clientes aplica-se o estatuto consumerista, e que, para o STJ, o franqueador responde de forma solidária junto ao franqueado perante os terceiros com quem este contrata.

b) O esclarecimento de que, mesmo durante período de treinamento, não há vínculo empregatício do franqueador em relação ao franqueado (ou aos empregados deste);

c) Novas exigências para a Circular de Oferta de Franquia (COF), entre as quais a indicação das situações previstas no contrato de franquia em que são aplicadas penalidades, multas ou indenizações, com seus respectivos valores, e a escrita em língua portuguesa;

d) A punição ao franqueador por envio de COF que omita informações exigidas em lei e/ou que veicule informações falsas no referido documento. Para tais casos é garantido ao franqueado a arguição de anulabilidade ou nulidade da COF, conforme o caso, assim como 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, sem prejuízo das sanções penais cabíveis;

e) A possibilidade de sublocação do ponto comercial do franqueador ao franqueado. A lei permite, inclusive, que o valor da sublocação seja superior ao da locação originária, desde que tal fato esteja previsto na COF e não implique em excessiva onerosidade ao franqueado;

Essa disposição também acata o entendimento jurisprudencial atual, o qual, contrariando o disposto na Lei do Inquilinato (lei nº 8.245/91), tem permitido que as sublocações de pontos comerciais possuam valores superiores ao da locação originária.

f) A exigência que os contratos de franquia que produzirem efeitos exclusivamente no Brasil sejam escritos em língua portuguesa;

e) A exigência que os contratos de franquia internacional tenham tradução certificada para a língua portuguesa;

g) A possibilidade de escolha do foro, dentre os domicílios dos contratantes, em contratos de franquia internacional;

h) A possibilidade de eleição da arbitragem como método de solução de controvérsias oriundas do contrato de franquia;

Tal dispositivo apenas ratifica a prática comercial atual, uma vez que a Lei Brasileira de Arbitragem (lei nº 9.307/96) permite a utilização da arbitragem por pessoas capazes de contratar para que estes possam dirimir litígios relativos a direitos patrimoniais disponíveis. Entretanto, importante mencionar que em 2016, durante o julgamento do REsp 1.602.076/SP, de relatoria da Ministra Nancy Andrighi, o STJ anulou uma cláusula arbitral prevista em contrato de franquia por inobservância do art. 4º, § 2º, da Lei 9.307/96, voltado aos contratos de adesão.²

i) A exclusão da necessidade do contrato de franquia ser assinado na presença de duas testemunhas;

j) A expressa possibilidade de empresas estatais e entidades sem fins lucrativos adotarem o sistema de franquias, independentemente do segmento de atividades.

Os Correios, por exemplo, há muito tempo utilizam o sistema de franquias para realizar parte de sua operação.

O único artigo vetado pelo Presidente da República foi o 6º, que especificava as regras de licitações para esse modelo de negócio em empresas públicas, sociedades de economia mista e entidades controladas direta ou indiretamente pela União, estados, Distrito Federal e municípios. De acordo com Bolsonaro, tal dispositivo estaria em descompasso com a Lei das Estatais (lei nº 13.303/16). Para que tal veto seja derrubado é necessário o voto da maioria absoluta das duas Casas Legislativas.³

Entidades do segmento celebraram a nova lei. A expectativa é que haja um crescimento ainda maior no setor, que faturou R\$ 182.657.000.000,00 apenas em 2018.⁴ Para o presidente da Associação Brasileira de Franchising (ABF), André Friedheim: *“Com esta nova regra, conseguimos manter as conquistas originais, deixar mais claros alguns pontos e acrescentar dispositivos que podem acelerar, por exemplo, a abertura de novas unidades e, portanto, o crescimento do setor como um todo”*.⁵

O crescimento do *franchising* acaba, por consequência, impulsionando a economia nacional, de modo que não apenas aqueles envolvidos com algum sistema de franquia são beneficiados, mas sim toda a sociedade brasileira.

A nova legislação das franquias é apenas mais um exemplo que deixa evidente a importância e a necessidade das ciências do direito e da economia caminharem conjuntamente, de forma a possibilitar que o nosso ordenamento jurídico seja mais eficiente e promova cada vez mais desenvolvimento.

¹ <http://www.livroabf.com.br/>

Tobias Pereira Klen – Acadêmico de Direito da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Pesquisador na área de Direito Empresarial UFSC/CNPq. Membro do Grupo de Estudos e Pesquisa em Direito Empresarial da UFSC (GEPDE/UFSC). Membro do Núcleo de Pesquisa em Propriedade Intelectual da UFSC (NUPPI/UFSC).