



**UNIVERSIDADE TIRADENTES – UNIT**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – ARTIGO CIENTÍFICO**

**INOVAÇÕES TRAZIDAS PELO PODER LEGISLATIVO NO QUE TANGE A LEI N°  
13.966/2019 DE FRANQUIAS E SUA REAL EFETIVIDADE**

**FLÁVIO RODRIGO BRAGA DE LIMA**  
ORIENTADOR: Prof. HELDER LEONARDO DE SOUSA GOES

**ARACAJU-SE**  
**2020**

**FLÁVIO RODRIGO BRAGA DE LIMA**

**INOVAÇÕES TRAZIDAS PELO PODER LEGISLATIVO NO QUE TANGE A LEI N°  
13.966/2019 FRANQUIAS E SUA REAL EFETIVIDADE**

Trabalho da Conclusão de Curso de  
Graduação de Direito da Universidade  
Tiradentes – UNIT, como requisito para  
obtenção de diploma em bacharel de  
Direito.

Aprovado em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_.

**Banca Examinadora**

---

**Professor Orientador  
Universidade Tiradentes**

---

**Professor Examinador  
Universidade Tiradentes**

---

**Professor Examinador  
Universidade Tiradentes**

**INOVAÇÕES TRAZIDAS PELO PODER LEGISLATIVO NO QUE TANGE A LEI N°  
13.966/2019 DE FRANQUIAS E SUA REAL EFETIVIDADE**

**INNOVATIONS BRED BY LEGISLATIVE POWER AS TO CHANGE THE  
FRANCHISES LAW N° 13.966 / 2019 AND ITS REAL EFFECTIVENESS**

**Flávio Rodrigo Braga de Lima<sup>1</sup>**

**RESUMO**

O exposto artigo levanta a discussão sobre a lei 13.966/19, que trouxe inovações a respeito das franquias, fazendo um comparativo com a antiga legislação, lei nº8.955/94. A lei 13.966/19 instituiu o novo trato jurídico para as franquias, visando modernizar o sistema, trazendo maior transparência jurídica nas relações entre o franqueador e franqueado, mudanças significativa no Circular de Oferta de Franquias (COF), além de ampliar o conceito de transparências nas relações entre as partes, assim como também transcendendo o aspecto territorial antes não elencado minuciosamente. Decerto que para compreender o presente é imprescindível o estudo histórico, realizando assim o fomento teórico do estudo através do método descritivo com o exame bibliográfico de doutrinas que explicam as influências e inspirações que levaram a concepção da legislação vigente.

**Palavras-chave:** Comparação. Evolução. Influências. Territorialidade.

**ABSTRACT**

The exposed article raises a discussion about Law 13.966/19, which brought innovations to the respect of franchises, making a comparison with the old legislation, Law 8.955 / 94. Law 13.966 / 19 establishes a new legal treaty for franchises, use modern and system, bringing greater legal transparency in the relationship between franchisor and franchisee, significantly changes the Circular on Franchise Offering (CFO), in addition to expanding the concept of transparency in relations between parties, as well as transcending the territorial aspect previously not listed in detail . Uninstalling to understand or present the present history is essential, thus carrying out or promoting theoretical studies through the descriptive method with the bibliographic examination of doctrines that explain how influences and inspirations that led to the evaluation of current legislation.

**Keywords:** Comparation. Evolution. Influences. Territoriality.

---

<sup>1</sup> Graduando em Direito, 10º período, Universidade Tiradentes. E-mail: flavio.rodriigo@souunit.com.br

## 1 INTRODUÇÃO

Franquia é o modelo de negócio cujo seu funcionamento é uma cópia, autorizada, de um estabelecimento inicial. A sua operação foi transferida de um negócio originário a fim de expandir o sucesso inicial para outra localização. Até o ano de 2019, a Lei que aduzia sobre as regulamentações de tal modelo de negócio era a Lei nº 8.955/94, todavia, após inúmeros debates no Congresso nacional foi sancionada no dia 26.12.19 a Lei nº 13.966.

O citado instrumento jurídico possui como assunto objeto o sistema de franquia empresarial e extingue as disposições trazidas pela Lei nº 8.955/94, antigo norteador do sistema de franquias adotado no Brasil, abrindo assim espaço para a nova lei de franquias com significantes alterações sobre o Circular de Oferta de Franquias (COF). As alterações obtiveram como escopo a intenção de melhorar a transparência nos contratos celebrados, além de um melhor respaldo jurídico em relação ao franqueador e franqueados.

Dessa forma, o presente artigo possui como intuito analisar tecnicamente a nova lei e suas relevantes mudanças para o cenário empresarial brasileiro. O trabalho consiste na comparação entre a nova lei de franquias (lei nº 13.966/2019) e sua antecessora, com ênfase em examinar suas inovações. Para o súpero vislumbre do caso prático, será demonstrada a efetividade mercadológica do emprego da tenra lei. Para alcançar o referido objetivo, foram impostos objetivos alicerces, como a averiguação dos impactos ocasionados pela lei no meio comercial, elucidar as inovações técnicas.

Dentre essas inovações, será de suma valência para o engendramento do artigo a elucidação, principalmente: as alterações a respeito da COF; ausência de vínculo empregatício na relação entre franqueador e franqueado; conceito de territorialidade das franquias; contratos de sublocação entre as partes e o modelo de franquia ser utilizado por empresas públicas e entidades sem fins lucrativos.

Buscando analisar a temática proposta, esse trabalho será pautado em exame minucioso de maneira a atingir o âmago da veracidade possível no processo de conhecimento da problemática a ser avaliada. Para tal, será discorrido através da ótica analítica, utilizando o método exploratório descritivo com o fomento da coleta bibliográfica jurisprudencial e doutrinária. Portanto, será estabelecida uma linha de

investigação empírica, pela qual será conduzida o desenvolvimento teórico a fim de satisfazer o objeto central que o estudo propõe.

O levantamento material será distribuído inicialmente em quatro teses distintas, cujas quais serão avaliadas. O capítulo inicial buscará o conhecimento teórico no que toca a contextualização do objeto de estudo; o segundo será feita uma averiguação comparando a nova lei de franquias nº 13.966/2019 e a antiga legislação (Lei nº 8.955/94); o terceiro dissertará ao que concerne o surgimento das franquias e como a modalidade supracitada chegou ao Brasil; e o quarto, último porém de suma relevância, será engendrado uma inquirição sobre o tema e sua aplicação no mundo real, assim como no mercado para demonstrar se há de fato eficácia.

## **2 INOVAÇÕES TRAZIDAS PELA LEI 13.966/2019**

Após debates do Congresso Nacional, o dia 26 de dezembro de 2019 ficou conhecido pela substituição da Lei nº 8.955/94<sup>2</sup>, antigo norteador a ser seguido pelo sistema de franquias adotado no Brasil, pela a Lei nº 13.966<sup>3</sup>. Com poucas, mas significativas alterações na legislação que trata sobre o COF, as principais melhorias são referentes a pontos a intenção de otimizar a transparência nos contratos celebrados, além de embasar um respaldo jurídico mais robusto em relação ao franqueador e franqueados.

A nova lei traz consigo uma formatação que expande os horizontes em grau comparativo com a lei 8.955/1994 a demerito das inovações a respeito do assunto mercadológico quanto aos casos práticos. Um exemplo disso é a criação da associação de franqueados, que designa as verbas a serem distribuídas com o intuito de um maior estímulo ao âmbito do marketing, assim como em outras áreas para a ascensão da marca.

É válido mencionar que os contratos de franquia mercantil são comeditados no Brasil a contar do ano 1994, sendo assim protagonista e de extrema importância para consolidação do mercado, uma vez que fora concebida com o escopo essencial

---

<sup>2</sup> BRASIL. Lei nº 8.955/94, de 15 de dezembro de 1994. Dispõe sobre o contrato de franquia empresarial (franchising) e dá outras providências. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8955.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8955.htm)>. Acesso em: 17 de maio de 2020.

<sup>3</sup> BRASIL. Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019. Institui a Lei disciplinar do sistema de franquia empresarial. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2019/lei/L13966.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13966.htm)>. Acesso em: 17 de maio de 2020.

de proporcionar transparência aos contratos. É cristalina a divergência quanto a lei antecessora, apesar de abordar intrinsicamente sobre a temática, essa tratava de modo simples e direto de um assunto que possui variáveis de acordo com o caso concreto. No entanto, após mais de 20 anos corridos, atualizações eram indispensáveis para uma readequação da relação entre franquia e franqueado, com uma legislação mais contemporânea, transparente e segura.

Para entender a lei, faz-se de suma valência a compreensão do significado de franqueado, assim, de acordo com os ensinamentos de Stanworth<sup>4</sup>, pode-se aduzir que tal modalidade é um serviço complexo e peculiar, necessitando de estrutura sólida para o seu funcionamento.

Franchising é um negócio que essencialmente consiste de uma organização (o franqueador) com um pacote de negócio testado em mercado, centrado num produto ou serviço, entrando em um relacionamento contratual com franqueados, tipicamente pequenas firmas autofinanciadas e autogeridas, operando sob a marca registrada do franqueador para produzir e/ou comercializar bens e serviços de acordo com um formato especificado pelo franqueador.

O novo diploma legal ainda trata sobre ausência de vínculo empregatício entre o franqueador e franqueado mesmo no período de treinamento, apesar da antiga legislação e prévia discursão sobre a temática entendida pelo STF, essa era silente nesse quesito.

A plano exemplificativo, a decisão proferida pelo Tribunal Regional do Trabalho da 2ª Região<sup>5</sup> discorre:

VÍNCULO EMPREGATÍCIO: A atividade contratada junto à empresa titularizada pelo reclamante, insere-se no objeto social da reclamada. A mera estipulação contratual de que o contrato objetiva autorizar a franqueada a operar uma franquia, mediante autorização da franqueadora, não é capaz de desnaturar a relação de emprego, por força do artigo 9º da CLT. No que tange à subordinação, cumpre ressaltar que a análise de tal requisito atualmente merece ser feita com base no critério objetivo e estrutural, sendo desnecessário o recebimento de ordens diretas. Basta que a função desempenhada pelo trabalhador esteja inserida estruturalmente no processo produtivo. Assim, uma vez enquadrado o trabalhador na estrutura hierárquico-organizacional da empresa, é inerente à relação jurídica

---

<sup>4</sup> STANWORTH, J. et al. Franchising as a small business growth strategy: are source- based view of organizational development. International Small Business Journal, dez. 2004.

<sup>5</sup> TRIBUNAL REGIONAL DO TRABALHO. Recurso ordinário nº 10022302820165020043. São Paulo,.Relator: Ricardo Verta Ludovice, 11ª Turma – Cadeira 2, Data de Publicação: 15/05/2018.

existente o elemento subordinação. Recurso ordinário patronal ao qual se nega provimento.

É indubitável que a jurisprudência mencionada anteriormente é clara e concisa ao que tange a existência do vínculo empregatício. O mero ato de concluir o treinamento e se adequar as características peculiares da empresa já associa o empregado diretamente a empresa.

## **2.1 Alterações a Respeito da Circular de Oferta de Franquias**

Com a nova legislação, um dos grandes avanços é uma melhor resolução da COF, instrumento que possui pré-requisitos a serem obedecidos. A COF é um documento que deve ser enviado ao franqueado pelo menos 10 dias antes da assinatura do pré-contrato de franquia ou mesmo de qualquer pagamento pelo franqueado. Ao disciplinar sobre a permissão de que empresas estatais tenham franquias, foi estipulado que tal instrumento supracitado seja apresentado no início do processo de seleção quando se tratar de licitação ou pré-qualificação promovida por órgão ou entidade pública.

O documento elementar é tão importante quanto o contrato de franquia, pois é com esse elemento imprescindível do negócio jurídico que promove a potência como franqueado e discorre sobre noções básicas relevantes a respeito do possível acordo, gerando uma melhor transparência nas relações.

De acordo com a nova redação, a COF deve conter informações sobre os franqueados que se desligaram nos últimos 24 meses. Essa mudança é deveras importante, pois será como um norte para que o franqueado tenha um maior embasamento e dados para analisar se deve o investimento ser procedente.

Sobre a territorialidade nas relações de franquias, a lei dá acesso para as partes negociarem ou não a exclusividade num espaço geográfico, mas para que tal acordo esteja alinhado com a nova lei é exigido que o franqueador esclarecesse preliminarmente no documento as regras a respeito de territorialidade no que compete à concorrência entre as próprias unidades de franquias existentes. Há ainda a exigibilidade de designação sobre quais fornecedores o franqueado deve contratar para um efetivo abastecimento em sua franquia, situação muito comum em contratos de franquias vinculadas do ramo de alimentação.

Ainda sobre a Circular de Ofertas de Franquias, deverá o franqueador esclarecer na certidão quais serão os itens que ele irá fornecer, além dos prazos e também como e quem irá subsidiar as manutenções necessárias para um funcionamento adequado, assim como também as tecnologias disponíveis a disposição e corolário treinamento da equipe que irá integrar a franquia.

A marca é objeto de descrição na COF, devendo ser detalhada sua caracterização completa. Desde número de registro, classe, subclasse até outras informações pertinentes, como prova de garantia de que o franqueado possa conferir a veracidade. Além das informações explanadas, deve-se também ser dissertado na certidão regras de transferência/sucessão, juntamente como um rol que detalhe as possíveis sanções que o franqueado possa sofrer no futuro, bem como a os números de possíveis quantidades de compras mínimas feita pelo franqueado. Todos os elementos elucidados possuem fulcro no art.2º da lei 13.966/2019<sup>6</sup>:

Art. 2º Para a implantação da franquia, o franqueador deverá fornecer ao interessado Circular de Oferta de Franquia, escrita em língua portuguesa, de forma objetiva e acessível, contendo obrigatoriamente: I - histórico resumido do negócio franqueado; II - qualificação completa do franqueador e das empresas a que esteja ligado, identificando-as com os respectivos números de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ); III - balanços e demonstrações financeiras da empresa franqueadora, relativos aos 2 (dois) últimos exercícios; IV - indicação das ações judiciais relativas à franquia que questionem o sistema ou que possam comprometer a operação da franquia no País, nas quais sejam parte o franqueador, as empresas controladoras, o subfranqueador e os titulares de marcas e demais direitos de propriedade intelectual; V - descrição detalhada da franquia e descrição geral do negócio e das atividades que serão desempenhadas pelo franqueado; VI - perfil do franqueado ideal no que se refere a experiência anterior, escolaridade e outras características que deve ter, obrigatória ou preferencialmente; VII - requisitos quanto ao envolvimento direto do franqueado na operação e na administração do negócio; VIII - especificações quanto ao: a) total estimado do investimento inicial necessário à aquisição, à implantação e à entrada em operação da franquia; b) valor da taxa inicial de filiação ou taxa de franquia; c) valor estimado das instalações, dos equipamentos e do estoque inicial e suas condições de pagamento; IX - informações claras quanto a taxas periódicas e outros valores a serem pagos pelo franqueado ao franqueador ou a terceiros por este indicados, detalhando as respectivas bases de cálculo e o que elas remuneram ou o fim a que se destinam,

---

<sup>6</sup> BRASIL. Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019. Institui a Lei disciplinar do sistema de franquia empresarial. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019/2022/2019/lei/L13966.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019/2022/2019/lei/L13966.htm)>. Acesso em: 17 de maio de 2020.



indicando, especificamente, o seguinte: a) remuneração periódica pelo uso do sistema, da marca, de outros objetos de propriedade intelectual do franqueador ou sobre os quais este detém direitos ou, ainda, pelos serviços prestados pelo franqueador ao franqueado; b) aluguel de equipamentos ou ponto comercial; c) taxa de publicidade ou semelhante; d) seguro mínimo; X - relação completa de todos os franqueados, subfranqueados ou subfranqueadores da rede e, também, dos que se desligaram nos últimos 24 (vinte quatro) meses, com os respectivos nomes, endereços e telefones; XI - informações relativas à política de atuação territorial, devendo ser especificado: a) se é garantida ao franqueado a exclusividade ou a preferência sobre determinado território de atuação e, neste caso, sob que condições; b) se há possibilidade de o franqueado realizar vendas ou prestar serviços fora de seu território ou realizar exportações; c) se há e quais são as regras de concorrência territorial entre unidades próprias e franqueadas; XII - informações claras e detalhadas quanto à obrigação do franqueado de adquirir quaisquer bens, serviços ou insumos necessários à implantação, operação ou administração de sua franquia apenas de fornecedores indicados e aprovados pelo franqueador, incluindo relação completa desses fornecedores; XIII - indicação do que é oferecido ao franqueado pelo franqueador e em quais condições, no que se refere a: a) suporte; b) supervisão de rede; c) serviços; d) incorporação de inovações tecnológicas às franquias; e) treinamento do franqueado e de seus funcionários, especificando duração, conteúdo e custos; f) manuais de franquia; g) auxílio na análise e na escolha do ponto onde será instalada a franquia; e h) leiaute e padrões arquitetônicos das instalações do franqueado, incluindo arranjo físico de equipamentos e instrumentos, memorial descritivo, composição e croqui; XIV - informações sobre a situação da marca franqueada e outros direitos de propriedade intelectual relacionados à franquia, cujo uso será autorizado em contrato pelo franqueador, incluindo a caracterização completa, com o número do registro ou do pedido protocolizado, com a classe e subclasse, nos órgãos competentes, e, no caso de cultivares, informações sobre a situação perante o Serviço Nacional de Proteção de Cultivares (SNPC); XV - situação do franqueado, após a expiração do contrato de franquia, em relação a: a) know-how da tecnologia de produto, de processo ou de gestão, informações confidenciais e segredos de indústria, comércio, finanças e negócios a que venha a ter acesso em função da franquia; b) implantação de atividade concorrente à da franquia; XVI - modelo do contrato-padrão e, se for o caso, também do pré-contratopadrão de franquia adotado pelo franqueador, com texto completo, inclusive dos respectivos anexos, condições e prazos de validade; XVII - indicação da existência ou não de regras de transferência ou sucessão e, caso positivo, quais são elas; XVIII - indicação das situações em que são aplicadas penalidades, multas ou indenizações e dos respectivos valores, estabelecidos no contrato de franquia; XIX - informações sobre a existência de cotas mínimas de compra pelo franqueado junto ao franqueador, ou a terceiros por este designados, e sobre a possibilidade e as condições para a recusa dos produtos ou serviços exigidos pelo franqueador; XX - indicação de existência de conselho ou associação de franqueados, com as atribuições, os poderes e os mecanismos de representação perante o franqueador, e detalhamento das competências para gestão e fiscalização da

aplicação dos recursos de fundos existentes; XXI - indicação das regras de limitação à concorrência entre o franqueador e os franqueados, e entre os franqueados, durante a vigência do contrato de franquia, e detalhamento da abrangência territorial, do prazo de vigência da restrição e das penalidades em caso de descumprimento; XXII - especificação precisa do prazo contratual e das condições de renovação, se houver; XXIII - local, dia e hora para recebimento da documentação proposta, bem como para início da abertura dos envelopes, quando se tratar de órgão ou entidade pública. § 1º A Circular de Oferta de Franquia deverá ser entregue ao candidato a franqueado, no mínimo, 10 (dez) dias antes da assinatura do contrato ou pré-contrato de franquia ou, ainda, do pagamento de qualquer tipo de taxa pelo franqueado ao franqueador ou a empresa ou a pessoa ligada a este, salvo no caso de licitação ou pré-qualificação promovida por órgão ou entidade pública, caso em que a Circular de Oferta de Franquia será divulgada logo no início do processo de seleção. § 2º Na hipótese de não cumprimento do disposto no § 1º, o franqueado poderá arguir anulabilidade ou nulidade, conforme o caso, e exigir a devolução de todas e quaisquer quantias já pagas ao franqueador, ou a terceiros por estes indicados, a título de filiação ou de royalties, corrigidas monetariamente.

O legislador ao formular o referido dispositivo foi minucioso para não deixar lacunas que oferecesse dano oneroso as partes do negócio jurídico. Destarte, é cristalina a presença do zelo da nova lei ao que concerne ao abranger de forma expansiva elementos essenciais para um acordo bem sucedido, além de possíveis sanções em caso de má fé, preenchendo assim as omissões da lei antecessora.

## **2.2 Dos Contratos de Sublocação**

A lei supracitada trouxe consigo inovação elementar ao expressar autorização para que possa haver uma sublocação do ponto pelo franqueador, entretanto, é indispensável não existir onerosidade acentuada, em convergência com o conceito de equilíbrio econômico do contrato. De acordo com dispositivo elencando no artigo 3º da lei 13.966/2019<sup>7</sup>, o imóvel será sublocado para a criação da franquia.

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

---

<sup>7</sup> BRASIL. Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019. Institui a Lei disciplinar do sistema de franquia empresarial. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato20192022/2019/lei/L13966.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato20192022/2019/lei/L13966.htm)>. Acesso em: 17 de maio de 2020.

ou prorrogação, salvo nos casos de inadimplência dos respectivos contratos ou do contrato de franquia. Parágrafo único. O valor do aluguel a ser pago pelo franqueado ao franqueador, nas sublocações de que trata o caput, poderá ser superior ao valor que o franqueador paga ao proprietário do imóvel na locação originária do ponto comercial, desde que: I - essa possibilidade esteja expressa e clara na Circular de Oferta de Franquia e no contrato; e II - o valor pago a maior ao franqueador na sublocação não implique excessiva onerosidade ao franqueado, garantida a manutenção do equilíbrio econômico-financeiro da sublocação na vigência do contrato de franquia.

As disposições aduzidas pela terra lei de franquias dispõem sobre imóveis sublocados ao franqueado pelo franqueador, pois tal tema não era antes disciplinado pela lei 8.955/94. Essa norma possuiu a intenção de reduzir os conflitos comuns na justiça. Pois, normalmente, o valor da sublocação era superior ao da locação em referência a redação do art. 21 da lei. 8.245/91<sup>8</sup> (Lei do Inquilinato) que preconiza “o aluguel da sublocação não poderá exceder o da locação”. Portando apesar da lei não autorizar esse tipo de negócio, a jurisprudência vinha se posicionando em sentido diverso, posto que os tribunais de justiça aplicavam a lei de franquias, em prejuízo da lei do inquilinato. Como demonstrado pelo julgamento do agravo de instrumento 2001202416/SE<sup>9</sup>:

AGRAVO DE INSTRUMENTO – TUTELA ANTECIPADA – CONTRATO DE FRANQUIA – SUBLOCAÇÃO – ALUGUEL – REDUÇÃO PELO JUÍZO A QUO – PRINCÍPIOS QUE REGEM OS CONTRATOS – NOVA CONSTRUÇÃO DOUTRINÁRIA – CÓDIGO CIVIL E CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – FUNÇÃO SOCIAL DO CONTRATO – LIMITAÇÕES AO PRINCÍPIO DA AUTONOMIA DE VONTADE – CONFIGURAÇÃO DOS REQUISITOS DO ART. 273 DO CPC. – Improvimento do recurso. Decisão unânime... (TJ-SE – AI: 2001202416 SE, Relator: DES. ROBERTO EUGENIO DA FONSECA PORTO, Data de Julgamento: 26/08/2002, 1ª.CÂMARA CÍVEL).

No mais, ainda há a possibilidade de estabelecimento de foro em país estrangeiro para os casos de contrato internacional de franquias. Nessa nova vertente, os contratantes deverão manter um representante legal da marca, no país escolhido. Seguindo os dados do Associação Brasileira de Franchising (ABF),

<sup>8</sup> BRASIL. Lei nº 8.245, de 18 de outubro de 1991. Dispõe sobre as locações dos imóveis urbanos e os procedimentos a elas pertinentes. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8245.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8245.htm)>. Acesso em: 17 de maio de 2020.

<sup>9</sup> TRIBUNAL DE JUSTIÇA. Agravo de Instrumento. 2001202416. Sergipe. Relator: desembargador Roberto Eugenio da Fonseca Porto. 26/08/2002, 1ª. câmara cível.

somente será aplicada em uma pequena parcela dos casos, pois as franquias atuantes no Brasil, em grande parte, são de origens nacionais. Esse fenômeno é possível em detrimento da ocorrência de queda nos números totais de marcas estrangeiras que operam no país entre 2017 a 2019, saindo da marca 200 para 190. Sob ótica diversa, houve uma crescente nos números internacionais das marcas brasileiras, de 142 para 145 no mesmo período, conforme projeção 2018/2019 da ABF.

Como trata o artigo 7º, § 3º da lei 13.966/2019<sup>10</sup>:

Art. 7º Os contratos de franquia obedecerão às seguintes condições:  
§ 3º Caso expresso o foro de opção no contrato internacional de franquia, as partes deverão constituir e manter representante legal ou procurador devidamente qualificado e domiciliado no país do foro definido, com poderes para representá-las administrativa e judicialmente, inclusive para receber citações.

Destarte, Leonardo Lamartine<sup>11</sup> pondera:

Referida inovação legislativa traz um impacto positivo para o setor, pois eleva a régua de qualidade e credibilidade repassada aos interessados em investir no segmento de franquias, fazendo com que haja maior rigor na punição de ofertas de investimento não condizentes com a expectativa de realidade ou mesmo nos casos de omissão de informações antes da decisão pelo investimento.

Não distante do que a legislação anterior regulava, a Nova Lei de Franquia privilegia a autonomia da vontade das partes em relação aos termos e condições do Contrato de Franquia, concentrando seus dispositivos e novas regras em incrementar o grau de transparência exigido do franqueador quando da elaboração e entrega da Circular de Oferta de Franquia (COF), além de formalizar alguns pontos consolidados na jurisprudência brasileira, e ainda, esclarecer e pacificar outras questões controversas.

Em síntese é exequível ponderar que o entendimento legal que a nova lei traz é de caráter mais transparente quanto as informações que são fornecidas, devendo o franqueador fornecer maior detalhamento da operação e histórico da empresa, fato

---

<sup>10</sup> BRASIL. Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019. Institui a Lei disciplinar do sistema de franquia empresarial. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019/2022/2019/lei/L13966.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019/2022/2019/lei/L13966.htm)>. Acesso em: 17 de maio de 2020.

<sup>11</sup> LAMARTINE, Leonardo. O que muda na prática com a nova lei de franquias? Portal do Franchising. 2020. Disponível em: < <https://www.portaldofranchising.com.br/artigos-sobre-franchising/nova-lei-de-franquias/>> Acesso em: 25 de maio de 2020.

imprescindível que ajudará o franqueado realizar uma escolha mais consciente e embasada para investir.

### **3 COMPARATIVO ENTRE A LEI 13.966/2019 E A LEI 8.955**

A caracterização da ausência da relação de consumo é fator de extrema curiosidade quanto ao que concerne a nova legislação vigente, pois de acordo com o seu artigo 1º<sup>12</sup>: “sem caracterizar relação de consumo”, como toda relação de consumo tem de um lado o consumidor e do outro o fornecedor de produtos e/ou serviços, e esta relação está sujeita ao Código de Defesa do Consumidor. Fica definitivamente afastada a hipótese de interpretar o contrato de franquia como uma relação de consumo.

A regulamentação da franquia pública tratadas no Artigo 1º e 2º, deve ser analisados os conceitos de empresa privada, estatal ou entidade sem fins lucrativos para ter um melhor entendimento do dispositivo legal.

Empresa privada é constituída por pessoas físicas ou jurídicas, e são empresas que visam à obtenção de lucro a partir de um investimento inicial. Já as empresas públicas são a entidade dotada de personalidade jurídica de direito privado, com patrimônio próprio e capital exclusivo da União, autorizada por lei Emenda Constitucional nº 19/1998<sup>13</sup>, para a exploração de atividade econômica que o Governo seja levado a exercer por força de contingência ou de conveniência administrativa podendo revestir-se de qualquer das formas admitidas em direito.

Conforme trata o Decreto nº 200/67<sup>14</sup>:

Art. 5º Para os fins desta lei considera-se:

II - Empresa Pública - a entidade dotada de personalidade jurídica de direito privado, com patrimônio próprio e capital exclusivo da União,

---

<sup>12</sup> BRASIL. Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019. Institui a Lei disciplinar do sistema de franquia empresarial. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019/2022/2019/lei/L13966.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019/2022/2019/lei/L13966.htm)>. Acesso em: 17 de maio de 2020.

<sup>13</sup> BRASIL. Emenda Constitucional nº 19, de 4 de junho de 1998. Modifica o regime e dispõe sobre princípios e normas da Administração Pública, servidores e agentes políticos, controle de despesas e finanças públicas e custeio de atividades a cargo do Distrito Federal, e dá outras providências. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Emendas/Emc/emc19.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Emendas/Emc/emc19.htm)>. Acesso em: 25 de maio de 2020.

<sup>14</sup> BRASIL. Decreto lei nº 200, de 25 de fevereiro de 1967. Dispõe sobre a organização da Administração Federal, estabelece diretrizes para a Reforma Administrativa e dá outras providências. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del0200.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0200.htm)>. Acesso em: 25 de maio de 2020

criado por lei para a exploração de atividade econômica que o Governo seja levado a exercer por força de contingência ou de conveniência administrativa podendo revestir-se de qualquer das formas admitidas em direito. sendo que este modelo já vem sendo utilizado pelo governo. Definição de parâmetros para sublocação no mesmo Artigo 1º da Lei diz:

As entidades sem fins lucrativos, podem ser conceituada como um agrupamento de pessoas em uma sociedade de direito privado, com personalidade jurídica própria para realizar determinados objetivos comuns de uma classe e não possui fins lucrativos, a exemplos de: associação filantrópica; associação de pais e mestres; associação em defesa da vida; associação de consumidores; associação de classe; associação de produtores; associações culturais, desportivas e sociais.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)<sup>15</sup> conceitua entidades sem fins lucrativos como:

Associações são organizações sem fins lucrativos e entidades de direito privado que reúnem pessoas em favor de um bem comum em prol do bem estar, do social, da cultura, política, filantropia ou realização de processos produtivos de bens e/ou serviços coletivos. A legislação (Novo Código Civil Lei nº 10.406) não estabelece um número mínimo para se organizar uma Associação. Em princípio, bastariam duas pessoas. Na prática, porém, o número recomendável é de 10 (dez) a 20 (vinte) pessoas, pois é o quantitativo necessário para preencher os cargos do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal que o Novo Código Civil exige que sejam formados.

Além dos artigos citados anteriormente, vale mencionar o artigo 7º da lei objeto central<sup>16</sup>, cujo dispositivo introduz a utilização do juiz arbitral para solução de demandas e regulamenta os Contratos de Franquias Internacionais. Além da instituição da arbitragem, outras temáticas também foram inseridas como “ausência de vínculo empregatício” e “punição por omissão ou veiculação de informações falsas na COF”, respectivamente tratados continuam na Nova Lei, nos artigos 1º e 4º.

---

<sup>15</sup> SEBRAE. Quais os tipos de associação sem fins lucrativos: Entenda do que se trata este tipo de organização, sua função e quais os tipos que existem. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/quais-os-tipos-de-associacao-sem-fins-lucrativos,27b597daf5c55610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 23 de maio de 2020.

<sup>16</sup> BRASIL. Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019. Institui a Lei disciplinar do sistema de franquia empresarial. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato20192022/2019/lei/L13966.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato20192022/2019/lei/L13966.htm)>. Acesso em: 17 de maio de 2020.

Fator importante da nova lei é a linguagem mais clara e termos mais técnicos além de visar uma maior transparência nas relações e nos contratos entre as partes.

Alterações importantes foram feitas no Artigo 2º e em seus incisos, a começar do Inciso X, pois estabelece um pedido de relação completa de todos os franqueados, subfranqueados ou subfranqueadores da rede e, também, dos que se desligaram nos últimos 24 meses, contendo os respectivos nomes, endereços e telefones. Na antiga lei esse prazo era de 12 meses o que acaba favorecendo o potencial franqueado a ter uma maior margem para a escolha do negócio.

Ao que concerne o Inciso XIII, esse determina a indicação dos insumos que são oferecidos aos franqueados e equipe em termos de suporte, detalhando quais são os serviços que os franqueadores prestarão aos franqueados em termos de treinamentos, uso dos conhecimentos sobre o negócio, técnicas envolvidas, tecnologias ou softwares utilizados, produtos e trocas de produtos, materiais, peças de reposição quando for o caso. Tornando um item muito importante, pois irá refletir a real capacidade do franqueador de oferecer apoio ao franqueado.

## **4 CONCEITO E HISTORICO DO SISTEMA DE FRANQUIAS NO MUNDO**

### **4.1 Conceito de Franquias**

A franquia, como é implementado pelas redes, é um método de negócios no qual se concede a um franqueado o direito de vender ou distribuir produtos/serviços sob um modelo operacional e mercadológico anteriormente definido pela marca. O modelo pode ser classificado como uma espécie de replicação de negócio. O franqueador oportuniza que o serviço, o conceito e a imagem da marca sejam reproduzidos ao redor do mundo, nas diversas unidades espalhadas pelas regiões que a marca atua. Dessa forma, é possível aduzir que o dono da marca transmite o *know how* e permite que o franqueado use seu logo, nome e publicidade e porventura, de um combo de produtos/serviços que devem ser direcionados ao consumidor.

Segundo o Instituto Brasileiro de Coaching<sup>17</sup> o know-how possui conceito como:

---

<sup>17</sup> IBC. O que é know how?. 2018. Disponível em: < <https://www.ibccoaching.com.br/portal/vida-profissional/o-que-e-know-how/>>. Acesso em: 20 de maio de 2020.

Know-how é um termo em inglês que significa “saber como” ou “saber fazer”. Refere-se ao conjunto de conhecimentos técnicos e práticos (fórmulas, tecnologias, técnicas, procedimentos, etc.) referentes à determinada atividade. Esse é um termo muito utilizado no universo corporativo, podendo ser aplicado ao profissional ou à empresa.

Ao determinar que um indivíduo ou uma organização possuem know-how, quer-se dizer que ambos têm domínio especializado sobre um mercado, produto ou serviço. Isso os transforma em referência, visto que detêm o conhecimento que outros, que atuam em sua mesma área, não têm. Assim, observa-se que a competência é determinante para ganhar vantagem competitiva perante seus concorrentes.

A franquia empresarial é um contrato que faz uma ponte entre uma pessoa (franqueado) a uma empresa (franqueadora) para que o sujeito dessa relação ceda a primeira o direito de comercializar marcas ou produtos de sua propriedade mesmo não estando em uma relação de subordinação.

Waldirio Bulgarelli<sup>18</sup> conceitua:

Franchising é a operação pela qual um comerciante titular de uma marca comum, cede seu uso, num setor geográfico definido, a outro comerciante. O beneficiário da operação assume integralmente o financiamento de sua atividade e remunera o seu co-contratante com uma percentagem calculada sobre o volume dos negócios. Repousa sobre a cláusula da exclusividade, garantindo ao beneficiário, em relação aos concorrentes, o monopólio da atividade.

Complementando o ensinamento anterior, Rubens Requião<sup>19</sup> segue a mesma lógica ao realizar um comparativo entre o a concessão de serviço público pelo Estado:

Acrescenta que a empresa comercial se relaciona com a empresa industrial, de forma a manter, cada uma, a integridade de sua personalidade jurídica. Acrescenta ainda que nesse tipo de negócio ou sistema de comercialização, a empresa produtora, à semelhança do que ocorre com o Estado no contrato de concessão de serviço público, descentraliza sua atuação, deferindo a outra empresa estranha, a distribuição e colocação de seus produtos no mercado consumidor, de tal forma que a empresa produtora, formando a rede de concessionários, em estilo que lhe garanta eficiência e disciplina, despreocupa-se com o escoamento de sua produção, descentralizando o setor comercial, órgão complementar da atividade produtiva.

---

<sup>18</sup> BULGARELLI, Waldirio. Contratos mercantis. 8. ed. São Paulo: Atlas, 1995. p. 520.

<sup>19</sup> REQUIÃO, Rubens. Curso de direito comercial. São Paulo, Saraiva, 2015.



A lei objeto do presente estudo, 13.966/2019<sup>20</sup>, conceitua franquia em seu primeiro artigo:

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

A nova lei que trata sobre o sistema de franquias no Brasil (lei 13.966/2019) abrange mais o conceito a respeito do assunto e vem para sanar algumas lacunas, além de atualizar termos e conceitos no que tange assuntos financeiros além de melhorar a transparência entre as partes e garantir um respaldo maior nas franquias.

Assim, é concluso que o Franchising é um modelo de funcionamento sistemático de empresas que são expandidas territorialmente através de um negócio jurídico que delimita as peculiaridades e semelhanças da empresa originária, percorrendo os seus contratos sobre características de relação entre o franqueador e franqueado.

#### **4.1 Surgimentos das Redes de Franquias**

O modelo de franquias teve sua concepção nos Estados Unidos em meados do ano 1860, após anos esse modo operacional foi amplamente difundido pelo globo, sendo de amplo conhecimento e estima até para os mais leigos.

A indústria de máquinas de costura Singer Sewing Machine, pioneira no sistema, possuía uma estratégia de expansão da marca com o intuito de catapultar seus negócios e faturamento, mas com um risco e capital de investimentos baixos. Seguindo tal estratégia a empresa buscou investidores de outras regiões ao redor do país com o intuito de uma colaboração com o mesmo fim dando início ao verdadeiro sistema de franquias.

Segundo Daniel Alberto Bernard<sup>21</sup>:

---

<sup>20</sup> BRASIL. Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019. Institui a Lei disciplinar do sistema de franquia empresarial. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019/2022/2019/lei/L13966.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019/2022/2019/lei/L13966.htm)>. Acesso em: 17 de maio de 2020.

Para vender o produto Singer, os pequenos comerciantes deveriam arcar com as despesas para adaptação de suas lojas para deixá-las mais adequadas à exposição das máquinas de costura. Além disso, como forma de diferenciação e destaque, esses pontos de venda passaram a ter logomarca da Singer em suas fachadas.

Surge nos Estados Unidos em 1891, a Harper Cabeleireiro, a mais antiga rede de franquias de serviços. Em 1920, a rede alcançou a marca de mais de 500 unidades ativas distribuídas pelos Estados Unidos e na Europa. A Harper desenvolveu alguns princípios do sistema de franquia de serviços que são usados no mercado atual.

O ano de 1896 foi marcado pelo norte-americano William Metzger, tal qual inaugurou a concessionária de automóveis General Motors que veio a ser pioneira nos Estados Unidos.

Em 1889, a Coca-Cola passou a distribuir franquias de distribuição dos refrigerantes. Jorge Pereira Andrade<sup>22</sup> cita que nos anos 30 a Texaco também se utilizava dos sistemas de franquias. Dessa forma, a medida adotada foi alavancada pelo custo vultoso no transporte do produto. Os franqueados garantiam o direito de usufruir a fórmula secreta da Coca-Cola e um nome comercial da empresa que já era de grande renome.

## 4.2 Expansão das Redes de Franquias

O grande ápice do *franchising* veio após a Segunda Guerra Mundial, devida à grande quantidade de soldados que não tinham experiência, mas a vontade de trabalhar e queriam uma liberdade financeira. Destarte, na década de 1950 despontam algumas das mais famosas redes de franquias, como McDonald's, Kentucky Friend Chickem (KFC), Burger King e outras.

Glória Cardoso de Almeida Cruz<sup>23</sup> esclarece:

As primeiras procuraram oportunidade para firmar-se economicamente, para inserir-se, novamente, nos quadros da atividade profissional, tinham uma certa independência que não lhes permitia engajar-se como simples assalariado e, devido ao tempo que ficaram afastados tinham muitas dificuldades em relação à atividade comercial. E as outras procuraram aproveitar este material

---

<sup>21</sup> BERNARD, Daniel Alberto. Marketing Internacional. Ed. Ibpex. 2007, p.12.

<sup>22</sup> ANDRADE, Jorge Pereira. Contratos de Franquia e Leasing. 4ª ed., São Paulo: Atlas, 2000, pág.14;

<sup>23</sup> CRUZ, Glória Cardoso de Almeida, Franchising, 2ª edição, Rio de Janeiro, Editora Forense, 1993.

humano na expansão de seus negócios. Várias empresas descobriram um modo de ligar esses elementos aos seus empreendimentos, passando a oferecer o contrato de franchising, que se firmou como uma técnica de comercialização de certos produtos para incrementar e facilitar as vendas dos mesmos.

O sistema que foi concebido a demoreio da necessidade imediata de egressos da Segunda Guerra Mundial se tornou um dos maiores sistemas estruturais de grandes redes, permitindo uma rápida globalização de marcas e exponencial crescimento econômico dos seus criadores.

### **4.3 Surgimento das Redes de Franquia no Brasil**

A introdução do modelo de franquias surgiu em 1960 cerca de 10 anos após a grande expansão do modelo nos Estados Unidos. As pioneiras brasileiras foram as escolas de idiomas CCAA e Yazigi. Porém o modelo de negócio supramencionado só ganhou força e maior estrutura nos anos 1970, onde começou a receber investimentos mais robustos e ser encarado sob ótica de estratégia eficiente de expansão.

Glória Cardoso<sup>24</sup> de conceitua que:

A pioneira no setor do *franchising* foi a empresa de calçados Stella, todavia, este não é o entendimento corroborado por muitos, já que se tratava de um sistema muito semelhante ao sistema de franquias, mas não de um sistema de franquias propriamente dito. Outras redes acabaram seguindo o mesmo percurso, contudo, foi na década de 80 que o sistema começou a se organizar, culminando com a criação da ABF – Associação Brasileira do Franchising, e o sancionamento da lei de franquias no ano de 1994<sup>16</sup>.

Dentre as empresas que investiram nesse modelo, as que ganham um maior destaque foram marcas como Ellus, Água de cheiro e O Boticário que são referências de sucesso até os dias atuais. Esse estouro no mercado também abriu espaço para empresas norte americana se destacarem no Brasil, como foi o caso do McDonald's, empresa responsável por popularizar o seguimento no país e até hoje é atuante e influente.

---

<sup>24</sup> Ibidem. 1993, p.6.

Destarte, logo em seguida, marcas de todos os seguimentos viram um grande potencial a ser explorado e isso foi responsável pelo aumento desse modelo de franquias em todo o país.

A legalização do *Franchising* no Brasil veio com a criação da ABF em 1987, com a publicação em 1994 da Lei nº 8.955/94<sup>25</sup>, conhecida como a Lei das Franquias. Além da promissora conquista de legislar sobre o seguimento, a referida lei também foi responsável por pontuar as diferenças entre filial e franquias, que com o advento da internet nos anos 90, sendo corolário o crescimento significativo econômico da globalização do sistema.

#### **4.4 Funcionamentos das Franquias no Brasil**

A maneira de empreender no mercado de franquias brasileiro pode ser feita de duas formas. A primeira é ser um franqueado, ou seja, ser o empreendedor primário, esse com o direito de utilizar a marca e todo o padrão estabelecido pela franqueadora.

A segunda forma é sendo um master franqueado. Tal modalidade beneficia, entre eles estão à possibilidade de usar a marca e todo o padrão oferecido pelo franqueado, assim como possuir permissão para explorar regiões com o intuito de expansão da marca, podendo negociar sub-franquias para outros empresários. Dessa forma, ao membro master solicitar a participação nas franquias, esse se sujeita a submissão a avaliação conduzida pelo franqueador, logrando êxito e efetivando sua participação ou não.

Segundo dados da Associação Brasileiras de Franquias<sup>26</sup>:

O segmento de franquias cresceu 8% no ano de 2017 em comparação com o ano anterior, passando de um faturamento de R\$ 151,2 bilhões para aproximadamente R\$ 163 bilhões. Estima-se esse crescimento se deve à melhora da economia brasileira, o que proporciona o aumento da renda e, conseqüentemente, do consumo dos brasileiros. Espera-se que o setor continuará crescendo em 2018, elevando o seu faturamento de 9% a 10%. Como você pôde conferir na história das franquias, esse modelo de negócio já está

---

<sup>25</sup> BRASIL. Lei nº 8.955/94, de 15 de dezembro de 1994. Dispõe sobre o contrato de franquia empresarial (franchising) e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8955.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8955.htm)>. Acesso em: 17 de maio de 2020.

<sup>26</sup> ABF. Após inovações, faturamento das franquias cresce 8% em 2017. 2018. Disponível em: <<https://www.portaldofranchising.com.br/franquias/faturamento-das-franquias-cresceu-8-em-2017-diz-abf/>>. Acesso em 21 de maio de 2020.

consolidado, sendo uma opção para quem deseja investir na sua própria empresa.

Destarte, assim é frequente o vislumbre do quanto o ramo de franqueados se expandiu, prometendo ser ainda maior o engajamento desse modelo no futuro, oportunizando que as redes franqueadoras participem ativamente de suas decisões estratégicas.

Como cita a advogada Flávia do Amaral<sup>27</sup>:

Citando alguns exemplos, a advogada alertou que é preciso que as empresas definam objetivos, pensem e ajam estrategicamente, inclusive do ponto de vista jurídico. “A análise e a estratégia não são só jurídicas. Temos que estar sempre atuando, principalmente em casos de crise, com uma equipe multidisciplinar: um advogado, uma pessoa da área de relações públicas, mais uma pessoa de marketing, por exemplo, para pensarmos colegiadamente”, ponderou

Os desafios para as empresas franqueadoras no uso desses canais de comunicação envolvem os seguintes aspectos: clientes interagindo diretamente, usuários postando outros conteúdos sem necessariamente haver um controle por parte da marca e funcionários compartilhando outras páginas sem as precauções devidas. Flávia recomenda a elaboração de um manual, regulando como utilizar as mídias sociais e detalhando os cuidados necessários.

Com o uso da tecnologia, por exemplo, treinar a equipe para executar processos e controle de estoque uniforme, o modelo demonstra excelência em qualidade e padronização independente da região em que a empresa se localiza no globo. No contexto contemporâneo, é a rede entre franqueados e franqueadores que vem tornando o modelo de franchising ainda mais forte.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS:**

Diante do que foi exposto, é concluso que a lei de franquias, lei 13.966 de 2019, apresenta um sistema de franquia mais moderno e alinhado com a atual era da Economia, além de estar atualizado com as decisões jurisprudenciais e construções jurídicas já aplicadas. Esse sistema traz a igualdade entre os

---

<sup>27</sup> TEIXEIRA, Regina. Café da Manhã Jurídico ABF debate o uso das mídias sociais no franchising. Portal ABF. 2018. Disponível em: < <https://www.abf.com.br/cafe-juridico-abf-debate-o-uso-das-midias-sociais-no-franchising/>>. Acesso em 22 de maio de 2020.

contratantes, pois a transparência é fator essencial, garantindo ferramenta para ser um setor promissor e de grande destaque na economia do Brasil.

Como demonstrado, o setor econômico objeto do estudo é um dos principais e fundamentais geradores de empregos, estando situados em diversos âmbitos da economia, desde comida até cosméticos. As franquias proporcionam ao comprador maior facilidade de garantir um produto que gostou e é de origem externo, gerando assim uma entrada de moeda internacional e incentivando o mercado globalizado.

Há de se destacar que a legislação anterior, lei nº 8.955, foi um importante instrumento para a regulamentação da matéria, entretanto, a modernização do texto legal era necessária, visto a evolução do modelo que abrigava temas e disposições antes omissas no texto normativo.

Diante do que foi abordado ao longo do trabalho no que tange os benefícios da nova legislação, tanto para o franqueador quanto para o franqueado, destaca-se a forma viável e mais rápida de expansão e consolidação da marca. O modelo apresenta grande rentabilidade e redução de custos pelo investimento de franqueados, através da delimitação de um formato fixo com padrões de qualidade, treinamento e suporte oferecidos por parte da franqueadora, gestão de qualidade, pronta para operação. Assim, é de súpero vislumbre o fato de que o setor possui a linha de crescimento exponencial ao perpassar dos anos.

Dentre as grandes mudanças trazidas pela lei nº 13.966/2019, é de suma valência a elucidação das alterações a respeito da COF, pois essas possibilitaram que o franqueado tenha um maior embasamento para firmar o negócio, reforçando a ausência de vínculo empregatício na relação entre franqueador e franqueado. Esse fenômeno é engendrado pelo entendimento jurisprudencial anterior, todavia a lei antecessora possuía lacunas que a nova lei sanou ao conter em sua redação o direito expresso.

A nova lei reforçou o conceito de territorialidade das franquias, podendo as partes negociar ou não a exclusividade em determinada região e os contratos de sublocação com a égide protetional quanto a garantia de não onerosidade proporcionado pela atual legislação em vigor.

No mais, a nova legislação traz melhor entendimento do assunto em tela, aliada com termos técnicos sobre franquias, juntamente com mudanças que são de

extrema importância para o mercado atual, garantido a égide protetional para ambas as partes do negócio a demerito de amparos jurídicos.

Assim, é finda a análise preposta pelo artigo com a satisfação de uma elucidação sintetizada e sistêmica, comparando as novidades advindas da lei nº 13.966/2019 quanto as lacunas sanadas da lei anterior.

## REFERÊNCIAS

ABF. **Após inovações, faturamento das franquias cresce 8% em 2017**. 2018. Disponível em: <<https://www.portaldofranchising.com.br/franquias/faturamento-das-franquias-cresceu-8-em-2017-diz-abf/>>. Acesso em 21 de maio de 2020.

ANDRADE, Jorge Pereira. **Contratos de Franquia e Leasing**. 4ª ed., São Paulo: Atlas, 2000, pág.14

BERNARD, Daniel Alberto. **Marketing Internacional**. Ed. Ibpe. 2007, p.12.

BRASIL. **Decreto lei nº 200, de 25 de fevereiro de 1967**. Dispõe sobre a organização da Administração Federal, estabelece diretrizes para a Reforma Administrativa e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/del0200.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0200.htm)>. Acesso em: 25 de maio de 2020

BRASIL. **Emenda Constitucional nº 19, de 4 de junho de 1998**. Modifica o regime e dispõe sobre princípios e normas da Administração Pública, servidores e agentes políticos, controle de despesas e finanças públicas e custeio de atividades a cargo do Distrito Federal, e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Emendas/Emc/emc19.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Emendas/Emc/emc19.htm)>. Acesso em: 25 de maio de 2020.

BRASIL. **Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019**. Institui a Lei disciplinar do sistema de franquia empresarial. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019\\_2022/2019/lei/L13966.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019_2022/2019/lei/L13966.htm)>. Acesso em: 17 de maio de 2020.

BRASIL. **Lei nº 8.955/94, de 15 de dezembro de 1994**. Dispõe sobre o contrato de franquia empresarial (franchising) e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8955.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8955.htm)>. Acesso em: 17 de maio de 2020.

BULGARELLI, Waldirio. **Contratos mercantis**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 1995. p. 520.  
CRUZ, Glória Cardoso de Almeida, Franchising, 2ª edição, Rio de Janeiro, Editora Forense, 1993.

IBC. **O que é know how?**. 2018. Disponível em: < <https://www.ibccoaching.com.br/portal/vida-profissional/o-que-e-know-how/>>. Acesso em: 20 de maio de 2020.

LAMARTINE, Leonardo. **O que muda na prática com a nova lei de franquias? Portal do Franchising**. 2020. Disponível em: < <https://www.portaldofranchising.com.br/artigos-sobre-franchising/nova-lei-de-franquias/>> Acesso em: 25 de maio de 2020.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de direito comercial**. São Paulo, Saraiva, 2015.

SEBRAE. **Quais os tipos de associação sem fins lucrativos: Entenda do que se trata este tipo de organização, sua função e quais os tipos que existem**. Disponível em: < <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/quais-os-tipos-de-associacao-sem-finslucrativos,27b597daf5c55610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 23 de maio de 2020

STANWORTH, J. et al. **Franchising as a small business growth strategy: are source-based view of organizational development**. *International Small Business Journal*, dez. 2004.

TEIXEIRA, Regina. **Café da Manhã Jurídico ABF debate o uso das mídias sociais no franchising**. Portal ABF. 2018. Disponível em: < <https://www.abf.com.br/cafe-juridico-abf-debate-o-uso-das-midias-sociais-no-franchising/>>. Acesso em 22 de maio de 2020.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **Agravo de Instrumento. 2001202416**. Sergipe. Relator: desembargador Roberto Eugenio da Fonseca Porto. 26/08/2002, 1ª.câmara cível.

TRIBUNAL REGIONAL DO TRABALHO. **Recurso ordinário nº 10022302820165020043**. São Paulo,.Relator: Ricardo Verta Ludovice, 11ª Turma – Cadeira 2, Data de Publicação: 15/05/2018.