

**INSTITUTO ENSINAR BRASIL
FACULDADE DOCTUM DE JOÃO MONLEVADE
LUCAS GUEDES PINTO COELHO**

**OS LIMITES DAS RESPONSABILIDADES CONTRATUAIS ENTRE
EMPRESAS FRANQUEADORAS E FRANQUEADAS**

**JOÃO MONLEVADE
2017**

LUCAS GUEDES PINTO COELHO
FACULDADE DOCTUM DE JOÃO MONLEVADE

**OS LIMITES DAS RESPONSABILIDADES CONTRATUAIS ENTRE
EMPRESAS FRANQUEADORAS E FRANQUEADAS**

**Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Direito
da Faculdade Doctum de João
Monlevade, como requisito parcial
à obtenção do título de Bacharel
em Direito.**

**Área de concentração: Direito
Empresarial**

**Professor orientador: Randolpho
Pereira Batalha Gomes**

**João Monlevade
2017**



FACULDADE DOCTUM DE JOÃO MONLEVADE

FOLHA DE APROVAÇÃO

O Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: OS LIMITES DAS RESPONSABILIDADES CONTRATUAIS ENTRE EMPRESAS FRANQUEADORAS E FRANQUEADAS, elaborado pelo aluno LUCAS GUEDES PINTO COELHO foi aprovado por todos os membros da Banca Examinadora e aceita pelo curso de Direito da Faculdades Doctum de João Monlevade, como requisito parcial da obtenção do título de

BACHAREL EM DIREITO

João Monlevade, ___ de _____ de 2017

Randolpho Pereira Batalha Gomes

Professor Orientador

Professor Examinador 1

Professor Examinador 2

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CLT - Consolidação das Leis do Trabalho

CC – Código Civil

CF – Constituição Federal

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

TRT - Tribunal Regional do Trabalho

RESUMO

O presente trabalho discursa sobre uma modalidade de empreendimento que objetiva a ampliação da oferta de produtos através da constituição de franquias. Como alicerce para o estudo, foi feita uma análise histórica do direito empresarial e das franquias no Brasil e no mundo, bem como o estudo da Lei de nº 8955/1994, e suas decorrentes obrigações jurídicas. Tendo em vista a sua popularização, este estudo objetiva promover reflexão acerca dos limites das responsabilidades contratuais entre empresas franqueadoras e franqueadas e os seus benefícios e malefícios para seus adeptos. Ao fim, conclui-se que as franquias em muito tem contribuído para o desenvolvimento do comércio no Brasil. Quanto aos limites das responsabilidades contratuais, estes decorrem por força de lei e pelo acordo firmado entre as partes.

Palavras chave: Franquia. Responsabilidade.

ABSTRACTC

The present paper discusses a modality of entrepreneurship that aims to increase the supply of products through the constitution of franchises. As a foundation for the study, a historical analysis of business law and franchising in Brazil and the world was made, as well as the study of Law no. 8955/1994, and its consequent legal obligations. In view of its popularization, this study aims to promote reflection on the limits of contractual responsibilities between franchised and franchised companies and their benefits and harms for their followers. Finally, it is concluded that the franchises have greatly contributed to the development of trade in Brazil. Regarding the limits of contractual responsibilities, these are derived by virtue of the law and the agreement between the parties.

Keywords: Franchise. Responsibility.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO
2 HISTÓRICO	10
3 FRANQUIA	15
3.1 LEI Nº 8955/1994	16
3.2.1 CONTRATO DE FRANQUIA	18
3.2.2 CIRCULAR DE OFERTA DE FRANQUIA	19
4 OBRIGAÇÕES DAS PARTES	24
5 OS LIMITES DAS RESPONSABILIDADES CONTRATUAIS ENTRE EMPRESAS FRANQUEADORAS E FRANQUEADAS.....	27
6 CONCLUSÕES	31
REFERÊNCIAS	32

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo trata a respeito do fenômeno denominado *franchising*, modelo de negócios importado de práticas do estrangeiro com a promessa de apresentar aos seus seguidores uma forma de trabalhar e de gerir atividades de maneira precisa e com menores riscos, uma vez que questões vinculadas ao produto foram pensadas anteriormente por profissionais e empresários mais experientes.

Este modelo de negócios tem se popularizado devido à possibilidade de empresários conseguirem expandir sua área de atuação através do capital de terceiros. Isto é, um franqueador oferece a um franqueado o direito do uso de sua marca e conhecimentos de gestão em troca do recebimento de *royalties*.

Expansões que antes seriam improváveis em um curto espaço de tempo tornou-se possível graças à intensificação das atividades globalizantes: a democratização e o alcance da rede mundial de computadores e consequente modernização dos mecanismos de gestão empresarial oportunizaram às empresas a expansão geográfica das suas atividades.

O grande problema que se verifica em tal modelo de negócios são as responsabilidades que decorrem da atividade empresarial, pois ao mesmo tempo em que a atividade de franquear gera vantagens, esta também possui contrapartida para o franqueador e para o franqueado, tratando-se de tal ponto a questão central do tema.

Assim, no momento em que determinada pessoa assume para si a responsabilidade de uma franquia, também abraça para si as responsabilidades que envolvem a atividade. O fato de empreender envolve a responsabilidade de garantir o sustento de famílias que passam a depender do emprego que a franquia gera, com a prestação do serviço surgem as relações de consumo e a necessidade de contornar qualquer situação que possa vir a insatisfazer o cliente.

Resta evidente que o ato de empreender é muito mais complexo do que se pode visualizar em um primeiro momento. E é exatamente esta questão que se visa analisar no presente trabalho, ou seja, sistematizar os principais riscos que envolvem as relações entre empresas franqueadoras e franqueadas e quais os limites dessa relação contratual, haja vista que atos lesivos que possam vir a

ser praticados por uma empresa franqueada podem não se limitar ao capital da sociedade empresária.

Quanto aos aspectos legais, foi necessário utilizar como fonte a Lei nº 8.955/1994, que dispõe a respeito das franquias e seus contratos no Brasil, e o Código Civil, em especial no que concerne à matéria de teoria geral dos contratos e responsabilização civil, além de outras matérias específicas, para que se concluísse acerca dos limites das responsabilidades entre as empresas franqueadoras e franqueadas nas relações de consumo e nos casos de responsabilidade nas ações trabalhistas em que os franqueados estejam no polo passivo.

Necessário se fez realizar análise doutrinária e jurisprudencial a respeito dos limites da responsabilidade civil no modelo de franquia, haja vista a necessidade de demonstrar a visão contemporânea a respeito do tema, ante às suas peculiaridades, já que tal modelo de negócio trata-se de um molde complexo, que não se limita a uma simples sociedade empresária, mas sim desmembramentos de um núcleo central.

Verifica-se, dessa forma, a relevância do presente objeto de estudo, uma vez que o sistema de franquias tem ganhado cada vez mais o atual cenário empresarial nacional, ante à possibilidade de cada vez mais empresários almejarem o crescimento de suas atividades por tal modelo de negócios, tendo em vista que esta sistemática tem se demonstrado capaz de gerar bons resultados para as partes envolvidas.

Ademais, a necessidade de se debater tal tema é de primordial importância, uma vez que é tão somente com a análise do assunto que se poderá chegar a conclusões que tragam maior segurança jurídica e conseqüente solidez ao tema, tendo em vista que a tendência é que com o crescimento de tal modelo de negócios os seus contornos se tornem cada vez mais complexos.

Para tanto, a pesquisa está fundamentada nas teorias de Fábio Ulhoa Coelho (2012), Ricardo Negrão (1999), e Marcelo Bertoldi (2009), além de ter sido utilizada legislação pátria a respeito do tema.

Quanto aos aspectos metodológicos, o trabalho se estruturou por finalidade básica estratégica, de objetivo descritivo, abordagem qualitativa, e pesquisa bibliográfica e jurisprudencial.

Já em relação à estrutura, o trabalho se fundamenta em seis seções. Nesta primeira seção introdutória foram apresentados o problema central, os objetivos, a delimitação da pesquisa, bem como os elementos necessários, além de algumas definições essenciais, de modo a permitir a adequada compreensão do tema e de sua relevância.

A segunda seção irá tratar a respeito dos aspectos históricos, no que pesa à origem do Direito empresarial e por quais fases esta matéria já enfrentou.

Quanto à terceira seção, iremos abordar a respeito das características que definem a franquia e a legislação pátria que regulamenta tal atividade.

A quarta seção aborda as espécies de obrigações das partes existentes em uma relação contratual.

Na quinta seção será tratado o tema central do trabalho, a respeito das hipóteses de responsabilização das partes em uma relação contratual de franquia, analisando os aspectos centrais das hipóteses de responsabilização existentes nas esferas trabalhista e consumidor.

Na sexta e última seção, a partir dos principais ensinamentos apresentados anteriormente, se chegará às conclusões do tema abordado ao longo da pesquisa.

2 HISTÓRICO

A atividade empresarial pode ser vista como o ramo do Direito que mais inova, uma vez que constrói práticas sem previsão legal, que funcionam e trazem efetividade a práticas do mercado. Um bom exemplo para este argumento é o hábito de se pré-datar o cheque, como promessa de pagamento futuro.

Neste sentido, o direito empresarial pode ser visto como um direito proativo, isto é, primeiro o mercado cria e adota práticas para se organizar, e apenas em um segundo momento o legislador, ou a jurisprudência consolida determinada prática. Isto se justifica pelo fato de que a atividade empresarial exige celeridade na resolução de seus problemas.

Com o avanço da sociedade e em decorrência de consequentes evoluções tecnológicas, o Direito Empresarial necessitou se modificar com o passar da história para acompanhar as necessidades das relações de comércio.

Embora exista divergência doutrinária quanto às fases de evolução do Direito Empresarial, neste trabalho são apresentadas classificações de quatro evoluções do Direito Empresarial.

A primeira fase do Direito Empresarial nasceu ao longo dos séculos XII a XVI, que foi marcada pelas corporações de ofício, onde:

[...] é caracterizada pelo fato de ser um direito de classe, um direito profissional, ligado aos comerciantes, a eles dirigido e, por eles mesmos aplicado, através da figura do cônsul nas corporações de ofício. Trata-se, desta forma, de um direito do comerciante [...]
(NEGRÃO, 1999, p. 28)

Esta fase representou o marco de surgimento do Direito Empresarial, fruto da necessidade de organização das relações de comércio, que se tornaram mais complexas em decorrência da própria evolução da sociedade.

Já a segunda fase ocorreu entre os séculos XVII e XVIII, caracterizada pelo Mercantilismo e colonização, onde: “[...] coincidente com o mercantilismo, caracteriza-se pela expansão colonial e, como já visto acima, é a época áurea da evolução das grandes sociedades, sempre sob a autorização do estado [...]”
(NEGRÃO, 1999, p.32)

Assim, a segunda fase se caracterizou predominantemente pela inovação tecnológica das navegações, que permitiram que as atividades marítimas se

expandissem com o conseqüente início da regulamentação das atividades mercantis pelo Estado.

Quanto à terceira fase, esta aconteceu no século XIX, com a promulgação do Código Napoleônico de 1806, que ainda nos dias atuais possui influência em nosso ordenamento jurídico no conceito de empresário, a saber:

[...] é objetivo, como sendo aquele que pratica atos de comércio com habitual profissionalidade. Segundo o referido doutrinador, a terceira fase afasta a ideia do Direito Comercial como direito dos atos de comércio. Nessa concepção, a relevância da ciência do Direito está posta sobre aspectos exteriores da personalidade: a prática de determinados atos que, se exercidos com profissionalidade, terão a proteção de uma legislação especial, de natureza comercial. [...] (NEGRÃO, 1999, p.33, grifo nosso)

Vale ressaltar a sabedoria do doutrinador Marcelo M. Bertoldi, a respeito do tema, em sua obra Curso Avançado de Direito Comercial:

[...] Em 1807, na França, foi editado o primeiro grande Código de Direito comercial, conhecido como Código Napoleônico, considerado pela doutrina como um marco para o direito mercantil, uma vez que influenciou significativamente as legislações comerciais dos outros países, tais como Espanha (1829) e Portugal (1833), servindo de modelo ao Código Civil de 2002, o qual revogou expressamente a parte primeira do referido Código. [...] (BERTOLDI; RIBEIRO, 2009, p. 28, grifo nosso)

Como exposto, o código Napoleônico trouxe marcantes inovações que ainda hoje são utilizadas como princípios em nosso ordenamento jurídico.

Por fim, a contemporânea etapa trata a respeito do Direito de Empresa, fundado no sistema Italiano em seu Código Civil de 1942, a saber:

[...] com o descrédito da teoria dos atos de comércio, modernamente se tem discutido a criação de um critério científico para a caracterização da matéria comercial que atenda às necessidades do atual estágio do desenvolvimento econômico. [...] (BERTOLDI; RIBEIRO, 2009, p. 30)

O doutrinador Marcelo M. Bertoldi, em sua referida obra, traz uma observação pertinente à quarta fase:

[...] A doutrina identifica a unificação da matéria comercial e civil procedida pelo Código Civil Italiano de 1942 como um passo importante para a construção de uma teoria eficaz em delinear a matéria pertinente ao direito empresarial. Este código deixa de lado a figura tradicional do comerciante e se preocupa em definir, em ser art. 2082, o empresário como “aquele que exercita profissionalmente uma atividade econômica organizada com o fim da produção ou da troca de bens ou de serviços. A amplitude do direito comercial passa a ser medida através da identificação da atividade desenvolvida por uma organização empresarial. [...] (BERTOLDI; RIBEIRO, 2009, p. 31)

No Brasil, o primeiro e único Código Comercial data de 1850, e tem como base o citado Código Comercial Napoleônico (1808). Assim, destaca-se que a primeira fase do Direito Comercial Brasileiro tem como base a Teoria dos Atos de Comércio, e somente com o advento do Código Civil de 2002 a orientação Italiana da Teoria da Empresa foi adotada no Brasil.

Assim, é importante ressaltar que o Código Civil Brasileiro de 2002 revogou a primeira parte do Código Comercial de 1850 (a parte de comércio terrestre), restando ainda em vigor a segunda parte, que trata do comércio marítimo (art. 2045, Código Civil).

Atualmente no Brasil, o Direito Empresarial organiza-se no Código Civil baseando-se em princípios constitucionais. O art. 1º da Constituição Federal trata do princípio da livre iniciativa, veja-se:

Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:
[...]
IV - os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa;(BRASIL 1988)

A Constituição Federal Brasileira, em seu art. 170, dispõe:

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:
[...]
II- Propriedade privada;
III- Função social da propriedade
IV- Livre concorrência;
Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei. (BRASIL 1988, grifo nosso)

Os mencionados dispositivos constitucionais expressam um modelo econômico estruturado pela liberdade da iniciativa. Desta forma, conclui-se que independente de sua natureza, toda empresa, para desenvolver atividade econômica organiza-se pelos princípios contidos no citado artigo.

Desta forma, verifica-se que a atual fase do Direito Empresarial faz presente no ordenamento jurídico pátrio no Código Civil, onde foi inserido no livro II da parte especial do referido diploma os títulos: I- Do Empresário, que trata sobre a caracterização, inscrição e capacidade do empresário, II- Da Sociedade, que trata sobre as sociedades personificadas e não personificadas, III- Do estabelecimento e IV- Dos Institutos Complementares.

Novamente cumpre ressaltar que com o advento das citadas alterações, restou parcialmente revogado o Código Comercial Brasileiro, permanecendo somente a segunda parte, que trata sobre o Direito Marítimo.

Neste sentido, faz-se necessário a conceituação da atividade empresarial. O doutrinador Fabio Ulhoa Coelho traz importante consideração a este respeito, veja-se:

“A atividade dos empresários pode ser vista como a de articular os fatores de produção, que no sistema capitalista são quatro: capital, mão de obra, insumo e tecnologia. As organizações em que se produzem os bens e serviços necessários ou úteis à vida humana são resultado da ação dos empresários, ou seja, nascem do aporte de capital — próprio ou alheio —, compra de insumos, contratação de mão de obra e desenvolvimento ou aquisição de tecnologia que realizam.”(COELHO, 2011 b, p. 21)

Como até aqui demonstrado, o Direito Empresarial surgiu da necessidade de trazer segurança jurídica aos negócios realizados entre partes, e a sua atualização se faz necessária em decorrência das inovações proporcionadas pelos negócios jurídicos que surgem com as evoluções sociais.

Neste contexto, com o objetivo de difundir atividades empresariais em um amplo espaço geográfico, surge a figura do *franchising*, fenômeno que neste trabalho será tratado pela denominação de franquia, “[...] onde empresas utilizam-se de um contrato de colaboração, para expandir suas atividades.”(COELHO, 2011 b, p. 476).

Assim sendo:

A primeira franquia manifestou-se nos idos de 1860, nos Estados Unidos, quando a sociedade empresária *Singer Sewing Machine* entendeu por bem expandir suas operações mediante o credenciamento de agentes em diversos pontos do território norte americano, cedendo-lhes a utilização da marca, publicidade, técnica de vendas, *know-how* e fornecendo-lhes produtos. Porém, foi com a rede de lanchonetes McDonald's, criada em 1955, que o *franchising* ganhou o mundo. (BERTOLDI, 2009, p. 823)

Segundo o mesmo autor, a primeira empresa a franquear suas atividades no Brasil foi a fabricante de calçados Stella, que em 1910 ampliou suas atividades no Estado da Bahia por meio de representantes que já atuavam no mercado, assim, expandindo sua marca sem a constituição de filiais.

Porém, importante ressaltar que somente em 1994, com advento da Lei nº 8955/1994 o Brasil passou a ter legislação específica para as franquias.

Notavelmente o mecanismo de franquia tem por objetivo primordial ampliar determinada atividade empresária, permitindo que a comercialização de produtos e/ou serviços de determinada empresa ocorra sem a necessidade de investimento na constituição de filiais.

Desta forma, é possível verificar que a evolução do direito empresarial, através de seus mecanismos, acontece para acompanhar os desdobramentos que as complexidades do mercado proporcionam.

Diante do exposto, após análise histórica do Direito Empresarial e do surgimento das franquias no Brasil e no mundo, necessário se faz estudar a fundo o que são as franquias e as formas pelas quais estas se estabelecem e estruturam no Brasil.

3 FRANQUIA

Franquias podem ser conceituadas como um modelo empresarial fundado na venda de licença de uso de um negócio com marca que oferece produtos e/ou serviços estruturados por um franqueador. Aquele que adquire o direito de utilizar este negócio torna-se um franqueado.

O sistema de franquia quando trabalhado de forma eficiente, oferece vantagens para ambas partes envolvidas, uma vez que o franqueador consolida e expande sua marca através de capital externo proporcionado pelo franqueado que passa a usufruir da oportunidade de abrir uma empresa com uma marca já conhecida que oferece experiência para que muitos riscos do empreendimento sejam evitados.

Porém, diversos são os fatores que o empresário deve analisar antes de iniciar o franqueamento de seu negócio. O SEBRAE aponta requisitos básicos que necessitam ser analisados para que uma empresa obtenha êxito ao franquear suas atividades, assim:

“Ter capital para investimento, uma vez que não deve esperar que os recursos para a implantação do sistema saiam das vendas de franquias;

Viabilidade econômico-financeira do negócio, para que o franqueado obtenha o retorno sobre o capital investido em um prazo razoável, de acordo com a média do mercado;

Ter o registro da marca e, havendo produtos desenvolvidos pelo franqueador, também o registro de suas patentes;

Possuir um modelo de negócio testado e bem sucedido, que possua um diferencial competitivo reconhecido no mercado e cujo modelo possa ser padronizado e reproduzido mediante treinamento e utilização de manuais;

Ter controle administrativo-financeiro sobre sua própria operação e condições de acompanhar o desempenho dos franqueados;

Saber liderar e dividir responsabilidades e decisões, para estabelecer um bom relacionamento na rede e o cumprimento às determinações da franquia.” (<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-franquia-como-ferramenta-de-expansao-empresarial.bb7df925817b3410VgnVCM2000003c74010aRCRD>, consulta em 10/11/2017)

Desta forma, nota-se que o franqueamento tem por necessidade básica uma gestão empresarial primorosa, sendo esta fundamental para o sucesso da operação.

Neste sentido, vale ressaltar que o mercado consumidor se beneficia com o crescimento das franquias, dado que empresas organizadas são mais aptas a

proporcionar um atendimento de qualidade e, da mesma forma, destaca-se que em muitos casos o acesso a determinados produtos se dá através das franquias, dado que muitas empresas somente conseguem atender localidades distantes dos grandes centros urbanos através do franqueamento de suas atividades.

A organização das franquias no Brasil da-se pela Lei 8955/1994, e será tratada no próximo item deste capítulo.

3.1 Lei N° 8.955/1994

No Brasil, as franquias são disciplinadas na Lei N° 8.955/94, e em seu art. 2° está o conceito de franquia empresarial, veja-se:

Art. 2°: 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.(BRASIL, 1994).

Diante do conceito apresentado, conclui-se que em se tratando de franquias, as partes (franqueador e franqueado), devem ser empresárias, sendo o franqueador o detentor de uma marca e/ou uma tecnologia que licencia o franqueado.

Partindo do pressuposto que as partes devem ser empresárias, importante é ressaltar que não haverá vínculo empregatício entre elas, uma vez que o franqueado detém autonomia econômica e jurídica, salienta-se, também, que a franquia não poderá ser administrada como filial do franqueador, sob pena de se descaracterizar o contrato de franquia e caracterizar grupo econômico.

O Doutrinador Fabio Ulhoa Coelho explica de forma precisa a forma de organização da franquia, veja-se:

A franquia consiste, pois, na conjugação de dois contratos: o de licenciamento de uso de marca e o de organização empresarial. Normalmente, franqueado dispõe de recursos e deseja constituir uma empresa comercial ou de prestação de serviços. Contudo, não tem os conhecimentos técnicos e de administração e economia geralmente necessários ao sucesso do empreendimento nem os pretende ter. Do outro lado, há o franqueador, titular de uma marca já conhecida dos consumidores, que deseja ampliar a oferta do seu produto ou serviço, mas sem as despesas e riscos inerentes à implantação de filiais. Pela franquia, o franqueado adquire do franqueador os serviços de organização empresarial e mantém com os seus recursos, mas com estrita observância das diretrizes estabelecidas por este último, um estabelecimento que comercializa os produtos ou presta os serviços da

marca do franqueador. Ambas as partes têm vantagens, posto que o franqueado já se estabelece negociando produtos ou serviços já trabalhados junto ao público consumidor, por meio de técnicas de marketing testadas e aperfeiçoadas pelo franqueador e este, por sua vez, pode ampliar a oferta da sua mercadoria ou serviço, sem novos aportes de capital. (grifo nosso) (Coelho, p. 486, 2011)

A partir das informações disponíveis no *site* do SEBRAE, quatro são os mais comuns tipos de franquias, sendo de distribuição, serviços, indústria e produtos. (www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/franquias_portal_sebrae.pdf)

A franquia de distribuição vincula-se ao fato de uma determinada empresa comercializar produtos e serviços especificados pela franqueadora, ao passo que a franqueadora se responsabiliza de organizar os fornecedores e o franqueador de distribuir. Um exemplo deste tipo de franquia são os postos de gasolina.

No caso da franquia de serviços, o franqueado presta um serviço sob o benefício de uma marca ou nome comercial licenciados pelo franqueador, obedecendo os critérios estabelecidos em contrato. Assim, o franqueador oferece a sistemática a ser aplicada pelo franqueado. Este tipo de franquia pode ser exemplificado pelas escolas de idiomas estrangeiro.

Na hipótese da franquia de indústria, o franqueado recebe do franqueador tecnologia e *know-how* para produzir determinado bem, de acordo com especificações de controle de qualidade previstas em contrato. Esta modalidade pode ser exemplificada pelas franquias de restaurantes e lanchonetes de *fast-food*.

Por fim, a franquia de produtos corresponde ao modelo em que o franqueador utiliza da franquia geralmente como ponto de venda, utilizando como estratégia para distribuição de seus produtos. Em muitos casos o franqueador é o próprio fabricante dos produtos. A franquia de produtos está evidente no setor de vestuário e acessórios.

Diante do exposto, distintas são as possibilidades de franqueamento, podendo haver contornos complexos ou simplificados e em cada hipótese de franquia deverá haver um contrato específico para garantir segurança jurídica ao acordo das partes.

3.2.1 Contrato de franquia

O contrato de franquia possui responsabilidade mútua, uma vez que além de conter as especificações daquilo que está sendo comercializado, como a concessão do direito do uso de marca por parte do franqueador, também deve especificar as obrigações técnicas a serem executadas por ambas as partes.

Neste seguimento, o contrato de franquia pode ser classificado como um contrato bilateral, comutativo, oneroso, consensual, por adesão (ou não) e de trato sucessivo.

O contrato de franquia pode ser classificado como um contrato bilateral pois ambas as partes esperam obter vantagem econômica na proporção das obrigações que lhe cabe. Uma vez que caberá ao franqueador o recebimento dos *royalties* e ao franqueado haverá o recebimento de suporte administrativo bem como a concessão do uso de marca.

Assim, o contrato de franquia é claramente oneroso, dado o fato de que as partes não auferem vantagens de forma gratuita, sendo certo que não há contraprestação sem que as obrigações contratuais sejam cumpridas.

Pelo próprio conceito de onerosidade, pode-se concluir as consequências atribuídas a este tipo de contrato, isto é, por ser oneroso cada uma das partes pode responder por culpa (Código Civil (CC) art. 392), evicção (art. 447 CC) e também por vícios redibitórios (art. 441 CC).

Ao passo de que o contrato de franquia é oneroso, este também se dá de forma consensual, destinando-se a formalizar livre vontade das partes.

O contrato de franquia também pode ser classificado como um contrato de adesão na medida em que o franqueador oferece ao mercado as características de seu negócio (já em andamento) e o franqueado decide se as condições ofertadas lhe são favoráveis, sem ter a oportunidade de alterá-las, uma vez que as características mais marcantes da franquia são a subordinação e padronização.

Porém, importante ressaltar que há a possibilidade de flexibilização das cláusulas contratuais, tendo em vista que diversas são as possibilidades de franqueamento.

Por fim, quanto à classificação do contrato de franquia, nota-se a caracterização de um contrato de trato sucessivo ou execução continuada, haja

vista a intenção das partes em dar continuidade ao contrato pela necessidade de fazer valer o investimento realizado.

3.2.2 CIRCULAR DE OFERTA DE FRANQUIA

A circular de oferta de franquia incorpora a fase pré-contratual da negociação da franquia, sendo o principal instrumento jurídico para a sua organização, este documento é obrigatório e nele deve constar de forma clara e acessível todas as condições gerais do negócio.

A obrigatoriedade da circular de oferta de franquia está prevista no art. 3º da Lei 8.955/94, e, este traz um rol das especificações que devem estar previstas neste documento. Por meio dele o franqueado poderá analisar o negócio sobre todas as suas peculiaridades organizacionais e financeiras.

Vale ressaltar que a circular de oferta de franquia possui dupla finalidade, uma vez que além de ofertar a própria franquia, também possui a obrigação de materializar a boa-fé objetiva do franqueador, devendo obrigatoriamente conter todas as especificações do art. 3º da Lei nº 8955/94. Sob pena de se descaracterizar o contrato de franquia.

Desta forma, destaca-se as consequências que está sujeito o franqueador que descumpre com a boa-fé objetiva, basilar nesta modalidade contratual. Assim, destaca-se a jurisprudência:

APELAÇÃO CÍVEL Nº 65447-20.2007.8.08.0024 RELATORA : DES. SUBST. MARIANNE JÚDICE DE MATTOS. RECORRENTE/RECORRIDO : MASTER BRASIL SERVIÇOS DE FRANQUIA S/A E OUTROS ADVOGADO : RENATO BONISENHA DE CARVALHO RECORRIDO /RECORRENTE : ALEXANDRE MARÇAL PEREIRA E OUTROS ADVOGADO : LUIZ HENRIQUE ANTUNES ALOCHIO MAGISTRADO : PAULO CÉSAR DE CARVALHO ACÓRDÃO EMENTA: PROCESSUAL CIVIL E EMPRESARIAL. APELAÇÃO CÍVEL. CONTRATO DE FRANCHISING. RESCISÃO. CULPA DO FRANQUEADOR. MÁ-FÉ. CLÁUSULA PENAL. MORATÓRIA E COMPENSATÓRIA. CONFUSÃO COM CLÁUSULA LIMITATIVA DE RESPONSABILIDADE. DANOS MATERIAIS. VALORES EFETIVAMENTE COMPROVADOS À EXCEÇÃO DOS INVESTIMENTOS ESPERADOS NA REALIZAÇÃO DO NEGÓCIO. LUCROS CESSANTES. MÉDIA A PARTIR DO ÚLTIMO FATURAMENTO. SUCUMBÊNCIA MÍNIMA. ÔNUS PROCESSUAIS SUPOSTOS PELO MAIOR SUCUMBENTE. DANOS MORAIS. INEXISTÊNCIA DE PROVAS. TERMO INICIAL DA CORREÇÃO MONETÁRIA. INADIMPLEMENTO CONTRATUAL. DATA DO EFETIVO DESEMBOLSO. 1. A falta de informações indispensáveis ao contratante no momento de assinatura do contrato, que importem em futura rescisão do negócio jurídico, é caracterizada por ato de má-fé e

atrai a culpa pela rescisão àquele que falta com o dever de informar. 2. A cláusula penal pode ser moratória ou compensatória, a depender do objetivo que pretenda atingir. Ainda quando a cláusula penal seja compensatória, ela não tem o condão de impedir que o prejudicado pela rescisão contratual ajuíze ação ordinária para cobrança das perdas e danos experimentados. 3. Os danos materiais decorrentes da rescisão de um contrato, ainda que antecipada, não pode abarcar valores necessários à natural condução do negócio, sob pena de enriquecimento sem causa de uma das partes. Além disso, a indenização pelos danos materiais exige comprovação dos prejuízos efetivamente experimentados, não bastando meras alegações. 4. Os lucros cessantes são apurados com média em valores (faturamento) obtidos durante a vigência do contrato. 5. Havendo sucumbência mínima de uma das partes, a maior sucumbente é responsável pela integralidade dos ônus. Dicção do Art. 21, parágrafo único do CPC. 6. A rescisão contratual, ainda que motivada por culpa, não confere à contraparte direito à percepção de danos morais, que exigem, nesse caso, comprovação de prejuízos à honra subjetiva ou objetiva. 7. Em caso de inadimplemento contratual, a correção monetária incidente sobre os danos materiais tem por termo inicial a data do efetivo desembolso dos valores cobrados. Vistos, relatados e discutidos estes autos, acordam os Desembargadores da QUARTA CÂMARA CÍVEL do Tribunal de Justiça do Espírito Santo, à unanimidade, rejeitar a preliminar arguida, e, por maioria de votos, DAR PARCIAL PROVIMENTO aos recursos. Vitória (ES), 12 de agosto de 2013. Presidente Desembargadora Substituta MARIANNE JÚDICE DE MATTOS. Relatora

(TJ-ES - APL: 00654472020078080024, Relator: SAMUEL MEIRA BRASIL JUNIOR, Data de Julgamento: 12/08/2013, QUARTA CÂMARA CÍVEL, Data de Publicação: 13/09/2013)

Neste sentido, necessária análise minuciosa do art. 3º da Lei nº 8955/1994 e seus incisos:

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; (BRASIL, 1994, grifo nosso).

Os quatro primeiros incisos do art. 3º tratam das especificações do modelo de negócio e do histórico do franqueador, uma vez que o futuro

franqueado poderá analisar através da circular de oferta de franquia a atual situação do franqueador.

Os incisos “V” e “VI” do art. 3º apresentam o perfil do franqueado ideal no que se refere as suas experiências, características, e o envolvimento na administração do negócio, veja-se:

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; (BRASIL, LEI 8955/1994).

Os incisos “VII” e “VIII” apresentam a obrigatoriedade de se especificar os investimentos necessários para a implementação e manutenção da franquia, bem como as taxas (*royalties*) a ser pagas pelo franqueado ao franqueador, assim:

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; (BRASIL, LEI nº 8955/1994, grifo nosso).

O inciso IX possui relevância quanto a transparência do negócio, uma vez que obriga o franqueador a fornecer a relação completa de todos os franqueados, bem como os que se desligaram nos últimos 12 meses. Assim, "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;" (BRASIL, lei nº 8955/1994).

Desta forma, por meio da circular de oferta de franquia é possível conhecer os motivos que levaram um determinado franqueado dar fim a suas atividades e da mesma forma, conhecer o relacionamento do franqueador com os já franqueados.

Em alguns casos, há também a limitação territorial das atividades do franqueado, e, neste caso, também deverá ser esclarecida na circular de oferta de franquias.

O inciso “X” do art. 3º da referida Lei aponta tal obrigatoriedade.

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; (BRASIL, LEI 8955/1994).

O principal elemento caracterizador da franquia é a padronização, e a forma pela qual ela é administrada também deve ser esclarecida pela Circular de Oferta de Franquia. Os incisos “XI” e “XII” especificam as informações a serem transmitidas a respeito:

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;
 - g) layout e padrões arquitetônicos nas instalações do franqueado;
- (BRASIL, LEI 8955/1994, grifo nosso)

Sobre as alíneas “b”, “c” e “d” do inciso “XII” apresentado acima é relevante esclarecer que estas determinam a forma pela qual o franqueado será instruído a administrar o negócio.

Em muitos casos, o maior atrativo para o franqueado escolher uma empresa para constituir a sua franquia é a relevância da marca. Assim, o inciso “XIII” do referido artigo também relaciona a obrigatoriedade do franqueador deixar claro a situação de sua marca perante o Instituto Nacional de Propriedade Industrial, a saber: “XIII - situação perante o Instituto Nacional de Propriedade Industrial - (INPI) das marcas ou patentes cujo uso estará sendo autorizado pelo franqueador;” (BRASIL, LEI 8955/1994).

Um outro fator relevante é a resolução do contrato no caso em que o franqueado cessa as atividades de sua franquia. Quando houver segredo de indústria ou a aplicação da regra de não competição também deverá estar previsto na Circular de Oferta de Franquia. Observa-se: “ 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;” (BRASIL, LEI 8955/1994).

Por fim, a circular de oferta de franquia deverá apresentar o modelo do contrato padrão a ser assinado pelo franqueado: “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.” (BRASIL, LEI 8955/1994).

Conforme demonstrado, a Lei 8955/94 certifica em seu art. 3º a preocupação do legislador em garantir a boa-fé objetiva na circular de oferta de franquia, uma vez que o possível franqueado deterá, em tese, todas as informações necessárias para realizar seu empreendimento.

4 OBRIGAÇÕES DAS PARTES

Diante dos conceitos até aqui apresentados sobre franquia e a formulação de seu contrato, neste ponto há que se tratar sobre o cerne deste tema, ou seja, os limites das responsabilidades contratuais entre franqueador e franqueado.

Assim, imperioso apresentar as obrigações gerais das partes, e quais as possíveis consequências de seu descumprimento.

Como tratado em 3.1 neste trabalho, o contrato de franquia é um contrato bilateral e portanto, franqueador e franqueado possuem obrigações contratuais decorrentes de seu acordo. A Lei nº 8955/94 traz a obrigatoriedade da boa-fé objetiva que deve reger o contrato, garantindo transparência em relação ao acordado. Porém, o conteúdo do contrato dependerá da complexidade singular de cada franquia.

Assim, apesar de alguns doutrinadores classificarem o contrato de franquia como um contrato típico, seus dispositivos irão variar a depender das obrigações a serem positivadas.

As obrigações das partes podem ser entendidas como o ponto mais crítico e complexo da relação entre franqueador e franqueado, pois dela irá surgir a harmonia ou o desacordo contratual.

Em linhas gerais as obrigações do franqueador decorrem essencialmente das necessidades provindas da estruturação de uma unidade franqueada e conseguinte fiscalização de suas atividades, tendo em vista que um dos principais atrativos para um empreendedor optar por adquirir uma franquia é o suporte de uma empresa já estabelecida para lhe ajudar a desenvolver seu negócio.

Sob uma perspectiva ampla, além de haver a obrigação de acompanhar o trabalho do franqueado, o franqueador exerce primordial função de traçar estratégias que nortearão o futuro da empresa. Apesar de tal obrigação não possuir influência jurídica direta, importante se faz a sua análise, uma vez que o posicionamento estratégico do franqueador terá impacto imediato em todas as unidades da rede.

Neste sentido, a visão de *marketing* do franqueador determinará o futuro da marca e por consequência o trabalho de todas as unidades franqueadas.

Assim, faz-se necessário esclarecer que os resultados almejados dependerão diretamente de acompanhamento contínuo junto ao franqueado. Sendo certo que somente esta proximidade proporcionará o sucesso de toda a operação.

Diante do exposto, conclui-se que a padronização imposta pelo franqueador aos franqueados é a forma de garantir a transmissão do modelo de negócio implementado.

Desta forma, destaca-se que a forma de fiscalização por parte do franqueador dependerá de previsão contratual e este ponto terá parte relevante no contrato de franquia.

Adentrando nas obrigações contratuais, a participação do franqueador será proporcional à necessidade de acompanhar a produção ou atendimento do franqueado, posto que a padronização da rede está diretamente relacionada a valorização da marca.

Por consequência, a partir destas necessidades derivam as obrigações contratuais que acabam por dar forma ao contrato, e com base no princípio da boa-fé objetiva, a relação contratual, franqueador – franqueado, inicia-se pela circular de oferta de franquia que deverá apontar informações suficientes que permitam o franqueado tomar sua decisão de participar efetivamente do negócio.

Deste modo, pela boa fé objetiva, a circular de oferta e o contrato de franquia devem ser transparentes quanto às hipóteses de punição do franqueado nos casos de descumprimento de cláusula contratual e do mesmo modo deve ser informado as hipóteses de responsabilização do franqueador nos casos em que também vier a descumprir cláusula contratual.

Assim, por constar na circular de oferta de franquia informações relevantes ao negócio, observa-se a necessidade do franqueador estar à disposição do franqueado para dirimir questionamentos e proporcionar orientações quanto à instalação e administração da franquia, sendo certo que após a assinatura do contrato caberá ao franqueador a obrigação máxima de garantir suporte ao franqueado.

Traçando linhas comparativas, enquanto é responsabilidade do franqueador a condução estratégica da marca, ao franqueado caberá a boa administração da unidade em que for responsável, devendo agir conforme as diretrizes impostas pelo franqueador.

Em se tratando das obrigações do franqueado, diz-se que a ele cabe a administração da unidade franqueada, bem como a responsabilidade direta pelo tratamento aos clientes e conseqüente fortalecimento da marca em sua área de atuação, ao passo que as imposições do franqueador possuem o condão de nortear o trabalho a ser desenvolvido.

Porém, a responsabilidade do franqueado vai muito além de atender especificações contratuais, à medida em que sua atuação é intermediária entre o franqueador e os consumidores, devendo ainda lidar com funcionários e administrar a rotina exigida pelo negócio.

Diante do exposto, conclui-se que infinitas serão as possibilidades de previsão contratual das obrigações do franqueador perante o franqueado e vice-versa, pois a depender do negócio, as obrigações serão distintas e peculiares a cada contrato, porém, em todos os casos há que ser respeitada a regulação da boa-fé objetiva.

5 OS LIMITES DAS RESPONSABILIDADES CONTRATUAIS ENTRE EMPRESAS FRANQUEADORAS E FRANQUEADAS

De acordo com o até aqui estudado, diversos são os aspectos a serem analisados pelo empresário que deseja aderir à sistemática de franquias.

Neste capítulo será abordado os casos mais comuns de discussão da responsabilidade contratual das partes, sendo escopo principal do presente trabalho o entendimento da possível aplicação da responsabilidade solidária ou subsidiária, tendo em vista que tais responsabilizações podem ser traduzidas como o limite da responsabilidade contratual entre empresas franqueadoras e franqueadas.

Desta forma, serão analisados casos concretos que versam sobre reclamações trabalhistas, litígios envolvendo consumidores.

Nas reclamações trabalhistas envolvendo empresas franqueadas, comum é o pedido de responsabilização solidária do franqueado. Porém, conforme se verifica da própria Lei nº 8955/1994, o franqueado é pessoa jurídica independente, e a ele recai as responsabilidades provenientes do negócio.

A este respeito, veja-se:

DIREITO DO TRABALHO. CONTRATO DE FRANQUIA. RESPONSABILIDADE SUBSIDIÁRIA. INAPLICABILIDADE. Nos termos do art. 2º da Lei nº. 8.955/94, a 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. Trata-se de vínculo contratual mantido entre pessoas autônomas, sem ingerência de uma sobre a outra. Não há como imputar, pois, responsabilidade subsidiária à empresa franqueadora, quando não demonstrada subordinação na relação mantida com a franqueada nem comprovada a tentativa de burla à legislação trabalhista, mediante a celebração de contrato de franquia fraudulento.

(TRT-6 - RO: 49200412009506 PE 0049200-41.2009.5.06.0010, Relator: Valéria Gondim Sampaio, Data de Publicação: 09/11/2010)

Portanto, podemos concluir que não há que se falar em responsabilidade subsidiária do franqueador por débitos trabalhistas do franqueado uma vez respeitados as diretrizes da Lei nº 8955/94.

Majoritário é o entendimento jurisprudencial de que o franqueador não deve responder por débitos trabalhistas de seus franqueados. Porém, faz-se necessário a menção da possível responsabilização do franqueador por débitos trabalhistas nos casos em que se desrespeite as disposições da Lei n° 8955/94, e, conseqüente descaracterização do contrato de franquia, veja-se:

CONTRATO DE FRANQUIA - RESPONSABILIDADE SUBSIDIÁRIA DA EMPRESA FRANQUEADORA. A jurisprudência do c. TST tem sido no sentido de que, na hipótese de contrato de franquia (Lei n. 8.955/94), não há falar em responsabilidade subsidiária da empresa franqueadora em relação aos direitos trabalhistas dos empregados da franqueada. Todavia, se o próprio contrato de franquia contém cláusulas cujo teor excedem os limites traçados na lei que rege sobre "franchising", estabelecendo que a empresa franqueada se compromete a prestar serviços em benefício da empresa franqueadora, fato que também se extrai da prova testemunhal, demonstrada ficou a ingerência da empresa franqueadora e uma relação de prestação de serviços, numa nítida troca de interesses e deveres. Nesse contexto, fica descaracterizado o contrato de franquia e configura-se a terceirização dos serviços, cabendo a condenação subsidiária da empresa franqueadora, nos moldes do entendimento preconizado na Súmula n. 331, item IV, TST. Afinal, nessas relações comerciais empresariais de "franchising", o disposto na Lei n. 8.955/94, que rege sobre a questão, deve ser observado quando envolver direito trabalhista.

(TRT-3 - RO: 00759200902103003 0075900-05.2009.5.03.0021, Relator: Fernando Antonio Viegas Peixoto, Setima Turma, Data de Publicação: 18/03/2010,17/03/2010. DEJT. Página 85. Boletim: Sim.)

Diante do exposto, nota-se que a responsabilização do franqueador no presente caso decorre da descaracterização do próprio contrato de franquia. Tendo em vista que no presente caso o empresário dito franqueador transvestiu a terceirização em um contrato de franquia e por este motivo lhe recaiu a responsabilização subsidiária pelo débito trabalhista.

Neste segmento, há que se tratar da possibilidade de responsabilidade do franqueador perante os consumidores atendidos pelas unidades franqueadas.

Diferentemente dos casos envolvendo débitos trabalhistas, nos litígios envolvendo consumidores não é necessário ocorrer a descaracterização do contrato de franquia para que o franqueador seja responsabilizado, dado que neste caso a possibilidade de responsabilização decorrerá da participação do franqueador perante o consumidor.

Assim, observe-se:

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS EDUCACIONAIS. ESCOLA DE INFORMÁTICA. AÇÃO INTENTADA CONTRA A FRANQUEADORA POR FECHAMENTO ABRUPTO DO ESTABELECIMENTO DA FRANQUEADA. ALEGAÇÃO DE ILEGITIMIDADE PASSIVA. DESCABIMENTO. RELAÇÃO CONSUMERISTA. RESPONSABILIDADE OBJETIVA. PROCEDÊNCIA DOS PEDIDOS DE DANOS MATERIAIS E MORAIS RECONHECIDOS. SENTENÇA MANTIDA. RECURSO IMPROVIDO. Tratando-se de relação consumerista, a responsabilidade do Franqueador para com o consumidor é objetiva, respondendo solidariamente com o Franqueado, nos termos do artigo 7º, parágrafo único, 25, § 1º, e 34 do Código de Defesa do Consumidor. PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS EDUCACIONAIS. INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. REDUÇÃO. RECURSO IMPROVIDO. Para que não ocorra enriquecimento ilícito, considera-se justo e razoável o valor R\$10.000,00, o qual, por certo, leva em conta as repercussões, por sofridas pelos Autores, como bem determinado pela r. sentença. (grifo nosso)
(TJ-SP - APL: 10016185120148260008 SP 1001618-51.2014.8.26.0008, Relator: Armando Toledo, Data de Julgamento: 02/12/2014, 31ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 02/12/2014)

No presente caso, conclui-se que a responsabilização do franqueador decorreu da sua ação de fechar abruptamente a unidade franqueada, vindo a ferir o consumidor.

Há também casos em que sendo o franqueado gerador do fato lesivo ao consumidor, o franqueador não responsabilidade solidária ou subsidiariamente pelo dano, veja-se:

Prestação de serviços. Curso de cabeleireira. Desistência do curso sem obediência à cláusula 7 do contrato, ou seja, sem o pagamento de multa rescisória. Protesto das parcelas que representou exercício regular do direito. Ilegitimidade passiva da franqueadora que não protestou os títulos e que nada, absolutamente nada, tem a ver com o ato de gestão administrativa e/ou financeira da franqueada. Apelação da Autora não provida e recurso adesivo provido. (grifo nosso)
(TJ-SP - APL: 447084720098260576 SP 0044708-47.2009.8.26.0576, Relator: Romeu Ricupero, Data de Julgamento: 03/02/2011, 36ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 09/02/2011)

Porém, cumpre destacar que em muitos casos, a jurisprudência se baseia no art. 34 do Código de Defesa do Consumidor para responsabilizar o franqueador solidariamente pelo prejuízo sofrido pelo consumidor, pois o art. 34 do CDC dispõe: “O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.” (BRASIL, LEI 8078/1990).

Assim, a jurisprudência:

CONSUMIDOR. DESCONSTITUIÇÃO DO DÉBITO C/C INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL. CURSO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL. CONJUNTO PROBATÓRIO QUE DEMONSTRA O REGULAR PAGAMENTO DAS MENSALIDADES PELA PARTE AUTORA. INSCRIÇÃO INDEVIDA NOS ÓRGÃOS DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO. DANOS MORAIS CONFIGURADOS, IN RE IPSA. LEGITIMIDADE PASSIVA DA FRANQUEADORA. SENTENÇA MANTIDA. I. A empresa franqueadora integra a cadeia de fornecedores, sendo solidariamente responsável pelos danos provocados ao consumidor por fato do serviço praticado por empresa franqueada. Preliminar de ilegitimidade afastada. II. Porquanto comprovado o regular pagamento das mensalidades pela parte autora, resta evidenciada a ilicitude da inscrição efetuada nos órgãos de proteção ao crédito. Danos morais configurados, in re ipsa. III. O quantum indenizatório arbitrado não comporta redução, porquanto inferior aos parâmetros adotados por esta Turma Recursal em situação análoga. IV. Sentença mantida por seus próprios fundamentos, nos termos do art. 46 da Lei n. 9.099/95. RECURSO DESPROVIDO. (Recurso Cível Nº 71004260774, Segunda Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Alexandre de Souza Costa Pacheco, Julgado em 07/08/2013)

(TJ-RS - Recurso Cível: 71004260774 RS, Relator: Alexandre de Souza Costa Pacheco, Data de Julgamento: 07/08/2013, Segunda Turma Recursal Cível, Data de Publicação: Diário da Justiça do dia 09/08/2013)

Neste sentido, cumpre destacar a primordial necessidade do franqueador desenvolver mecanismos de gestão e atendimento ao cliente, tendo em vista a possibilidade de sua responsabilização solidária, a fim de evitar problemas com o consumidor.

5 CONCLUSÕES FINAIS

Diante da pesquisa apresentada, chega-se à conclusão de que o sistema de franquia muito contribui com o desenvolvimento do comércio brasileiro, e isto se explica pelo fato de que para funcionar, as franquias precisam de ser empresas organizadas.

Apesar de ter-se popularizado a pouco tempo no Brasil, nota-se que através das franquias, muitos produtos que antes eram disponíveis apenas nos grandes centros, tornaram-se populares através da sua implementação. Dado que sem esta modalidade contratual diversas empresas estariam obrigadas a limitar suas atividades geograficamente.

Sua popularização é resultado do desejo de empresários que almejam ampliar a oferta de seus produtos, tendo em vista a possibilidade de se formatar distintos modelos de negócios.

Por fim, conclui-se que os limites das responsabilidades contratuais nos contratos de franquias, em sua maioria são acordados pelas partes, tais responsabilidades são traduzidas pelas obrigações contratuais. Porém, havendo litígio, há que se verificar o cumprimento da boa-fé objetiva e a possibilidade de configuração da responsabilidade solidária ou subsidiária do franqueador para que seja possível delimitar de forma justa a responsabilização das partes.

REFERENCIAS

Livros e leis:

NEGRÃO, Ricardo. *Manual de Direito Comercial*. Campinas: Bookseller, 1999.

BERTOLDI, Marcelo M.; RIBEIRO, Márcia Carla Pereira. *Curso Avançado de Direito Comercial*. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF, 05 out. 1988.

BRASIL. Código Civil, Lei 10.406 de 10 de Janeiro de 2002. Brasília, DF, 10 jan. 2002.

COELHO, Fábio Ulhoa. *Manual de Direito Comercial: direito de empresa*. 23 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

Jurisprudências e sites

BRASIL. Lei 8.955 de 15 de Dezembro de 1994. Brasília, DF, 15 dez. 1994.

TJ-ES - APL: 00654472020078080024, Relator: SAMUEL MEIRA BRASIL JUNIOR, Data de Julgamento: 12/08/2013, QUARTA CÂMARA CÍVEL, Data de Publicação: 13/09/2013

TRT-6 - RO: 49200412009506 PE 0049200-41.2009.5.06.0010, Relator: Valéria Gondim Sampaio, Data de Publicação: 09/11/2010

TRT-3 - RO: 00759200902103003 0075900-05.2009.5.03.0021, Relator: Fernando Antonio Viegas Peixoto, Setima Turma, Data de Publicação: 18/03/2010,17/03/2010. DEJT. Página 85. Boletim: Sim

TJ-SP - APL: 10016185120148260008 SP 1001618-51.2014.8.26.0008, Relator: Armando Toledo, Data de Julgamento: 02/12/2014, 31ª Câmara de Direito Privado, Data de Publicação: 02/12/2014

TJ-RS - Recurso Cível: 71004260774 RS, Relator: Alexandre de Souza Costa Pacheco, Data de Julgamento: 07/08/2013, Segunda Turma Recursal Cível, Data de Publicação: Diário da Justiça do dia 09/08/2013

www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/franquias_portal_sebrae.pdf. Consulta em 10/11/2017

www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-franquia-como-ferramenta-de-expansao-empresarial,bb7df925817b3410VgnVCM2000003c74010aRCRD.

Consulta em 10/11/2017