

DA CIRCULAR DE OFERTA DE FRANQUIA E DA APLICAÇÃO DO PRINCÍPIO DO *DISCLOSURE* NO CONTRATO DE FRANQUIA EMPRESARIAL

Ana Cláudia Redecker¹

RESUMO

Esse artigo analisa e traça comentários a respeito da importância de aplicação do princípio do disclosure na elaboração da Circular de Oferta de Franquia e no Contrato de Franquia. O texto procura mostrar que a observância deste princípio auxilia no esclarecimento do candidato a franqueado. O ingresso no sistema de franquia de maneira esclarecida e fundada na observância daquele princípio colabora na resolução de problemas que possam advir desta relação contratual. Ao longo do texto buscamos identificar as principais conseqüências da inobservância do princípio do disclosure na entrega da Circular de Oferta de Franquia para franqueador e franqueados.

Palavras-chave: Circular de Oferta de Franquia. Disclosure. Contrato de Franquia.

ABSTRACT

This essay analyzes and coments the importance of the principle of disclosure as a key to Franchise Offering Circular and Franchise Agreement. The observance of this principle assists the franchisee in order to educate him to join the franchise system so as so enlightened. By that way, after the conclusion of the contract, is more easy to solve any questions that may arise from that contractual relationship. Along the text we try to identify the main consequences of disregarding the principle of disclosure in the Franchise Offering Circular to the franchisor and franchisees.

Keywords: Franchise Offering Circular. Disclosure. Franchise Agreement.

1 INTRODUÇÃO

A circular de oferta de franquia foi estabelecida na Lei nº 8.955/94, no artigo 3º, para diminuir a margem de enganos em operações de franquia empresarial², eis que é

¹ Professora de Direito Empresarial da Pontifícia Universidade do Rio Grande do Sul e da Escola Superior da Magistratura do Rio Grande do Sul – AJURIS, Especialista em Ciências Políticas, Mestre em Direito pela PUCRS, Doutoranda em Ciências Jurídicas e Económicas pela Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa e Advogada.

² Segundo ZANELLI, Enrico. *Il franchising nella tipologia delle concessioni tra imprese*, Nuovi tipi

através desta que o franqueador transmite o seu conceito de negócio aos candidatos a franqueado e os detalhes do sistema de franquia. A circular de oferta de franquia corresponde a um aprofundamento do denominado *package of franchising*³ utilizado pelos americanos.

No desenvolvimento da franquia empresarial é indispensável a transparência do franqueador na transmissão do seu conceito de negócio, que deverá estar sistematizado e formatado na circular entregue aos candidatos a franqueado no mínimo 10 (dez) dias antes da assinatura do contrato ou pré-contrato de franquia ou, ainda, do pagamento de qualquer tipo de taxa pelo franqueado ao franqueador ou a empresa ou pessoa ligada a este. Consiste, evidentemente, em um desafio que exige uma postura avançada de comunicação institucional do franqueador, pois é a circular de oferta de franquia que permitirá, pela exposição clara e objetiva do conceito de valor adicionado, uma visão completa de participação e contribuição social e econômica da empresa no seu ambiente de atividade ao franqueado em potencial.

Nesse sentido, o franqueador, para assegurar o sucesso do franqueado e da sua rede, buscará fazer com que este compreenda a importância e o objetivo do *know-how* por ele detido, de sua imagem e, a seguir, estabelecerá os mecanismos e regras que o franqueado deverá seguir e observar.

A circular de oferta de franquia incorpora ao nosso direito positivo, mais uma vez,

contrattuali a cura di Piero Verrucoli, Milão: Dott. A. G. Editore, 1978, p. 247, a franquia empresarial consiste no “contrato mediante o qual uma parte concede a outra o exercício, em determinadas condições, e sob o controle do concedente, de uma atividade, normalmente de produção e prestação de serviços, valendo-se do recíproco interesse. Trata-se de uma concessão de meios comuns, seja de signos distintivos e de outros elementos de identificação (*know-how*), e de assistência técnica contra a prestação correspondente, por parte do concessionário, de um preço ou compensação, normalmente composta de uma parte variável, proporcional ao giro de negócios realizados pela concessionária (*royalties*)”. A Lei nº 8.955/94 deu tipicidade ao contrato de franquia ao lhe oferecendo um conceito que está contido no seu artigo 2º, *in verbis*: “Artigo 2º - Franquia empresarial é o sistema pelo qual um franqueador cede ao franqueado o direito de uso de marca ou patente, associado ao direito de distribuição exclusiva ou semi-exclusiva de produtos ou serviços e, eventualmente, também ao direito de uso de tecnologia de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvidos ou detidos pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem que, no entanto, fique caracterizado vínculo empregatício.”

³ O *package* (pacote) é constituído de todos aqueles elementos originais da fórmula do *franchising* (regulamentos, modo e forma do relacionamento de colaboração entre ambas as partes) que o franqueador transfere ao franqueado no momento do acordo de filiação.

o princípio do *disclosure*. A circular de oferta de franquia consiste, assim, no instrumento do *disclosure*, sendo indispensável ao candidato a determinada franquia, pois contém todas as informações relevantes sobre o negócio que está sendo proposto, permitindo-lhe uma avaliação aprofundada do mesmo.

2 ORIGEM HISTÓRICA

Disclosure vem do francês *déblorer*, que, por sua vez, advém do latim *disclaudere*, significando abrir, expor à vista, sair do invólucro, tornar público, tornar conhecido, revelar-se⁴.

O processo do *disclosure* ou do *full and fair disclosure* correspondente a abertura total e sincera dos dados empresariais ao público investidor, de origem bem antiga nos Estados Unidos, foi recentemente recepcionado no direito brasileiro.⁵

O princípio do *disclosure* surgiu nos Estados Unidos na década de 30, quando, após a queda na Bolsa de Valores de New York, lançou-se o *Securities Act* de 1933, com o objetivo de obrigar as empresas a fornecerem ao público investidor as informações necessárias para que o acionista em potencial pudesse fazer a sua opção, com plena ciência da sua situação financeira. Este princípio impregnou-se em todo o mercado de capitais do mundo, servindo de padrão de conduta para as empresas que dele participassem.

Hodiernamente, o *disclosure* funciona nos Estados Unidos como um fator de autodisciplina do mercado, no que se refere ao comportamento dos dirigentes das empresas abertas, a fim de que divulguem à sociedade a sua situação financeira e a

⁴ Segundo o WEBSTER'S THIRD NEW INTERNATIONAL DICTIONARY, Vol. 1 - Encyclopaedia Britannica INC, 1966: "*Disclosure is something that is disclosed: revelation, divulgation. A statement or description of an invention and its method of operation in a patent application.*" *Disclosure* provém do verbo 'disclose' que possui a seguinte definição, *International Dictionary of English - Cambridge* - "to make (something) known publicly", ou seja, fazer (alguma coisa) de conhecimento público. MELLO, Maria Chaves de Mello, **Dicionário Jurídico** - Português-Inglês - Inglês-Português. 4 ed. Rio de Janeiro: Barrister's Editora, 1991, define *Disclosure* como sendo "revelação; especificação; demonstração".

⁵ BARROSO, Luiz Felizardo, **Franchising e Direito**. São Paulo: Atlas, 1997, p. 51.

forma como conduzem o seu desenvolvimento frente à comunidade⁶. Rubens Requião, ao tratar do assunto, afirma que “*disclosure constitui, pois, num conjunto de regras que visam a proteger a lisura e a respeitabilidade do mercado de capitais*”⁷.

No Brasil, o *disclosure* surgiu, inicialmente, inserido em alguns dispositivos (artigos 19, 20 e 21) da Lei nº 4.728, de 14.07.65, a chamada Lei de Mercado de Capitais, nos quais se obrigava a revelação dos dados reais sobre a exata situação econômico-financeira das empresas que se dispunham a inserir-se no mercado de capitais, quando do seu respectivo registro.

Posteriormente, as Resoluções nºs 88, 214 e 7, e a Circular 179, do Banco do Brasil, fizeram referências expressas ou veladas ao *disclosure*⁸. Também, a Lei nº 6404/76, conhecida como Lei das Sociedades Anônimas, em diversos artigos faz referência ao *disclosure*. Podemos citar, como exemplo, o seu artigo 134, parágrafo 4º⁹, que exige a republicação dos demonstrativos financeiros a fim de que seja proporcionado aos investidores desta empresa a ciência de que os dados publicados correspondem a sua real situação financeira.

Temos, ainda, o Código de Defesa do Consumidor que faz referência ao princípio do *Disclosure* de forma implícita no artigo 4º, *caput*. Nesse sentido, Cláudia Lima Marques salienta a necessidade da transparência no contrato a ser firmado e na lealdade e respeito nas relações entre fornecedor e consumidor¹⁰.

⁶ MARTÍNEZ, Maria Teresa Martínez. **El derecho de información del accionista en la sociedad anónima**. Madrid: Ciências Jurídicas, 1999, p. 25, afirma que “en los últimos años, nuevos enfoques metodológicos y actitudes críticas – sobre todo, a impulsos de la proliferación en Norteamérica de análisis empíricos de las condiciones en que se desenvuelve la aplicación de los principios ordenadores del mercado de capitales – han puesto en cuestión algunas de las asunciones determinantes para el tratamiento de la información societaria en clave de mercado. Los estudios sobre economía de la información, y las implicaciones de hipótesis teóricas como la de “eficiencia del mercado de capitales”, han puesto en tela de juicio, con carácter general, la necesidad misma de la imposición obligatoria de los deberes de disclosure en el mercado de valores, y en particular, la idoneidad de criterios jurídicos, pero con un núcleo marcadamente ético, como los que han conducido a la represión del tráfico de información privilegiada”. (aspas no original)

⁷ RUBENS, Requião. **Curso de Direito Comercial**. 2º Vol., São Paulo: Editora Saraiva, 1995, p. 172.

⁸ BARROSO, Luiz Felizardo, **Franchising e Direito**. São Paulo: Atlas S.A., 1997, p. 52.

⁹ Lei 6.404/76, artigo 134, parágrafo 4º: “Se a assembléia aprovar as demonstrações financeiras com modificação no montante do lucro do exercício ou no valor das obrigações da companhia, os administradores promoverão, dentro de 30 (trinta) dias, a republicação das demonstrações, com as retificações deliberadas pela assembléia;”

¹⁰ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Revista dos

3 APLICABILIDADE DO PRINCÍPIO DO DISCLOSURE NA CIRCULAR DE OFERTA DE FRANQUIA E NO CONTRATO DE FRANQUIA EMPRESARIAL

O modelo de fórmula comercial que incorpora o contrato de franquia empresarial reporta-se a notáveis vantagens para o franqueador e para os franqueados. Junto a ela, todavia, encontra-se uma perigosa fonte de riscos para ambos, localizada numa fase anterior à celebração do contrato.

O eventual candidato a franqueado, carente com freqüência de experiência comercial e ansioso por ingressar nesta cadeia já estabelecida com êxito no mercado, dentro da qual poderá manter sua independência jurídica e patrimonial, muitas vezes, deixa-se seduzir pelas ofertas incompletas e enganosas nas quais se superestimam a rentabilidade e as vantagens da franquia e se ocultam as perdas.

Em razão da necessidade de se estabelecer uma disciplina preventiva para evitar que pessoas incompetentes ou maliciosas ingressem neste negócio é que se introduziu a filosofia do *disclosure*. Na franquia empresarial, assim, mais do que em qualquer outro relacionamento negocial, repousa seu sucesso na revelação, por parte do franqueador, ao franqueado potencial, de seus dados empresariais, de forma absoluta, profunda e abrangente.

Nesse sentido, Maria Teresa Martínez Martínez dispõe:

Uno de los grandes tópicos tratándose del derecho de información del accionista, su carácter auxiliar o instrumental, se explica sin problemas a la vista de la prestación exigible en ejercicio del derecho: la información, antes que ser en sí misma una acción o incidencia directa, sirve a la participación, la decisión y defensa conscientes¹¹.

Tribunais, 1999, p. 104.

¹¹ MARTÍNEZ, Maria Teresa Martínez,. **El derecho de información del accionista en la sociedad anónima**. Madrid: Ciências Jurídicas, 1999, p. 140.

Tal procedimento, segundo nos ensina Esperanza Gallego Sánchez¹², foi introduzido nos Estados Unidos após um amplo processo legislativo, que começou com a aprovação da *California Franchise Investment Law*, em 14 de setembro de 1970. Entretanto, somente em 21 de outubro de 1979 entrou em vigor a *Franchising and Business Opportunity Ventures Trade Regulations Rule*, mais conhecida como *Full Disclosure Rule*.

Em essência, a *Full Disclosure Rule* obriga o franqueador, que se prepara para iniciar o recrutamento de candidatos a franqueados, a revelar-lhes todas as informações acerca do negócio, de modo que lhes permita exercer sua opção com todo conhecimento de causa e total liberdade. Tais informações serão descritas no denominado *basic disclosure document*, *dossier de información*. Entre nós é a denominada Circular de Oferta de Franquia regulada no Artigo 3º da Lei 8.955/94¹³. A sanção para a inobservância deste dispositivo é o enquadramento do franqueador como praticante de prática desleal ou enganosa (*unfair or deceptive acts or practices in commerce*), sujeito a pena pecuniária e ação de perdas e danos.

Destarte, na Lei nº 8.955/94, o princípio do *disclosure* se materializa na circular de oferta de franquias¹⁴ que deve ser, obrigatoriamente, entregue a todo e qualquer interessado na aquisição de uma franquias no mínimo 10 (dez) dias antes da assinatura do contrato ou pré-contrato de franquias ou, ainda, do pagamento de qualquer tipo de taxa pelo franqueado ao franqueador ou a empresa ou pessoa ligada a este nos termos do disposto no artigo 4º desta Lei.

O descumprimento do disposto no artigo 4º da Lei nº 8.955/94 permitirá ao

¹² SÁNCHEZ, Esperanza Gallego. **La Franquicia**. Madrid: Editorial Trivium, 1991, p. 86.

¹³ A circular de oferta de franquias, no direito societário espanhol, encontra paralelo no denominado "prospecto" ou "folleto informativo". GARACH, Fernando Valenzuela, **La información en la sociedad anónima y el mercado de valores**. Madrid: Editorial Civitas, 1993, p. 134, dispõe: "importancia esencial adquiere la conformación jurídica del folleto informativo, en cuanto instrumento básico en orden a la completa información del público inversor." E acrescenta, com base em Herrán Mendivil: "sólo se puede proteger adecuadamente al inversor si las sociedades y los intermediarios que intervienen en los mercados de valores se ven obligados por una normativa suficiente y detallada a cumplir unos requisitos mínimos de transparencia su actuación."

¹⁴ As informações da circular reduzem as chances de o franqueado comprar algo de que não tenha conhecimento. A falta de informação pode resultar em anulação do contrato, tendo o franqueado direito a receber de volta tudo que já pagou, além de poder pedir uma indenização.

franqueado arguir a anulabilidade do contrato e exigir a devolução de todas as quantias que já houver pago ao franqueador ou a terceiros por ele indicados, a título de taxa de filiação e *royalties*, devidamente corrigidas, pela variação da remuneração básica dos depósitos de poupança mais perdas e danos. Nesse sentido:

“CONTRATO DE FRANQUIA. DESCUMPRIMENTO DA ENTREGA DA CIRCULAR DE OFERTA DA FRANQUIA NOS MOLDES DA LEI 8955/94. COBRANÇA DE COMISSÕES MENSAIS E DE INDENIZAÇÃO SOBRE O FATURAMENTO BRUTO DA FRANQUEADA. INDENIZAÇÃO POR DANO MORAL. RECONVENÇÃO. Competindo, ao franqueador, antes mesmo da assinatura do contrato de franquia, entregar ao franqueado a Circular de Oferta da Franquia, prevista nos arts. 3º e 4º da Lei nº 8955/94 **e não tendo este também cumprido a sua obrigação, não pode exigir o implemento um do outro.** Art. 476 do CC de 2002. Tampouco faz jus, o franqueador, à pretensão indenizatória, pois deu azo aos fatos que teriam denegrido a sua imagem comercial. Outrossim, não havendo demonstração segura acerca das ameaças de agressões, não merece prosperar a pretensão indenizatória deduzida em reconvenção. APELOS DESPROVIDOS. (Apelação Cível Nº 70022528228, Quinta Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Leo Lima, Julgado em 21/05/2008) (grifei e sublinhei)

“APELAÇÕES CÍVEIS. DIREITO PRIVADO NÃO-ESPECIFICADO. CONTRATO DE FRANQUIA. INADIMPLEMENTO. DESCUMPRIMENTO DA OBRIGAÇÃO LEGAL DE PRÉVIA INFORMAÇÃO POR MEIO DE CIRCULAR DE OFERTA. ANULAÇÃO DO CONTRATO. Descumprindo a empresa franqueadora sua obrigação legal de prévia informação das condições do negócio mediante circular de oferta de franquia (arts. 3º e 4º da Lei nº 8.955/94), **cabível a anulação do negócio, afastando-se, pois, a condenação da demandada ao pagamento de quantias ajustadas no pacto tido por inválido.** APELO DA RÉ PROVIDO, PREJUDICADO O RECURSO DA AUTORA. VOTO VENCIDO. (Apelação Cível Nº 70002967800, Nona Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Adão Sérgio do Nascimento Cassiano, Julgado em 13/10/2004) (grifei e sublinhei)

No entanto, não há falar em anulação do contrato de franquia celebrado, ainda que tenha sido demonstrado o descumprimento do disposto no artigo 4º, *caput*, da Lei nº 8955/1994, quando o contrato de franquia foi regularmente cumprido entre as partes por lapso temporal considerável. Nesse sentido:

APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO PRIVADO NÃO ESPECIFICADO. AÇÃO

ORDINÁRIA. 1. Não conhecido o agravo retido, na forma do artigo 523, § 1º, do CPC. 2. **No caso concreto, não fornecimento da Circular de Oferta de Franquia pela Variglog à autora no momento em que assumiu a posição de franqueada não implica a anulação do pacto, inclusive em face do seu cumprimento voluntário durante significativo lapso temporal. Exegese do artigo 175 do Código Civil.** 3. Ausente comprovação robusta de que os prejuízos suportados pela CD Bem tenham decorrido efetivamente de eventual descumprimento do contrato de franquia pela demandada, não há falar em fixação de verba indenizatória em seu favor. AGRAVO RETIDO NÃO CONHECIDO. APELAÇÃO DESPROVIDA. (Apelação Cível Nº 70041093147, Décima Segunda Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Mário Crespo Brum, Julgado em 17/03/2011) (grifei e sublinhei)

“APELAÇÃO CÍVEL. AGRAVO RETIDO. DIREITO PRIVADO NÃO ESPECIFICADO. CONTRATO DE FRANQUIA. PERDAS E DANOS. IMPOSSIBILIDADE. AGRAVO RETIDO. ILEGITIMIDADE ATIVA. Caracterizado que a autora, como pessoa física, celebrou o contrato para a aquisição da franquia, tem-se como legítima para figurar no pólo passivo da lide. IMPOSSIBILIDADE JURÍDICA DO PEDIDO. Afigura-se aceitável e lícito pleito para ressarcimento de valores oriundos de eventual descumprimento de contrato. APELAÇÃO. MÉRITO. **Em que pese o art. 4º, da Lei nº 8.955/94, obrigue o franqueador a entregar a circular de oferta de franquia, tal anulabilidade deve ser alegada no momento da assinatura do contrato.** Ademais, no caso, **a ré logrou demonstrar que enviou todas as informações acerca dos termos do contrato.** Precedente da Corte. Como todo contrato comercial, o pacto de franquia é caracterizado pelo risco da atividade, sendo descabido falar em garantia de lucratividade, porquanto a franquia possui independência de administração, não se configurando como uma filial ou sucursal do franqueador. No caso, o acervo probatório coligido aos autos é claro no sentido de demonstrar que o insucesso do empreendimento da parte autora foi decorrente da sua má administração, bem como dos fatores inerentes ao mercado de consumo, razão pela qual não há como imputar qualquer responsabilidade à parte ré, notadamente quando esta foi diligente no cumprimento dos seus deveres como franqueadora. Jurisprudência deste Tribunal. Manutenção da sentença que se impõe. NEGARAM PROVIMENTO AOS RECURSOS. UNÂNIME. (Apelação Cível Nº 70032521049, Vigésima Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Walda Maria Melo Pierro, Julgado em 21/07/2010) (grifei e sublinhei)

Assim, segundo Luiz Felizardo Barroso¹⁵, “a abertura total e sincera dos dados empresariais por parte do Franqueador será a tônica dos anos 90 no setor de Franchising no Brasil”. Esta afirmação reflete a importância da transparência nas relações entre franqueador e franqueado na realização dos contratos de franquia, cuja

consagração é o *disclosure*.

Nesse sentido, segundo Maria Teresa Martínez Martínez¹⁶, a idéia de se introduzir na circular de oferta de franquia a obrigatoriedade de se anexar os últimos balanços sociais do franqueador tem como objetivo proporcionar aos interessados em aderir a franquia um conhecimento suficiente, ainda que globalizado e indireto, da marcha das operações sociais dos seus últimos exercícios, pois o que se observa no contrato de franquia é que o investidor normalmente está disposto a aplicar uma parte de seu capital, se com este obtiver um mínimo de confiança na aplicação que realiza, confiança esta que só será possível se conhecer as condições atuais do franqueador e as reais perspectivas do negócio.

Destarte, como a opção patrimonial de quem investe em uma franquia deve ser fruto de uma decisão refletida, compreende-se que ao investidor deva ser viabilizado conhecer previamente as condições que rodeiam a operação que pretende realizar. Desta maneira, a decisão final do investimento consistirá em uma medida condicionada pelo conteúdo da informação que lhe for efetivamente repassada.

Ressalte-se que o dever de publicidade informativa amplamente utilizado nas sociedades anônimas abertas, visando comunicar ao público os dados mais relevantes a respeito da sua situação patrimonial, quando utilizado no âmbito do contrato de franquia, restringe-se apenas ao dever de informação privada, ou seja, na relação que se estabelece entre o franqueador e os interessados em adquirir a franquia. Assim, tal dever de informação, diferentemente do que se verifica nas sociedades anônimas, não necessita ser publicado, devendo apenas ser entregue aos interessados em adquirir a franquia previamente selecionados pelo franqueador¹⁷.

¹⁵ BARROSO, Luiz Felizardo. O seguro e o “Franchising”: a verdade sobre a relação. **Revista de Direito Mercantil Industrial, Econômico e Financeiro**. Nova Série, N. 90, abr./jun.1993, p. 65.

¹⁶ MARTÍNEZ, Maria Teresa Martínez, **El derecho de información del accionista en la sociedad anónima**. Madrid: Ciências Jurídicas, 1999, p. 259.

¹⁷ MARTÍNEZ, Maria Teresa Martínez, **El derecho de información del accionista en la sociedad anónima**. Madrid: Ciências Jurídicas, 1999, p. 222-223 - afirma que o direito de informação não corresponde à faculdade de exame geral do franqueado com acesso direto a contabilidade do franqueador; não equivale, assim, ao acesso aos livros, correspondência, arquivos e documentação social deste. E acrescenta na página 225: “En principio, habría que partir de la idea de que en un sistema de información contable presidido por el principio de la “imagen fiel”, la finalidad subyacente no es otra

Fernando Valenzuela Garach¹⁸ acentua que o rigor desta disciplina legal (publicidade informativa) é feita com base na consideração de que somente uma informação financeira apurada poderia identificar corretamente os custos e os riscos dos valores objeto de uma operação aberta ao público, o mesmo convindo afirmar com relação à informação privada exigida na circular de oferta de franquia.

Nesse sentido, é fixada a posição central que ocupa a informação na comercialização ou chamamento do público para a aquisição ou não de determinada franquia. Este espírito de abertura e transparência, todavia, deverá prosseguir no relacionamento mútuo, ao longo da vida útil do contrato de franquia, pois, certamente, inspirará o franqueado a agir do mesmo modo, sendo, por isso, em tudo facilitada a vida em comum, em pé de igualdade dos contratantes, parceiros no negócio contratado.

Num relacionamento de interesses sob a égide do direito, o relacionamento perfeito terá maiores condições de viabilidade ao longo do tempo, à medida que seja consubstanciado em um contrato, em cujas cláusulas fiquem determinadas, perfeitamente, quais as obrigações recíprocas, quais os direitos que serão mutuamente respeitados e quais os benefícios que advirão para ambas as partes.

A partir destas considerações se verifica que a Circular de Oferta de Franquia acompanhada de um contrato de Franquia em que as informações e obrigações das partes estejam bem definidas irá minimizar a probabilidade de litígios e, ainda, no caso da interposição de demanda de qualquer um dos contratantes, servirá como base para o julgador proferir a decisão mais apropriada com base nas circunstâncias do caso concreto.

Nesse sentido:

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE RESCISÃO DE CONTRATO CUMULADA COM AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. RECONVENÇÃO.

que la que priorizar la función informativa de las cuentas procurando su máxima adherencia a la realidad económica que tratan de expresar.”

¹⁸ GARACH, Fernando Valenzuela, *La información en la sociedad anónima y el mercado de valores*. Madrid: Editorial Civitas, 1993, p. 206-207.

AÇÃO CAUTELAR PARA SUSTAÇÃO DE PROTESTO. CONTRATO DE FRANQUIA. 1. Art. 2º da Lei nº 8.955/94. É a franquia um pacto eminentemente empresarial, negócio de risco, cujo objeto é a cessão, pela franqueadora, do uso de marca ou patente associado ao direito de distribuição de produtos e serviços, que pode ser, ou não, exclusivo, e pode envolver, ou não, cessão de tecnologia. A contraprestação devida pela franqueada à franqueadora se dá por meio de remuneração direta ou indireta. 2. Comparando o pré-contrato e o instrumento de contrato de franquia empresarial, além dos vários outros documentos acostados aos autos, com a conceituação legal da franquia, bem como com a principiologia que rege o direito contratual, não se verifica qualquer ilegalidade, abusividade ou excesso no pacto sub judice. 3. **A circular de oferta de franquia acostada preenche os requisitos exigidos pelo artigo 3º da Lei nº 8.955/94.** 4. As alegações da prática de concorrência desleal pela franqueadora não encontram guarida na prova dos autos. A franquia foi concedida pela ré à autora para a venda de seus produtos e serviços somente no varejo, sendo explorável pela franqueadora, como melhor lhe aprouver, o mercado atacadista. Além disso, **está expresso na circular de oferta de franquia que a franqueadora vende seus produtos por telefone e via internet independentemente das lojas franqueadas**, não podendo estas alegarem desconhecimento de tal prática. 5. Observe-se que cabe à franqueadora o cumprimento das exigências legais Lei nº 8.955/94 -, não lhe sendo imputável, todavia, qualquer responsabilidade pelo sucesso do negócio da franqueada. A franqueada, por sua vez, recebe, mediante a contraprestação que alcança à franqueadora, o direito de usar a marca e de transacionar as mercadorias e serviços e, em casos como o dos autos, de receber também instrução tecnológica know how -, correndo por sua conta e risco o sucesso do empreendimento. E isso não significa irresponsabilidade de uma parte perante a outra. Trata-se simplesmente do risco do negócio. 6. Inexistem provas da bancarrota da autora, ou de que eventual quebra tenha decorrido de conduta praticada pela ré, em concorrência desleal. 7. O pagamento, pela franqueada, de fundo de publicidade é legítimo, existindo nos autos prova suficiente de que a franqueadora investiu na divulgação da marca e dos produtos, o que, obviamente, beneficiava a demandante. **A propaganda do estabelecimento individualizado da autora, por outro lado, além de tratar-se de obrigação contratual desta**, corria por sua conta e risco exclusivos. 8. Inocorrentes abusividades no contrato firmado entre as partes, nem na conduta

da ré durante a sua execução. O fato de tratar-se de pacto de adesão, por si só, não significa que uma das partes esteja de má-fé, de modo predeterminado, ou que haja vantagem excessiva de um contratante sobre o outro. E, não é demais destacar, o contrato de franquia é pacto empresarial e não de consumo. Descabido, pois, afirmar-se que a requerida descumpriu o contrato, ou que este seja, de algum modo, em razão de suas estipulações, nulo. 9. A autora admite que, em razão do contrato de franquia, devia pagamento periódico de valores à ré e que, em razão da litigiosidade da relação, optou por depositar tais valores em juízo. O fato de tais valores estarem depositados em juízo não afasta a condição de credora da requerida, que tem direito de receber as prestações e, até agora, nada recebeu. Daí a procedência parcial, ao menos da reconvenção. 10. Improcedente a ação cautelar de sustação de protesto, uma vez que não há como determinar-se a sustação definitiva do protesto de título válido e impago. 11. Sentença mantida, na íntegra. NEGARAM PROVIMENTO AO APELO. UNÂNIME. (Apelação Cível Nº 70020761300, Nona Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Iris Helena Medeiros Nogueira, Julgado em 03/10/2007)

Por fim, cabe ressaltar que no campo da informação deve-se postular uma dupla exigência qualitativa: a sua transparência ou fácil compreensão e a veracidade ou fidelidade do seu conteúdo à realidade sobre a que se deve dar notícia.

4 CONCLUSÃO

Nas relações envolvendo o contrato de franquia empresarial é fundamental que sejam observados os fundamentos do Princípio do *Disclosure* eis que, conforme nos ensina Luiz Felizardo Barroso¹⁹ a transparência nas relações entre franqueador e franqueado é o único antídoto eficaz contra um mau negócio para aquele que deseja investir suas poupanças duramente conquistadas neste negócio relativamente novo no Brasil, bem como se estabeleçam claramente as obrigações recíprocas dos contratantes a fim de evitar conflitos futuros decorrentes desta relação.

¹⁹ BARROSO, Luiz Felizardo, **Franchising e Direito**. São Paulo: Atlas, 1997, p. 65.

REFERÊNCIAS

BARROSO, Luiz Felizardo. O seguro e o “Franchising”: a verdade sobre a relação. **Revista de Direito Mercantil Industrial, Econômico e Financeiro**. Nova Série, N. 90, abr./jun.1993.

_____. **Franchising e Direito**. São Paulo: Atlas, 1997.

GARACH, Fernando Valenzuela. **La informacion en la sociedad anonima y el mercado de valores**. Madrid: Editorial Civitas, 1993.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999.

MARTÍNEZ, Maria Teresa Martínez. **El derecho de información del accionista en la sociedad anónima**. Madrid: Ciências Jurídicas, 1999.

MELLO, Maria Chaves de Mello. **Dicionário Jurídico: Português-Inglês - Inglês-Português**. 4. ed. Rio de Janeiro: Barrister's Editora, 1991.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de Direito Comercial**. São Paulo: Saraiva, 1995. V. 2.

SÁNCHEZ, Esperanza Gallego. **La Franquicia**. Madrid: Editorial Trivium, 1991.

WEBSTER'S THIRD NEW INTERNATIONAL DICTIONARY. Vol. 1 - Encyclopaedia Britannica INC, 1966.

ZANELLI, Enrico. **Il franchising nella tipologia delle concessioni tra imprese, Nuovi tipi contrattuali a cura di Piero Verrucoli**. Milão: Dott A. G. Editore, 1978.