

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
FACULDADE DE DIREITO

KESIA BIZERRA DE JESUS

A LEI DE FRANQUIA: LEI N. 13.966/2019, AS CLÁUSULAS DO CONTRATO DE
FRANQUIA E SUAS PECULIARIDADES

CURITIBA

2024

KESIA BIZERRA DE JESUS

A LEI DE FRANQUIA: LEI N. 13.966/2019, AS CLÁUSULAS DO CONTRATO DE
FRANQUIA E SUAS PECULIARIDADES

Trabalho de pesquisa apresentado à
Profa. Doutora Marcia Carla Ribeiro
como requisito básico para
aprovação da disciplina TCC 2.

Título: A Lei de Franquia: Lei n.
13.966/2019, as cláusulas do
Contrato de Franquia e suas
peculiaridades.

CURITIBA

2024

TERMO DE APROVAÇÃO

A LEI DE FRANQUIA: LEI N. 13.966/2019, AS CLÁUSULAS DO CONTRATO DE FRANQUIA E SUAS PECULIARIDADES

KESIA BIZERRA DE JESUS

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado como requisito parcial para obtenção de Graduação no Curso de Direito, da Faculdade de Direito, Setor de Ciências jurídicas da Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca examinadora:

Documento assinado digitalmente
 **MARCIA CARLA PEREIRA RIBEIRO**
Data: 26/11/2024 14:22:19-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Marcia Carla Pereira Ribeiro
Orientador

Coorientador

CARLOS JOAQUIM DE OLIVEIRA FRANCO

Assinado de forma digital por
CARLOS JOAQUIM DE OLIVEIRA
FRANCO

Dados: 2024.11.26 19:20:56 -03'00'

Carlos Joaquim de Oliveira Franco

LUIZ DANIEL RODRIGUES HAJ MUSSI

1º Membro

Assinado de forma digital
por LUIZ DANIEL RODRIGUES
HAJ MUSSI

Dados: 2024.11.26 21:24:28
-03'00'

Luiz Daniel Haj Mussi
2º Membro

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a Deus, que me conservou e capacitou nesta jornada; à minha mãe, que com muita fé e coragem me criou; à minha irmã gêmea, com quem sempre posso contar; e, por fim, ao meu esposo, que me escolheu e me amou.

AGRADECIMENTO

Agradeço a Deus, que por amor entregou Seu único filho para a nossa salvação, o Consolador, amigo fiel, que não me deixou desamparada. Sem Ele, nada seria possível.

À minha mãe, Rosemeire Bizerra de Jesus, que com muito suor e sangue me criou. Se não fosse por sua coragem e fé em Deus, eu não estaria aqui.

Aos meus irmãos, que cuidaram de mim e zelaram pelo meu futuro. Cláudia, sua força é exemplar; você passou por situações que nunca vou passar, e você garantiu isso. Obrigada. Carla, obrigada por participar do meu crescimento e, em parte, moldar quem sou. Continue sendo forte. Cláudio, você sempre foi o homem da casa, e nós te admiramos por isso. Eu lembro dos presentes de aniversário, das brigas e brincadeiras. Obrigada por me trazer para casa todas as noites após as aulas do cursinho pré-vestibular. Nunca vou esquecer da sua generosidade; este trabalho também é resultado do seu esforço de seis anos atrás. Karen, minha irmã gêmea, amiga e companheira de vida, agradeço por ser tão você e por me complementar de todas as formas. Você é minha motivação, meu exemplo, e para sempre serei sua metade.

Aos meus sobrinhos, que são a força motriz para que eu continue abrindo caminhos para nossa família: Mikael, Alice, Davi, Maria Lara, Lucas, Pietra e Pedro, sejam a luz no mundo, conquistem e subam as montanhas que a vida trará. Eu acredito em vocês.

Ao meu esposo, por todo apoio e incentivo, você foi e sempre será a minha melhor escolha. Obrigada por me ouvir, por ser confiável, por incentivar meus estudos, por ser um bom pai para os nossos gatos e um pai querido para nossos futuros filhos. Sou eternamente grata por ter você ao meu lado, meu marido, meu Alan. Te amo!

Aos meus colegas, pela parceria e companheirismo, pelos estudos pré-prova, pelas risadas e conversas nos corredores do prédio histórico da UFPR. Com certeza, esta jornada se tornou mais leve por causa de vocês.

À minha orientadora, que com muita paciência e sabedoria me auxiliou no desenvolvimento deste estudo.

Por fim, à Kesia, que não desistiu de mudar seu destino.

Resumo

Este trabalho tem como objetivo abordar a relação entre franqueador e franqueado e as cláusulas contratuais do contrato de franquia, especificamente a cláusula de não concorrência e a cláusula de delimitação territorial. O primeiro capítulo apresenta a definição dos conceitos iniciais sobre franchising e sua importância, desde o período de sua origem até os dias atuais. Em seguida, explora o conteúdo e as principais características dessa modalidade contratual, descreve suas diferentes espécies e, por fim, apresenta a legislação aplicável e as obrigações das partes envolvidas no modelo contratual. O segundo capítulo começa com a definição dos princípios constitucionais da livre iniciativa e livre concorrência, depois discorre sobre a definição dos princípios contratuais da boa-fé e da liberdade contratual que constam no Código Civil. Demonstrando a utilidade dos princípios supramencionados e importância como indicadores para a caracterização da ilicitude ou licitude do contrato de franquia empresarial. O último capítulo tem a intenção de demonstrar que as cláusulas inseridas no contrato de franquia têm o dever de disciplinar a concorrência entre diferentes franqueados, terceiros e no que diz respeito ao interesse dos consumidores. Portanto realiza uma análise sobre a cláusula de não concorrência e a cláusula de delimitação territorial demonstrando seus elementos essenciais, que quando não observados podem significar a nulidade das cláusulas e, conseqüentemente, insegurança jurídica. Ao fim, procurou-se comprovar que a jurisprudência e a doutrina reconhecem que as cláusulas estudadas não violam a concorrência e livre iniciativa. O *franchising* se consolida, portanto, como uma estratégia de crescimento empresarial de alta relevância no Brasil e no mundo.

Palavras-chave: Cláusula de não concorrência. Cláusula de delimitação territorial. Franquia. Contrato de franquia.

Resume

This work aims to address the relationship between franchisor and franchisee and the contractual clauses of the franchise agreement, specifically the non-compete clause and the territorial delimitation clause. The first chapter presents the definition of the initial concepts about franchising and its importance, from the period of its origin to the present day. It then explores the content and main characteristics of this contractual model, describes its different types and, finally, presents the applicable legislation and the obligations of the parties involved in the contractual model. The second chapter begins with the definition of the constitutional principles of free enterprise and free competition, then discusses the definition of the contractual principles of good faith and contractual freedom that appear in the Civil Code. Demonstrating the usefulness of the aforementioned principles and importance as indicators for characterizing the illegality or legality of the business franchise agreement. The last chapter intends to demonstrate that the clauses inserted in the franchise contract have the duty to regulate competition between different franchisees, third parties and with regard to the interests of consumers. Therefore, it carries out an analysis of the non-compete clause and the territorial delimitation clause, demonstrating their essential elements, which, when not observed, can mean the nullity of the clauses and, consequently, legal uncertainty. In the end, we sought to prove that jurisprudence and doctrine recognize that the clauses studied do not violate competition and free enterprise. Franchising is therefore consolidated as a highly relevant business growth strategy in Brazil and around the world.

Keywords: Non-compete clause. Territorial delimitation clause. Franchise. Franchise agreement.

Sumário

INTRODUÇÃO	10
1. CONTRATO DE FRANQUIA EMPRESARIAL	10
1.1. PRIMEIRAS NOÇÕES	11
1.2. O CONTRATO DE FRANQUIA	12
1.3. CONTEÚDO E PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS	16
1.3.1. Espécies e Formas de Franquias	19
1.3.2. Lei 13.966/19 e as Obrigações das Partes	20
2. PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS E DO CÓDIGO CIVIL	22
2.1. DOS PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS: DA LIVRE CONCORRÊNCIA E DA LIVRE INICIATIVA	22
2.2. PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DO DIREITO CIVIL: DA BOA-FÉ E DA LIBERDADE CONTRATUAL	26
3. CLÁUSULAS DO CONTRATO DE FRANQUIA EMPRESARIAL E ENTENDIMENTO DA JURISPRUDÊNCIA PARANAENSE	29
4.1. CLÁUSULA DE NÃO CONCORRÊNCIA	29
3.2. CLÁUSULA DE DELIMITAÇÃO TERRITORIAL	32
4. CONCLUSÕES	34
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36

INTRODUÇÃO

O objetivo geral da pesquisa consiste em identificar os princípios que regem o contrato de franquia empresarial e sua legislação específica, com enfoque na cláusula de não concorrência e na cláusula de limitação territorial. O objeto específico da pesquisa é demonstrar os fundamentos utilizados pela doutrina e pelo Tribunal de Justiça do Estado do Paraná nos casos que envolvam franquia empresarial. A análise foi realizada com uma abordagem que combina teoria e dados empíricos. A base teórica será construída por meio de uma revisão bibliográfica, fornecendo os conceitos e fundamentos necessários para a análise e a interpretação dos dados empíricos, examinando-se a adequação da Lei vigente à realidade comercial e seu reflexo na jurisprudência. Para tanto, no primeiro capítulo serão abordadas as primeiras noções do *franchising*, o tipo contratual, como a doutrina reconhece esse sistema, qual a legislação aplicada, as principais características, suas espécies e formas de franquias, a Lei 13.966/19 e as obrigações das partes. A partir disso, no segundo capítulo será explorado o conceito dos princípios constitucionais da livre concorrência e da livre iniciativa, após, os princípios fundamentais do direito civil, a boa-fé e a liberdade contratual. Por fim, no capítulo três com enfoque nas cláusulas de não concorrência e de limitação territorial, será demonstrado o entendimento da jurisprudência paranaense.

1. CONTRATO DE FRANQUIA EMPRESARIAL

O primeiro capítulo apresenta a definição dos conceitos iniciais sobre *franchising* e sua importância, desde o período de sua origem até os dias atuais. Em seguida, explora o conteúdo e as principais características dessa modalidade contratual, descreve suas diferentes espécies e, por fim, apresenta a legislação aplicável e as obrigações das partes envolvidas no modelo contratual.

1.1. PRIMEIRAS NOÇÕES

O *Franchising* é uma modalidade de contrato mercantil que foi impulsionada no período compreendido no pós-guerra, referido por Harry Kursh como "Franchise Boom", na obra de mesmo nome¹. Esse desenvolvimento do instituto teve como causa o retorno, aos Estados Unidos, dos ex-combatentes da 2ª Guerra Mundial, que necessitavam retornar às atividades econômicas. Para esses indivíduos, o novo sistema foi uma forma de se engajar novamente à economia, exercendo uma atividade produtiva². O Contrato de Franquia é a forma utilizada para regularizar o negócio jurídico, nas palavras do Ministro Luiz Fux:

O Contrato de franquia, vínculo negocial objeto desta vultosa obra, tornou-se fonte de esperança para todos os envolvidos: empreendedores e investidores podem principiar atividade empresarial com riscos diminuídos pelo anterior respaldo do franqueador no mercado de consumo, que, por sua vez, galga espaços em ritmo acelerado pela parceria.³

Em razão desse risco mitigado característico, o tipo contratual tem como essência a colaboração entre empresários independentes para obtenção de um fim comum. Portanto, a Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019, que substituiu a Lei nº 8.955/94, define o sistema de franquia empresarial da seguinte forma:

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.

Deste modo, envolve um conjunto de direitos relativos a marcas. Mediante pagamento de preço inicial, acrescido de prestações mensais pagas pelo franqueado, o franqueador permite a venda ou distribuição de bens ou serviços a

¹ KURSH, Harry. *The Franchise Boom: How You Can Profit From It*. Englewood cliffs. New York: Prentice-Hall, 1962.

² FARIAS, Karolainy Virginio. *O contrato de franquia e os problemas funcionais do regime legal*. 2023. Pg. 9-10. UFRG, Porto Alegre. Ano de defesa: 2023.

³ NETO, Adolfo Braga et al. *Franchising-Aspectos Jurídicos-Vol. 1*. Editora Foco, 2024.

partir de um formato operacional e mercadológico previamente definido pelo franqueador. O Contrato de Franquia é o meio para realizar negócios, é um acordo entre as partes no qual o franqueador transmite o *know-how* necessário e permite que o franqueado utilize de sua marca, nome, publicidade e eventualmente, de um mix de produtos e/ou serviços que devem ser levados ao consumidor. No Brasil, este contrato é hoje regulado pela Lei nº 13.966/2019 que visa a garantia do cumprimento das obrigações e das responsabilidades recíprocas.

A Lei nº 8.995/94 era breve, com apenas 11 artigos, e não abordava questões importantes, como as consequências do desrespeito às cláusulas de sigilo, confidencialidade e não concorrência. Em contraste, a atual Lei nº 13.996/19 (LF) inclui direitos sobre métodos e sistemas de implantação de negócios, esclarece a ausência de vínculo empregatício entre franqueador e funcionários do franqueado, e estabelece a obrigatoriedade de publicidade na Circular de Oferta de Franquia, além de outros requisitos essenciais para a relação entre franqueador e franqueado.

1.2. O CONTRATO DE FRANQUIA

Segundo a doutrina, retomando-se alguns dados históricos, o *Franchising* é um sistema que nasceu entre 1851 e 1852, para a comercialização das máquinas de costura da marca *Singer Sewing Machine*, após, o sistema foi adotado pela General Motors, em 1898 e pela Coca-Cola, em 1899. O crescimento significativo pela busca desse sistema se deu no período pós Segunda Guerra Mundial. Após esse período, na década de 1950, também houve um aumento significativo do uso de sistemas de franquias nos Estados Unidos, tendo o setor de alimentação um papel importante por meio do Burger King, McDonald's, KFC e Dunkin' Donuts, dentre outros.

No Brasil, muitos especialistas atribuem a origem do *Franchising* a Arthur de Almeida Sampaio, que em 1910 transferiu o uso da marca "Calçados Stella" para

seus representantes comerciais.⁴ Com o crescimento industrial da década de 1970, conhecido como “O Milagre Econômico”⁵ deu-se início ao processo de expansão de Shoppings Centers⁶, que resultou na chegada das primeiras redes de franquia, entre as quais, o Boticário, a Água de Cheiro e a Mister Pizza. Somente em julho de 1987, foi inaugurada no Brasil a Associação Brasileira de Franchising (ABF), responsável pelas ações de promoção e incentivo do sistema de franquia e também pela publicação de pesquisa de desempenho anual do franchising.

Em pesquisa do mesmo ano foi demonstrado que o faturamento de 2023 teve um aumento de 13,8%, em relação ao ano anterior, alcançando a receita total de R\$240.662 bilhões⁷. A trajetória de crescimento do sistema de *Franchising* no Brasil foi de 13,8% entre 2023 e 2022. Em 2023, no Ranking das maiores franquias do Brasil, os três primeiros colocados são: Cacau Show, com 4.216 operações; O Boticário, com 3.689 operações; Mc Donald’s, com 2.662 operações⁸. Já no Ranking das 20 maiores micro franquias do Brasil de 2023, em 1º lugar está o Market4u, com 2.100 operações. Esses dados são essenciais para confirmar a importância deste instituto relativamente recente que é o *Franchising* e a necessidade de um Contrato de Franquia que proteja adequadamente o interesse das partes.

O contrato de franquia utiliza-se dos princípios básicos da concessão comercial, sendo o ato jurídico escolhido para a formalização desse sistema composto de direitos e deveres. O sistema de franquia se distingue em duas modalidades, de marca e de produto e a *business format franchising*. Nesse primeiro modelo, o franqueador concede ao franqueado o direito de fabricar e distribuir produtos sob a marca do franqueador. O foco principal está na produção e venda de produtos específicos, em vez de replicar um modelo de negócio completo.

⁴ BARROSO, Luiz Felizardo. *Franchising e Direito*. São Paulo: Editora Atlas. 1997.p.32.

⁵ “O Perfil Econômico dos anos 1970” Disponível em: <https://www.gov.br/siscomex/pt-br/servicos/aprendendo-a-exportar/curiosidades-e-fatos-historicos/o-perfil-economico-dos-anos-1970>. Acesso em: 23 jul. 2024.

⁶ SILVA, Américo Luiz M. *Contratos Comerciais*. Vol. II. Rio de Janeiro: Editora Forense. 2004. p. 347.

⁷ Pesquisa de Desempenho do Franchising 2023. Pg. 10. Disponível em: https://www.abf.com.br/wp-content/uploads/2024/02/Apresentacao_Desempenho_Franchising_2023_Final.pdf. Acesso em: 01 jun. 2024.

⁸ Pesquisa de Desempenho do Franchising 2023. Pg. 23. Disponível em: https://www.abf.com.br/wp-content/uploads/2024/02/Apresentacao_Desempenho_Franchising_2023_Final.pdf. Acesso em: 01 jun. 2024.

O franqueado recebe direitos sobre a marca e os produtos, mas não necessariamente um pacote completo de operações, treinamentos e suporte contínuo como no *business format franchising*. A doutrina define tal modalidade, como indica Jorge Lobo:

A franquia de marca e de produto consiste na concessão de venda dirigidos a empresas interessadas em comprar ou vender produtos ou serviços exclusivamente de uma mesma marca. Nesta relação, as empresas adquirem o direito ao uso de marca registrada. Este tipo de franchising tem sido muito utilizado no setor automobilístico, nas engarrafadoras de bebidas, no setor de pneus e nos postos de gasolina.⁹

Já a segunda, o *business format Franchising*, é um modelo de franquia mais rígido com controle de normas, com pouca autonomia do franqueado, que deve submeter-se à estrutura estabelecida previamente. O franqueador oferece ao franqueado uma fórmula de sucesso comprovada e um pacote completo para a operação do negócio. Segundo a estrutura básica do negócio, o franqueador autoriza o uso de sua marca e presta ao franqueado de sua rede os serviços de organização empresarial, enquanto estes pagam os royalties pelo uso da marca e remuneram os serviços adquiridos, conforme a previsão contratual¹⁰. Geralmente, o autorizante recebe uma taxa inicial e o pagamento periódico por meio de *royalties*. Essa modalidade permite que a franqueador preste assistência total e permanente ao franqueado:

O business format Franchising é uma modalidade de franquia múltipla, eis que nela o franqueador cede ao franqueado técnicas comerciais, industriais ou métodos de serviços, expostos em 'manuais de operações', a marca e o logotipo, o know-how, assessoria técnica e de treinamento contínuo (jurídica, fiscal, tributária, financeira, de engenharia, pesquisa de localização do ponto de venda, marketing, informática), além de prestar serviços de supervisão nas operações de comercialização e de administração geral do franqueado.¹¹

Este contrato abrange um complexo negocial bem amplo, aproximando seu conteúdo a vários outros contratos típicos e atípicos. Portanto, trata-se de contrato bilateral, oneroso, comutativo e geralmente de adesão e *intuitu personae*, ou seja, é firmado entre o franqueador e pessoa interessada, que preencha os requisitos

⁹ LOBO, Jorge. Contrato de "franchising". Rio de Janeiro, RJ: Forense, 1997. 91 p.28.

¹⁰ COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de Direito Comercial: Direito de Empresa. Volume 1. 23ª ed. São Paulo: Thomson Reuters, 2019. p. 84.

¹¹ REDECKER, Ana Claudia. Franchising. Editora Appris, 2020.

determinados. Dessa forma, o franqueador admite somente quem aceita seus termos, sem possibilidade de discussão ou alteração das cláusulas.

Por outro lado, ao contrato de franquia são aplicados princípios do Código Civil. Isso ocorre porque, como se retira do Enunciado n. 171, aprovado na III Jornada de Direito Civil, promovida pelo Conselho da Justiça Federal em 2004¹², o contrato de adesão não necessariamente é de consumo, a relação de franquia é considerada uma relação comercial entre duas empresas, o franqueador e o franqueado, ambos atuando como pessoas jurídicas ou empresários individuais, com direitos iguais.¹³ Porém, dependendo do contexto específico e da natureza das partes envolvidas, alguns aspectos do Código de Defesa do Consumidor (CDC) podem ser considerados, especialmente se o objeto da ação se referir à responsabilidade civil perante terceiros¹⁴, ou seja, quando envolver destinatários finais. Em geral, pode-se afirmar que a regulamentação da franquia se dá pelo Código Civil e pela Lei de Franquias.

Deste modo, o contrato de franquia poderá estabelecer a forma de produção dos bens, como será realizada a entrega, se o franqueado ou o franqueador realizarão essas ações e de qual forma o franqueador supervisionará. Por outro lado, o caso concreto definirá peculiaridades como: definir a delimitação territorial da atuação do franqueado, se haverá a exclusividade ou não, a forma de pagamento e o período etc. Esse sistema permite um alcance maior da marca do franqueado, em razão do cliente se sentir atraído, com frequência, por uma unidade daquela cafeteria que tem preferência, restaurante, lanchonete, cursinho de vestibular, lavanderia *self-service*, entre outros.

Ressalte-se ainda que o negócio apresenta vantagens e riscos como em qualquer outro negócio, sendo importante a livre-iniciativa em grande escala. O

¹² Enunciado n.171, III Jornada de Direito Civil, promovido pelo Conselho da Justiça Federal em 2004. Disponível em: <https://www.cjf.jus.br/enunciados/enunciado/305>. Acesso em: 27 set. 2024.

¹³ "O contrato de franquia, por sua natureza, não está sujeito ao âmbito de incidência da Lei n. 8.078/1990, eis que o franqueado não é consumidor de produtos ou serviços da franqueadora, mas aquele que os comercializa junto a terceiros, estes sim, os destinatários finais" (REsp 632958/AL, Rel. Ministro ALDIR PASSARINHO JUNIOR, QUARTA TURMA, julgado em 04/03/2010, DJe 29/03/2010).

¹⁴ "Extrai-se dos arts. 14 e 18 do CDC a responsabilização solidária de todos que participem da introdução do produto ou serviço no mercado, inclusive daqueles que organizem a cadeia de fornecimento, pelos eventuais defeitos ou vícios apresentados" (REsp 1.426.578/SP, Rel. Ministro MARCO AURÉLIO BELLIZZE, TERCEIRA TURMA, DJe de 22.9.2015).

franqueador disponibiliza o acesso à toda a estrutura do negócio já pronta, ficando a cargo do franqueado a responsabilidade pelos resultados, que podem ser positivos ou negativos.

1.3. CONTEÚDO E PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS

O campo atendido pelo contrato de franquia é vasto, produtos, serviços e distribuição, também, a franquia industrial, permitindo a fabricação de produtos. É um contrato complexo, derivado da concessão, mas dele participam aspectos de marcas e patentes, contratos preliminares, contratos de distribuição, ou seja, um contrato entre empresas independentes que cooperam em busca de resultados operacionais.

Conforme Enzo Roppo “qualificação é a operação lógica através da qual o intérprete individualiza a que tipo contratual um contrato concreto pertence”¹⁵, deve-se, então, qualificar qual é o tipo contratual ao qual o contrato de franquia se enquadra. Trata-se de um contrato oneroso e *bilateral*, contendo obrigações recíprocas entre as partes. Também, é *intuitu personae*, porque a consideração da identidade e as características específicas dos contratantes são fundamentais para a formação e execução do contrato. É *consensual*, pois se formam com o simples acordo de vontades das partes. É *comutativo*, pois as partes conhecem o montante de sua prestação, embora possa conter cláusulas de aleatoriedade. Sua natureza exige a *forma escrita*, conforme o art. 2º, §1º da Lei de Franquias, que exige a apresentação da Circular de Oferta de Franquia, no mínimo, 10 (dez) dias antes da assinatura do contrato-padrão ou pré-contrato com o texto completo, incluindo anexos, condições e prazos de validade. É de *execução continuada* porque exige uma prestação contínua dos efeitos do ato, com duração variável, conforme o caso. Não será obrigatório por adesão, embora a maioria assim o seja, em razão do objeto da franquia variar as condições do contrato.

¹⁵ ROPPO, Enzo. O contrato. Coimbra: Livraria Almedina, 1998, p.133.

O contrato de franquia é um dos formatos possíveis para viabilizar a distribuição, meio pelo qual uma empresa decide fazer seus produtos ou serviços chegarem ao público-alvo. Conforme aponta Adalberto Simão Filho, o contrato de *Franchising* apresenta como elementos: “*distribuição, colaboração recíproca, preço, concessões de autorizações e licenças, independência, métodos e assistência técnica permanente, exclusividade e contratação mercantil*”¹⁶. Cada caso concreto terá suas especificações e particularidades necessárias para a efetivação do negócio. Nessa modalidade contratual, o Contrato de Franquia absorve, sem dúvida, princípios do contrato de concessão, de representação comercial e agência, de mandato, compra e venda, locação, transferência de tecnologia, know-how, etc.

Importante frisar que a índole empresarial aparece na busca pelo lucro, sendo ele o regente da negociação entre as partes. As empresas são independentes uma da outra, há autonomia jurídica e administrativa do franqueado em relação aos demais franqueados e ao franqueador, já que é empresário independente e deve tomar as suas próprias decisões, quando não contrárias àquelas pré-estabelecidas entre as partes. Ademais, fica a cargo do franqueador prestar assistência técnica a seu franqueado, tecnológica, treinamento de pessoal e de estratégias comerciais.

A Lei nº 13.966/2019, em seu artigo 2º define que, anteriormente ao Contrato de Franquia, o franqueador deverá fornecer ao interessado Circular de Oferta de Franquia (COF), citando 23 elementos mínimos que deverão estar presentes nesta. A COF configura-se como uma minuta do contrato que após as aprovações será firmado entre as partes como Contrato de Franquia. O contrato deverá apresentar algumas cláusulas específicas, como aquelas referentes a preço, cessão de direitos e exclusividade. Deve ser claro e compreensível para as partes, definindo os direitos, deveres, condições e exceções, garantindo que o andamento do empreendimento ocorra sem complicações.

Quanto ao preço, como regra, o franqueado pagará ao franqueador a taxa de franquia, royalties e taxas periódicas referente à publicidade e marketing,

¹⁶ FILHO, Adalberto Simão. "Franchising", SP, 3ª ed. Atlas, 1988, pp. 33/55.

definidas entre as partes e referentes ao negócio objeto do contrato. A taxa de franquia corresponde à retribuição ao franqueador pela cessão de seu nome e *know-how*, a fim de recuperar o capital investido no empreendimento. O contrato deverá prever um prazo determinado, a fim de que o franqueado esteja ciente do prazo mínimo para recuperar o capital investido e decidir se buscará a renovação ou não, de acordo com o art. 2º, XXII da Lei nº 13.966/2019. Por meio deste contrato, o franqueador autoriza o franqueado a usar marcas e outros objetos de propriedade intelectual, assim como, conhecimento técnico do franqueador (*know-how*).

Entre as partes, para que haja a proteção dos dados comerciais estratégicos e confidenciais, deverá ser realizado um NDA “*Non-Disclosure Agreement*”, que em português significa Acordo de Confidencialidade para o envio da COF ao interessado. Trata-se de um contrato legal entre duas ou mais partes que estabelece a obrigação de manter determinadas informações confidenciais e não as divulgar a terceiros. Venosa define como “um fator de proteção à lisura e boa-fé dos negócios e do mercado”¹⁷. O franqueador responderá civil e criminalmente por omissões ou informações distorcidas, portanto, o franqueado deverá receber o diagnóstico completo da organização da franquia, para que não haja dúvidas, confusão ou divergências sobre o negócio e suas expectativas.

A Circular integra o contrato e vincula o outorgante, devendo ser entregue ao candidato a franqueado com, no mínimo, dez dias de antecedência à assinatura do contrato. A Circular também deve prever, no caso de extinção do contrato, a destinação dos segredos industriais e os requisitos para o franqueado que deseje atuar em atividade concorrente. Outro documento essencial é o Manual de Operação da Franquia (MOF), mencionado pela Lei no 13.966/2019, art. 2º, XIII, “f”. Durante a negociação, ele deve ser apresentado como um dos itens oferecidos ao franqueado.

1.3.1. Espécies e Formas de Franquias

¹⁷ VENOSA, Sílvio de Salvo. Direito civil: contratos em espécie. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2013a. p. 586 (Coleção direito civil; v. 3).

Há diversas espécies de franquias, que podem ser compatíveis com o franqueador e sua estratégia de crescimento. Esta diversidade é uma qualidade que possui a intenção de permitir que ele escolha o modelo que se enquadra com os locais onde pretende atuar e responsabilidades que deseja transferir, também firmar com o franqueado qual o papel que ele terá quanto à expansão da franquia. Dentre elas, pode-se iniciar com a denominada *franquia-mestre (master Franchising)*, utilizada quando o franqueador original deseja difundir internacionalmente sua marca e delegar poderes para uma empresa local subfranquear em determinada área. No Brasil, exemplos desse modelo são o *McDonald's* e a *Starbucks*. O subfranqueador funciona como intermediário relacionado ao franqueador principal, um gerenciador de franquias e concedente de franquias múltiplas. Exerce a função de administrar e controlar os franqueados e potenciais franqueados em uma região ou país específico. Há também a modalidade de franquia de canto (*corner franchising*), em que um estabelecimento cede parte de seu espaço para uma atividade franqueada, como os pequenos quiosques nos corredores de shoppings. Outro modelo é a *franquia de serviços*, no qual o franqueado comercializa os serviços criados pelo franqueador, como hotéis, lanchonetes e mercados autônomos como o *Market4u*. Essas modalidades pertencem ao modelo de *business format franchising*.

Destacam-se ainda outros tipos de franquia, como a franquia industrial, utilizada quando o franqueador auxilia na construção de uma unidade industrial para o franqueado, autorizando o uso da marca e tecnologia e exigindo confidencialidade nos processos de fabricação. Nessa modalidade, os princípios gerais são mais amplos que os da franquia comercial e nem sempre seguem os princípios específicos do contrato aqui estudado, podendo, assim, ser considerada uma franquia atípica. Esse modelo é amplamente utilizado na indústria alimentícia, como nos casos da Coca-Cola e Pepsi-Cola. A *franquia de comércio ou de distribuição* tem como objetivo desenvolver e expandir uma rede de lojas, como ocorre com O Boticário. Ambas pertencem ao modelo de marca e de produto.

1.3.2. Lei 13.966/19 e as Obrigações das Partes

A Lei 13.966/19 é o segundo marco legal de franquias, sendo o primeiro marco a Lei 8.955 de 1994 sancionada no governo de Itamar Franco, derivado do projeto PLC 219/2015 da Câmara dos Deputados. A atual Lei está em vigor desde 27/03/2020, há 4 anos, sendo utilizada para adaptação dos modelos de franquia por parte dos franqueadores e dos operadores do sistema de *Franchising*.

A Lei vigente 13.966/19 tem o importante papel de suprir lacunas da Lei anterior, estabelecendo que não há vínculo empregatício do franqueador com os funcionários do franqueado, mesmo no período de treinamento. Também, enfatizando a natureza empresarial e a independência entre franqueador e franqueado, necessários para a relação jurídica do mercado de *Franchising* e reforçando o dever de publicidade pelo franqueador perante o candidato, com a atualização da Circular de Oferta de Franquia. Também deixa claro o afastamento da hipossuficiência e a ausência de relação de consumo entre franqueador e franqueado, com o intuito de fortalecer a independência das partes e paridade empresarial necessárias para o avanço do *Franchising*.

A COF (Circular de Oferta de Franquia), conforme anteriormente citado, é o documento em que o franqueador entrega ao interessado na franquia o acesso a informações do negócio objeto do interesse, como, relação de franqueador e franqueado que se desligaram nos últimos 24 meses, e outros 23 itens, a relação completa da documentação e informações necessárias estão previstas no artigo 2º da Lei vigente.

A Lei n. 8955/94, em seu artigo 2º não considerava que a assistência técnica fosse elemento obrigatório da franquia e sim elemento eventual, conforme a seguir transcrito:

art. 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 e 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."

Tal posição foi superada pelo legislador, que atento à evolução do Sistema de Franquia no Brasil, definiu, conforme o artigo 1º da Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019:

art. 1º: Esta Lei disciplina o sistema de franquias empresariais, 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.

Portanto, os elementos essenciais de uma franquia, de acordo com o legislador, passaram a ser: autorização de uso de marca e outros objetos de propriedade intelectual, o direito de produção ou distribuição exclusiva ou não exclusiva de produtos ou serviços; o direito de uso de métodos e sistemas de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvido ou detido pelo franqueador; a remuneração direta ou indireta; e a ausência de relação de consumo e vínculo empregatício em relação ao franqueado e aos seus empregados.

Outra grande mudança no Novo Marco Legal das franquias é a previsão do instituto legal da sublocação do franqueador para o franqueado e a legitimidade para qualquer uma das partes propor renovação do contrato de locação do imóvel e a vedação da retirada de qualquer uma das partes do contrato de locação e de sublocação por ocasião da sua renovação ou prorrogação, exceto quando do inadimplemento do contrato ou do contrato de franquias. Portanto, pelo parágrafo único do art. 3º da Lei, é permitido ao franqueador aumentar o valor do aluguel da sublocação com alguns requisitos, como a previsão na COF e desde que não haja onerosidade excessiva ao franqueado.

Além disso, o artigo 4º da Lei nº 8.955 foi alterado para incluir as consequências da não entrega da COF com omissões ou falsificações, conforme o artigo 2º, §2º da Lei nº 13.966. Nesses casos, é possível reivindicar a anulabilidade

ou nulidade do contrato, exigindo a devolução de todas as quantias pagas ao franqueador ou a terceiros indicados, a título de filiação ou royalties, devidamente corrigidas monetariamente.

Por fim, outras duas novidades estão previstas no artigo 7º, a primeira no inciso II, que traz a previsão dos contratos de franquia internacional e deverão ser redigidas originalmente em língua portuguesa ou terão tradução certificada, assim como, no contrato poderão optar pelo foro de um dos países de domicílio. A segunda alteração está no artigo 7º, §1º, que prevê a possibilidade de eleição de um juízo arbitral para resolver controvérsias relacionadas ao contrato de franquia. Essa opção tem como vantagem o sigilo atribuído aos casos submetidos à arbitragem, evitando discussões públicas e prejuízos à marca.

2. PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS E DO CÓDIGO CIVIL

O segundo capítulo começa com a definição dos princípios constitucionais da livre iniciativa e livre concorrência, depois discorre sobre a definição dos princípios contratuais da boa-fé e da liberdade contratual que constam no Código Civil. Demonstrando a utilidade dos princípios e importância como indicadores para a caracterização da ilicitude ou licitude do contrato de franquia empresarial.

2.1. DOS PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS: DA LIVRE CONCORRÊNCIA E DA LIVRE INICIATIVA

A Concorrência é uma força que impulsiona o mercado a resultados positivos, como a qualidade dos serviços e produtos e o bem-estar dos consumidores. Na Carta Magna Brasileira de 1988, a livre iniciativa e a livre concorrência estão previstas no artigo 1º, inciso IV e 170, IV e parágrafo único, como princípios da ordem econômica constitucional, concedendo ao Estado meios para formular práticas empresariais. Sendo:

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;

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:

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.¹⁸

O princípio da liberdade de concorrência busca evitar que empresas realizem ações que lhes seriam lucrativas, como a combinação de preços, estratégias de bloqueio à entrada ou ao desenvolvimento de concorrentes, mas que seriam prejudiciais à concorrência e, por fim, prejudiciais ao consumidor final. A liberdade de concorrência pode ser atribuída a dois sentidos complementares, primeiro a liberdade de concorrência implica a prerrogativa de competir, ou seja, é o direito de concorrer no mercado. Por outro lado, a liberdade de concorrência impõe um controle, para que prevaleça um mínimo ético e haja efetiva competição, reforçando a necessidade da defesa da concorrência. A garantia de um mínimo ético visa, por exemplo, evitar que aqueles que deveriam competir entre si combinem seus preços, falseando os resultados do mercado. Porém, cabe ressaltar que a livre concorrência tem como objetivo proteger a instituição da concorrência e não proteger o mercado, ou seja, proteger o concorrente. Relações verticais como a franquia ou o contrato de distribuição são muito importantes para a economia atual, mas muitas se estruturam em restrições que poderão aumentar o poder de uma determinada empresa ou grupo de empresas no mercado e ferir a liberdade de concorrência.

Para tanto, a Lei 12.529/11 foi promulgada para estruturar o sistema brasileiro de defesa da concorrência, dispondo sobre a prevenção e repressão às

¹⁸ BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Diário Oficial da União, de 05 de outubro de 1988, Brasília, Distrito Federal. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 12 set. 2024.

infrações contra a ordem econômica. Assim como, em seu artigo 36, IV, tipifica infração à ordem econômica o exercício abusivo de posição dominante:

art. 36. Constituem infração da ordem econômica, independentemente de culpa, os atos sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados:

I - limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência ou a livre iniciativa;

II - dominar mercado relevante de bens ou serviços;

III - aumentar arbitrariamente os lucros; e

IV - exercer de forma abusiva posição dominante.¹⁹

O contrato entre as entidades privadas também é regulamentado pelo antitruste como negócio jurídico de autonomia privada que estabelece regras de conduta entre seus participantes²⁰. É de todo oportuno gizar as palavras de Thaissa Garcia Gomes:

A autonomia da vontade é a expressão da liberdade das partes em dispor e regular seus interesses, que poderá ser apresentar das seguintes formas: (i) liberdade de contratar que se refere à opção de realizar um contrato e (b) liberdade contratual que está relacionada com o conteúdo do contrato, mais precisamente, no que dispõe à regulação interna do contrato, em face da negociação das cláusulas contratuais.²¹

Por outro lado, o princípio da livre iniciativa emergiu com a ideia de liberdade de iniciativa, corporificada no ideal de libertação das corporações medievais.²² Considerado um direito fundamental de primeira dimensão, descritos por Ingo Sarlet²³ como direitos do indivíduo em relação ao Estado, ou melhor, direitos que não apenas estabelecem uma área de não intervenção estatal, mas

¹⁹ BRASIL. Lei Nº 12.529, de 30 de novembro de 2011. Estrutura o Sistema brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; altera a Lei no 8.137, de 27 de dezembro de 1990, o Decreto-Lei nº 3.689, de 3 de outubro de 1941 - Código de Processo Penal, e a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985; revoga dispositivos da Lei no 8.884, de 11 de junho de 1994, e a Lei no 9.781, de 19 de janeiro de 1999; e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, de 1 de novembro de 2011. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2011-014/2011/Lei/L12529.htm>. Acesso em 12 de setembro de 2024.

²⁰ FERNANDES, Wanderley et al. Princípio da autonomia da vontade ou da autonomia privada: Fundamentos e princípios dos contratos empresariais. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. p. 28.

²¹ GOMES, Thaissa Garcia. Princípios contratuais. Revista dos Tribunais, BR, vol. 838/2005, DTR\2005\559, p. 725 – 744. Ago. 2005.

²² FORGIONI, Paula Andrea. A Evolução do Direito Comercial brasileiro: da mercancia ao mercado. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 167-168.

²³ SARLET, Ingo Wolfgang; MARINONI, Luiz Guilherme; MITIDIERO, Daniel. Curso de Direito Constitucional. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 260.

também reivindicam uma esfera de autonomia pessoal diante de seu poder. A Constituição de 1988 inovou ao estabelecer a livre iniciativa como um dos fundamentos da ordem econômica. A interpretação desse princípio reverbera pela doutrina de diferentes formas, a depender da concepção do doutrinador. Isso porque o art. 170 da Constituição não define claramente os limites da intervenção do Estado, deixando a interpretação dos princípios da livre iniciativa e da justiça social em aberto.

Fábio Ulhoa Coelho²⁴, por exemplo, analisa que a livre iniciativa tem duas vertentes, sendo uma delas o freio à intervenção do Estado na economia e a outra a coibição a determinadas práticas empresariais. Corresponde à primeira obrigação imposta ao Estado de não interferir na economia e a outra ao dever dos empresários de concorrerem de forma lícita. O autor discorre sobre os riscos e consequências do negócio.

Decorre, assim, da livre-iniciativa o reconhecimento da importância, para toda a sociedade, da proteção jurídica assegurada ao investimento privado. Não é possível (nem conveniente) poupar o empresário do risco empresarial. Se a empresa não dá certo por razões econômicas, ele deve suportar inteiramente as consequências de sua iniciativa, perdendo o investimento feito, falindo etc. Mas o empresário deve ser protegido dos riscos sem fundo econômico, isto é, os de ordem institucional. Interpretações ampliativas da Lei que geram insegurança jurídica no ambiente de negócio são exemplos de riscos não econômicos, dos quais o empresário deve ser protegido pelo direito em vigor.²⁵

Luiz Roberto Barroso²⁶, por sua vez, entende que os elementos essenciais da livre iniciativa estão contidos na própria Constituição, os quais enumera da seguinte forma: a propriedade privada, garantida pelo art. 5º, inciso XXII; a liberdade de empresa, garantida pelo art. 170, parágrafo único; a liberdade de trabalho, garantida pelo art. 5º, inciso XIII; a liberdade de contratar, garantida pelo art. 5º, inciso II; e a livre concorrência, garantida pelo art. 170, inciso IV. Todavia, conforme

²⁴ COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de Direito Comercial. 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2014. v 1.p 66-68.

²⁵ COELHO, Fábio Ulhoa. Manual de Direito Comercial. 33. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2022. p 27.

²⁶ BARROSO, Luis Roberto. "Estado e livre iniciativa na experiência constitucional brasileira." Revista Brasileira de Direito Público, a. 12, n. 45, p. 17-18, abr/jun. 2014.

suscitado por Ricardo Garcia e Cláudio Tavares²⁷, o texto constitucional em seu art. 174, delimita as funções de fiscalização, incentivo e planejamento do Estado como determinantes para o setor público e indicativos para o setor privado. Assim, o Estado deve fomentar a iniciativa privada por meio de planejamento indicativo e mecanismos de fomento. A liberdade de iniciativa econômica tem como objetivo proteger a dignidade da pessoa humana, assegurando condições materiais mínimas para o acesso ao mercado, além de impor ao Estado o dever de promover estímulos e criar mecanismos de incentivo ao empreendedorismo. O Contrato de franquia que contém cláusulas excessivas quanto a atuação do franqueado perante o mercado, limitando a liberdade do franqueado de operar seu negócio conforme sua própria iniciativa e interesses, ferem diretamente o princípio da livre iniciativa.

2.2. PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DO DIREITO CIVIL: DA BOA-FÉ E DA LIBERDADE CONTRATUAL

No início do século XX, houve transformações políticas e ideológicas na economia e na sociedade que trouxeram mudanças no cenário legislativo brasileiro. A teoria clássica contratual já não atendia os anseios da sociedade e por isso o direito contratual passou por uma reformulação acrescentando a dimensão política do Estado Liberal a dimensão econômica e social, surge o “Estado Social” que foi impulsionado pelos movimentos populares que postulam muito mais que a liberdade e a igualdade formais, no sentido de serem assegurados os direitos do homem de segunda geração, ou seja, os direitos sociais.²⁸ A figura de um Estado intervencionista se fixou, com o intuito de tutelar os direitos e interesses coletivos. A Constituição de 1988 constitui um marco nesta evolução, ao escolher a dignidade da pessoa humana como um de seus princípios fundamentais, alterando então a essência do ordenamento jurídico brasileiro. O contrato não se limita mais apenas

²⁷ GARCIA, Ricardo Lupion; TAVARES, Cláudio Kaminski. Livre Iniciativa: Considerações sobre seu sentido e alcance no Direito brasileiro. Revista Acadêmica Faculdade de Direito do Recife, 2016.

²⁸ LOBO NETO, Paulo Luiz. Contrato e Mudança Social. In: Revista Forense. Rio de Janeiro: Forense, Vol. 722. p. 42.

ao interesse das partes envolvidas, passando a ter relevância para toda a sociedade, conforme estabelecido no art. 1º, IV, da Constituição Federal de 1988 ao citar os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa como fundamentos da República Federativa do Brasil. Assim como é previsto no Código Civil, artigo 113, que a boa-fé deve ser utilizada para interpretar os negócios jurídicos.²⁹

A boa-fé objetiva, relacionada com a conduta dos negociantes, apresenta funções importantes, a primeira sendo a função de interpretação do negócio jurídico, conforme consta do art. 113 do atual Código Civil, outrora já mencionado. A segunda é a função de controle, conforme art. 187 do Código Civil. A terceira é a função de integração do contrato, conforme art. 422 do Código Civil. O princípio da boa-fé impõe honestidade, transparência e clareza das cláusulas como requisitos necessários para a configuração da boa-fé objetiva. De acordo com o entendimento de Orlando Gomes, sua relevância se destaca na etapa de execução e negociação do contrato.

"O princípio da boa-fé entende mais com a interpretação do contrato do que com a estrutura. Por ele se significa que o literal da linguagem não deve prevalecer sobre a intenção manifestada na declaração de vontade, ou dela inferível. Ademais, submetem-se, no conteúdo do contrato, proposições que decorrem da natureza das obrigações contraídas, ou se impõem por força de uso regular e da própria equidade. Fala-se na existência de condições subentendidas."³⁰

Flávio Tartuce diz que a boa-fé objetiva seria uma ferramenta auxiliar do aplicador de direito na integração dos negócios jurídicos em geral, para preenchimento das lacunas deixadas pela Lei.³¹ A boa-fé objetiva funciona como norma de conduta que requer das partes comportamentos éticos e ausência de atitudes que possam prejudicar o equilíbrio contratual. Uma vez que o contrato deverá manifestar a vontade das partes, um acordo justo e equilibrado. Tal princípio impede que uma parte aja de forma a obter vantagens indevidas. Dessa forma, se houver condutas abusivas ou oportunistas, o Poder Judiciário poderá intervir para

²⁹

³⁰ GOMES, Orlando. Contratos. 28th ed. Rio de Janeiro: Forense, 2022. E-book. p.68. ISBN 9786559645640. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559645640/>. Acesso em: 20 out. 2024.

³¹ TARTUCE, Flávio. O princípio da boa-fé objetiva no direito de família. Revista Brasileira de Direito de Família, v. 35, p. 5-32, 2006.

restaurar o equilíbrio contratual. O contrato de franquia e a COF devem ser redigidos com o objetivo de respeitar o princípio da boa-fé, que serve como guia para a interpretação contratual, evitando conflitos e contribuindo para uma relação harmoniosa entre as partes.

O art. 421 do Código Civil brasileiro estabelece que *"a liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato"*, ou seja, em razão e nos limites da função social do contrato e no parágrafo único do mesmo, define que *"Nas relações contratuais privadas, prevalecerão o princípio da intervenção mínima e a excepcionalidade da revisão contratual"*. O princípio da liberdade contratual assegura às partes o direito de celebrar contratos, exercendo sua capacidade civil, revelando-se na possibilidade negociar a definição do conteúdo e as condições deste acordo. Refletindo a ideia de autonomia privada, em que os indivíduos são livres para regular seus próprios interesses de forma consensual. Porém, a liberdade não é absoluta, sendo que o Estado intervém para coibir práticas abusivas ou conflitos que violam direitos fundamentais, principalmente quando há vulnerabilidade evidente entre as partes.

Tal princípio não tem disposição expressa em Lei, está implícito em diversas normas e princípios do ordenamento jurídico brasileiro, porém, a doutrina brasileira sempre asseverou que a força obrigatória de contrato celebrado livremente entre as partes como um dos princípios norteadores do direito civil brasileiro. Conforme defendido por Pontes de Miranda *"não há autonomia absoluta ou ilimitada da vontade; a vontade tem sempre limites, e a alusão à autonomia é alusão ao que se pode querer dentro desses limites"*³². Nesse sentido, identifica-se que a liberdade não é absoluta, existem limites à aplicação da liberdade de contratar em toda a sua extensão. Jorge Morais Carvalho exemplifica que:

Se o objeto do negócio for a celebração de outro contrato (contrato-promessa ou contrato quadro), então a liberdade de contratar e de conformar os termos deste último encontra-se bastante limitada. Este efeito é, no entanto, o resultado de um exercício prévio da autonomia privada,

³² GOMES, Orlando. Transformações gerais do Direito das Obrigações. 2ª. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1980. p. 10.

constituindo a autolimitação uma das faculdades atribuídas às partes pela liberdade contratual.³³

Destarte busca o eventual equilíbrio contratual e a vedação dos abusos e excessos negociais. Flávio Tartuce reconhece que *“não se pode dizer que a autonomia privada, a força obrigatória do contrato e a tal intervenção mínima passaram a ser princípios contratuais inafastáveis. Por óbvio que devem eles ser ponderados e mitigados frente a outros regramentos, caso das citadas função social do contrato e boa-fé objetiva”*.³⁴ As partes têm o poder de decidir os termos, condições e obrigações do contrato, buscando a autonomia entre as partes e a segurança jurídica dentro do contrato de franquia.

3. CLÁUSULAS DO CONTRATO DE FRANQUIA EMPRESARIAL E ENTENDIMENTO DA JURISPRUDÊNCIA PARANAENSE

Este capítulo tem a intenção de demonstrar que as cláusulas inseridas no contrato de franquia têm o dever de disciplinar a concorrência entre diferentes franqueados, terceiros e no que diz respeito ao interesse dos consumidores. Sendo o desvio de clientela apenas um dos casos previstos no artigo 195 da Lei 9.279/96 que caracterizam a concorrência desleal. Focando nas cláusulas de território e exclusividade de não concorrência, é possível concluir, com base na jurisprudência, que, quando aplicadas de forma razoável, elas não violam as relações concorrenciais, não prejudicam os consumidores e respeitam os princípios constitucionais e do Código Civil. Portanto, estas cláusulas serão analisadas em detalhe.

4.1. CLÁUSULA DE NÃO CONCORRÊNCIA

³³ CARVALHO, Jorge Morais. Os limites à liberdade contratual. Leya, 2016.

³⁴ TARTUCE, Flávio. A “Lei da Liberdade Econômica” (Lei n. 13.874/2019) e as principais mudanças no âmbito do direito contratual. Revista Jurídica Luso-Brasileira. Lisboa, a, v. 6, p. 1005-1020, 2020.

A cláusula de não concorrência tem um caráter protetivo e busca impedir o uso de conhecimentos estratégicos em atividades concorrentes sem a devida compensação. Ela se diferencia da prevista no artigo 1.147 do Código Civil, pois, no contrato de franquia, a não concorrência se aplica ao período após o término do contrato entre franqueado e franqueador. A cláusula de não concorrência visa impedir que o ex-franqueado use conhecimentos técnicos e segredos do negócio para concorrer ou praticar concorrência desleal no mesmo ponto comercial. Ela estabelece deveres para ambas as partes após a extinção do contrato. Portanto, a cláusula de não concorrência é um importante instrumento para a preservação da marca franqueada.

A proibição deve ser proporcional e adequada para evitar a concorrência pela clientela já conquistada pelo transmitente. A Lei nº 13.966/19, no inciso XV, determina que o franqueador deve informar ao franqueado sobre sua situação após o término do contrato de franquia. Isso inclui esclarecimentos sobre o know-how relacionado à tecnologia de produto, processos ou gestão, além de informações confidenciais e segredos de indústria, comércio, finanças e negócios que o franqueado teve acesso durante a franquia e que podem afetar atividades concorrentes. Embora o franqueado pague pelo uso de um direito de propriedade industrial ou pelo acesso a um segredo, após o término do contrato, ele pode ser proibido de concorrer com a rede de franquia que integrou. Essa ação visa a evitar o desvio de clientela. Isso porque o know-how e tecnologia são considerados patrimônios, importantes ativos empresariais. Cesar Flores confirma este entendimento ao dizer que:

Considera-se tecnologia o conhecimento ou a informação que possa trazer alguma vantagem competitiva no campo comercial ou industrial, sendo conhecimento todo saber tecnológico, científico, literário ou artístico nos domínios teórico ou prático, enquanto informação é o conjunto de esclarecimentos acerca de procedimento para utilização do conhecimento.³⁵

O autor complementa tal raciocínio:

³⁵ FLORES, Cesar. Segredo industrial e o know-how: aspectos jurídicos internacionais. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2008, p. 6.

Transferir tecnologia será o repasse desse conhecimento, que pode ocorrer de forma definitiva ou temporária, e que não significa a mudança do possuidor ou detentor da tecnologia.³⁶

Para tanto, o Estado intervém no âmbito dos contratos de transferência de tecnologias por meio do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), órgão do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. O artigo 211 da Lei nº 9.279/1996 (Lei de Propriedade Industrial)³⁷ dispõe que “o INPI fará o registro dos contratos que impliquem transferência de tecnologia, contratos de franquia e similares para produzirem efeitos em relação a terceiros”.

Conforme mencionado nos capítulos anteriores, a cláusula de não concorrência se assenta no princípio da função social dos contratos, função social da propriedade, da boa-fé objetiva e, por fim, está fundada nos princípios da razoabilidade e proporcionalidade, como meio utilizado para assegurar o exercício não abusivo de um direito atribuído contratualmente ou constitucionalmente. Para tanto, a cláusula de não concorrência deverá ser bem elaborada. Neste sentido, explica Fábio Ulhoa Coelho:

As cláusulas contratuais de disciplina da concorrência podem ou não ser válidas, de acordo com uma série de fatores, a serem especificamente analisados. Para análise, o critério mais relevante é o da preservação do livre mercado. Ou seja, as partes podem disciplinar o exercício da concorrência entre elas, desde que não a eliminem por completo. Em outros termos, a validade da disciplina contratual da concorrência depende da preservação de margem para a competição (ainda que futura) entre os contratantes; ou seja, da definição de limites temporais e espaciais. Em concreto, a vedação não pode dizer respeito a todas as atividades econômicas, nem deixar de possuir delimitações no tempo ou no espaço.³⁸

O limite temporal refere-se ao período estipulado, após a extinção do contrato, durante o qual o ex-franqueado pode, se desejar, voltar a atuar no segmento da franquia. Isso se relaciona à cláusula de não concorrência. Para garantir que não haja violação do direito concorrencial e da liberdade contratual, a cláusula deve especificar claramente o tempo em que o franqueado estará impedido

³⁶ FLORES, Cesar. Segredo industrial e o know-how: aspectos jurídicos internacionais. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2008, p. 24.

³⁷ INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Contratos de transferência de tecnologia. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/l9279.htm. Acesso em: 28 out. 2024.

³⁸ COELHO, Fabio Ulhoa. Curso de Direito Comercial. São Paulo, Saraiva, 1999. Vol 1, 2ª ed., p.237.

de atuar, os critérios para identificar a concorrência desleal e a previsão de multa em caso de descumprimento da cláusula. O Limite espacial refere-se a área geográfica na qual o franqueado tem permissão para operar ou exercer suas atividades comerciais. Um exemplo claro disso ocorreu em 24 de janeiro de 2024, quando a 6ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Estado do Paraná julgou a apelação nº 0021277-53.2020.8.16.0001. Nesse caso, os desembargadores reconheceram como prática de concorrência desleal o ato do franqueado que continuou explorando a atividade econômica logo após a rescisão do contrato. Ele utilizou um nome comercial diferente, mas manteve o mesmo ponto comercial e as linhas telefônicas das unidades franqueadas, desrespeitando a cláusula de não concorrência. Assim, mesmo após o término do contrato, o franqueado continuou atuando na área exclusiva do franqueador, sem respeitar o prazo contratual.

Como já mencionado, é ilegal uma cláusula que tenha prazo indeterminado, pois não estabelece um limite temporal para que o franqueado possa retomar suas atividades econômicas. Esse entendimento foi reforçado pela Quarta Turma do STJ, no julgamento do Recurso Especial 680.815 – PR, em 20 de março de 2014. O tribunal considerou abusiva a cláusula de "não restabelecimento" com vigência indeterminada, uma vez que a legislação brasileira, salvo exceções específicas, não permite a ausência de limites temporais em cláusulas restritivas. A decisão determinou que a limitação por tempo indeterminado fosse afastada e estabeleceu um limite de cinco anos a partir da extinção do contrato, conforme previsto no artigo 1.147 do Código Civil de 2002.

Assim, evidencia-se a importância e aceitação da cláusula de não concorrência nos contratos de franquia, desde que sejam estabelecidos limites temporais. O descumprimento desses limites caracteriza a concorrência desleal, conforme previsto no artigo 195, inciso XI, da Lei 9.279/96.

3.2. CLÁUSULA DE DELIMITAÇÃO TERRITORIAL

A cláusula de território de exploração na franquia empresarial estabelece uma restrição contratual essencial para o modelo de negócio, definindo o limite

geográfico da atuação do franqueado e garantindo-lhe a exclusividade no território descrito no contrato. Também, atribuindo-lhe um público de possíveis consumidores e garantindo que o franqueado obtenha o melhor resultado possível da franquia contratada. O limite territorial poderá ser fixado por bairro, cidade, região, estado, raio, zona, o que for concebível para o modelo de negócio escolhido. A exclusividade territorial pode ser absoluta, mas as partes podem optar pela cláusula de semi-exclusividade, na qual o franqueador, em caso de inatividade do franqueado, reserva-se o direito de permitir que outra unidade mais ativa, atue em sua zona.

Calixto Salomão Filho destaca a utilidade das restrições nessa modalidade negocial:

“A forma de coordenar os franqueado, evitando efeitos que podem comprometer a viabilidade econômica da franquia, é feita usualmente através da redução da possibilidade de concorrência entre os integrantes da rede de distribuição através da imposição de restrições verticais, tais como a fixação do preço de revenda e a divisão territorial da área de atuação dos franqueado.”³⁹

Podendo ser uma cláusula separada que delimita o raio de atuação da franquia, determinado por estudo mercadológico, ou, ser uma complementação da cláusula de não-concorrência. A Lei 13.966/19 no art. 2º, XI dispõe sobre a política de atuação territorial como conteúdo obrigatório da COF (Circular de Oferta de Franquia) sendo:

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 franqueado;

Por tanto, a depender do franqueador, deverão estar descritas as possibilidades e circunstâncias dos pontos acima, assim como, os limites impostos

³⁹ SALOMÃO FILHO, Calixto. Regulação e concorrência: estudos e pareceres. São Paulo: Malheiros, 2002

ao franqueado. A Lei de Franquias também determina em seu art. 2º, XXI, que é obrigatório a determinação na COF sobre a:

XXI - indicação das regras de limitação à concorrência entre o franqueador e os franqueados, e entre o franqueado, 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;

No processo nº 0073579-91.2022.8.16.0000⁴⁰ da 4ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Paraná, julgado em 27 de março de 2023, a decisão trata de um recurso, contra uma liminar concedida em ação anulatória de contrato de franquia movida por ex-franqueados. Entretanto, a decisão judicial apontou que o contrato de franquia firmado entre as partes não delimitava a abrangência territorial. Na realidade o contrato era carente do necessário detalhamento, o que viola o disposto no artigo 2º, inciso XXI, da Lei nº 13.966/2019.

No processo nº 0044355-11.2022.8.16.0000⁴¹, julgado em 25 de abril de 2023, a 1ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Paraná decidiu que o franqueador não cumpriu as disposições contratuais relacionadas ao limite territorial e ao direito de preferência. Argumentou-se que a franqueadora desrespeitou o contrato ao não observar o limite territorial e o direito de preferência do franqueado, conforme previsto nas cláusulas contratuais.

Com isso, demonstra a obrigatoriedade da cláusula de limitação territorial como garantia para ambas as partes, assim como, entende-se que para que a cláusula seja eficaz ela deverá ser redigida com as especificações determinadas na Lei nº 13.966/2019, art. 2º, XI.

4. CONCLUSÕES

⁴⁰ PARANÁ. Tribunal de Justiça. Apelação Cível n. 0073579-91.2022.8.16.0000. Apelante: AD CLINIC ESTETICA FRANQUIA LTDA. Apelado: RODRIGO DE CAMPOS ZANATTA, FERNANDA MURAD ZANATTA e MURAD E ZANATTA CENTRO DE ESTÉTICA LTDA, Relator: Des. Astrid Maranhão, 27. Mar.2023. Disponível em: <https://portal.tjpr.jus.br/jurisprudencia/j/4100000023303051/Ac%C3%B3o-0073579-91.2022.8.16.0000>. Acesso em: 29 set.2024.

⁴¹ PARANÁ. Tribunal de Justiça. Agravo de Instrumento n. 0044355-11.2022.8.16.0000. Agravante: sigilo. Agravado: sigilo, Relator: substituto fernando cesar zenil, 27. Mar.2023. Disponível em: <https://portal.tjpr.jus.br/jurisprudencia/j/4100000021977881/Ac%C3%B3o-0044355-11.2022.8.16.0000>. Acesso em: 28 Abril.2023.

O contrato de franquia empresarial é essencial para a organização e expansão de negócios, especialmente em mercados competitivos como o brasileiro. Regido pela Lei nº 13.966/2019, ele facilita a cooperação entre franqueadora e franqueado, protegendo os interesses de ambos. A evolução dessa legislação reflete a necessidade de adaptação do setor de franchising às novas realidades do mercado, como a maior transparência e a proteção de informações estratégicas. Princípios como a livre concorrência, a livre iniciativa e a boa-fé contratual são fundamentais para o sucesso desse modelo, promovendo desenvolvimento econômico e justiça nas relações comerciais.

A inclusão de cláusulas de não-concorrência e de limitação territorial reforça a segurança jurídica e a proteção dos direitos envolvidos, evitando disputas desleais e resguardando a integridade da marca. Desta forma, o presente estudo buscou enfatizar a natureza jurídica da modalidade contratual que é o contrato de franquia, destacando a importância do cumprimento legal da fase pré-contratual por meio da Circular de Oferta de Franquia, com enfoque nas cláusulas de não concorrência e a de delimitação territorial, que podem gerar questionamentos sobre a violação de concorrência e livre iniciativa.

Ao final do estudo, comprovou-se que a jurisprudência e a doutrina reconhecem que as cláusulas mencionadas não violam princípios de liberdade de iniciativa, quando utilizadas da forma correta. A limitação da exploração empresarial após a extinção contratual é válida, pois protege o investimento, tecnologia e know-how do franqueador, garantindo segurança jurídica entre as partes. A jurisprudência paranaense reconhece a concorrência desleal quando o ex-franqueado explora comercialmente durante o prazo da cláusula de não concorrência. O uso do mesmo ponto comercial e grade de produtos pode causar confusão para os clientes, prejudicando a imagem do franqueador, já que a escolha do franqueado é influenciada pela marca e serviços do franqueador. Por fim, o contrato de franquia não apenas facilita a expansão de negócios com menor risco, mas também permite que empreendedores ingressem no mercado de forma estruturada, respaldados por uma marca estabelecida, consolidando o *franchising* como uma estratégia de crescimento relevante no Brasil.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAGNOLI, Vicente. **Direito Econômico**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2013. p. 171.

BARROSO, Luís Roberto. **Estado e livre iniciativa na experiência constitucional brasileira**. Revista brasileira de Direito Público, a. 12, n. 45, p. 17-18, abr/jun. 2014.

BERALDO, Leonardo de Faria. **Função Social do Contrato: Contributo para a construção de uma nova teoria**. Editora Del Rey, 2011.

BRASIL. **Lei Nº 12.529**, de 30 de Novembro de 2011. Estrutura o Sistema brasileiro de Defesa da Concorrência; dispõe sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica; altera a Lei no 8.137, de 27 de dezembro de 1990, o Decreto-Lei nº 3.689, de 3 de outubro de 1941 - Código de Processo Penal, e a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985; revoga dispositivos da Lei no 8.884, de 11 de junho de 1994, e a Lei no 9.781, de 19 de janeiro de 1999; e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, de 1 de Novembro de 2011. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2011-014/2011/Lei/L12529.htm>. Acesso em 12 de setembro de 2024.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 2016. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 29 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº 13.966**, de 26 de dezembro de 2019. Dispõe sobre o sistema de franquia empresarial e revoga a Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994 (Lei de Franquia). Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2019/Lei/L13966.htm#art9. Acesso em: 29 set. 2024.

CALVERT, Eduardo. **Franquia empresarial e métodos contratuais para controle do oportunismo do franqueado: uma análise econômica**. Cadernos Jurídicos, São Paulo, ano 20, nº50, p. 9-29, Julho-Agosto/2019.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial**. 18. ed. São Paulo: Saraiva, 2014. v 1.p 66-68.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial**. São Paulo, Saraiva, 1999.Vol 1, 2ª ed., p.237.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial: Direito de Empresa**. Volume 1. 23ª ed. São Paulo: Thomson Reuters, 2019. p. 84.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial**. 33. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2022. p 27.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de Direito Comercial: Direito de Empresa**. Volume 2. 21ªed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2018. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/doutrina/curso-de-direito-comercial-direito-empresa/1499813037>. Acesso em: 23 out. de 2024

CORREA, Daniel Rocha. **Práticas restritivas verticais**. Brasília: **Revista de Informação Legislativa**. a. 46 n.181 jan./mar.2009. Disponível em: https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/46/181/ril_v46_n181_p277.pdf. Acesso em 23 out. de 2024.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil brasileiro**. 3. Teoria das Obrigações Contratuais e Extracontratuais. 27ª edição, Saraiva, 2011, p. 767.

FARIAS, Karolainy Virginio. **O contrato de franquia e os problemas funcionais do regime legal**. 2023. UFRG, Porto Alegre. Ano de defesa: 2023. Pg. 9-10.

FERNANDES, Almir Garcia. **CLÁUSULA DE BARREIRA NO CONTRATO DE FRANQUIA E SEUS REFLEXOS NA CONCORRÊNCIA**. Revista de Direito, Inovação, Propriedade Intelectual e Concorrência. Salvador. v. 4, n. 1 | p. 17 – 36 | Jan/Jun. 2018.

FERNANDES, Wanderley et al. **Princípio da autonomia da vontade ou da autonomia privada: Fundamentos e princípios dos contratos empresariais**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. p. 28.

FILHO, Adalberto Simão. **"Franchising"**. SP, 3ª ed. Atlas, 1988, pp. 33/55.

FLORES, Cesar. **Segredo industrial e o know-how: aspectos jurídicos internacionais**. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2008, p. 6.

FORGIONI, Paula Andrea. **A Evolução do Direito Comercial brasileiro: da mercancia ao mercado**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 167-168. **Franchising, Aspectos Jurídicos**. 2º Ed. São Paulo: Editora Foco, 2024.

GARCIA, Ricardo Lupion; TAVARES, Claudio Kaminski. **Livre Iniciativa: Considerações sobre seu sentido e alcance no Direito brasileiro**. Revista Acadêmica Faculdade de Direito do Recife, 2016.

GOMES, Orlando. **Contratos**. Princípios Fundamentais do Regime Contratual, p. 49-50.

GOMES, Thaissa Garcia. **Princípios contratuais**. Revista dos Tribunais, BR, vol. 838/2005, DTR\2005\559, p. 725 – 744. Ago. 2005.

HEINEN, Gabriela. **Cláusula de exclusividade territorial nos contratos de franquia: análise à luz do Direito Contratual e Concorrencial**. 2017. Disponível em:

<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/166295/001046169.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 19 set. 2023.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Contratos de transferência de tecnologia**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/I9279.htm. Acesso em: 23 out 2024.

JUNIOR, Sidnei; TARDIOLI, Fernando; PRADO, Melitha. 1. **Conceito de Franquia e Seus Elementos Distintivos** In: JUNIOR, Sidnei; TARDIOLI, Fernando; PRADO, Melitha. **Franchising**. São Paulo (SP): Editora Revista dos Tribunais. 2021. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/doutrina/franchising/1294656583>. Acesso em: 23 out. 2024.

KURSH, Harry. **The Franchise Boom: How You Can Profit From It**. Englewood cliffs. New York: Prentice-Hall, 1962.

LOBO NETO, Paulo Luiz. **Contrato e Mudança Social**. In: Revista Forense. Rio de Janeiro: Forense, Vol. 722. p. 42

LOBO, Jorge. **Contrato de Franchising**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997.

LOBO, Jorge. Contrato de *franchising*. Rio de Janeiro: Forense, 1994. p. 24. apud VENOSA, Sílvio de Salvo. op. cit. p. 522.

MAURO, P. C. **Guia do franqueador: como fazer sua empresa crescer com o fran-chising**. 3. ed. São Paulo: Nobel, 1999.

NETO, Adolfo Braga et al. **Franchising-Aspectos Jurídicos**-Vol. 1. Editora Foco, 2024.

REDECKER, Ana Cláudia. **Franchising**. Editora Appris, 2020.

RICHTER, Marina Nascimbem B. **A Relação de Franquia no Mundo Empresarial e as Tendências da Jurisprudência Brasileira: Grupo Almedina (Portugal)**, 2021. *E-book*. ISBN 9786556271712. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556271712/>. Acesso em: 15 nov. 2023.

ROPPO, Enzo. **O contrato**. Coimbra: Livraria Almedina, 1998, p.133.

SALDANHA, Louise Sampaio. **A cláusula de não concorrência em contratos de franquia empresarial: licitude e limites**. 2016.

SALOMÃO FILHO, Calixto. **Regulação e concorrência: estudos e pareceres**. São Paulo: Malheiros, 2002.

SANTOS, Alexandre D. **Comentários à Nova Lei de Franquia: Lei n. 13.966/2019: Grupo Almedina (Portugal)**, 2023. *E-book*. ISBN 9786556278360. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556278360/>. Acesso em: 15 nov. 2023.

SARLET, Ingo Wolfgang; MARINONI, Luiz Guilherme; MITIDIERO, Daniel. **Curso de Direito Constitucional**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012. p. 260.

SCHMITT, Cristiano Heineck. **Contrato de Franquia Empresarial (Franchising)**. Revista da Faculdade de Direito da UFRGS, v.17, 1999.

STUART, Luiza Checchia. **Liberdade contratual e o princípio da boa-fé**. Revista Paradigma, n. 23, 2014.

TAKAHASHI, A. R. W.. **Franchising - um Sistema Empreendedor de Negócios: o caso da Apolar Imóveis**. In: XXVII ENANPAD - Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2003, Atibaia - SP. Resumos dos Trabalhos do 27o. Enanpad 2002, 2003.

TARTUCE, Flávio. **A “Lei da Liberdade Econômica” (Lei n. 13.874/2019) e as principais mudanças no âmbito do direito contratual**. Revista Jurídica Luso-Brasileira. Lisboa, a, v. 6, p. 1005-1020, 2020.

TARTUCE, Flávio. Direito Civil: **Lei de Introdução e Parte Geral. v.1.**: Grupo GEN, 2023. E-book. ISBN 9786559646951. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559646951/>. Acesso em: 29 nov. 2023.

TARTUCE, Flávio. **O princípio da boa-fé objetiva no direito de família**. Revista Brasileira de Direito de Família, v. 35, p. 5-32, 2006.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito Civil Contratos**. 23° ed. São Paulo: Atlas, 2023.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Franquia e alguns apontamentos sobre a nova Lei**. Genjurídico. São Paulo, 2020. Disponível em: <http://genjuridico.com.br/2020/01/09/franquia-apontamentosnova-Lei/>. Acesso em: 29 set. 2024.