

PROJETO DE LEI N^º , DE 2008
(Do Sr. Carlos Bezerra)

Altera a Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994, que “Dispõe sobre o contrato de franquia empresarial (*franchising*) e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 3º, inciso IV, da Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 3º

IV – exposição pormenorizada contendo:

- a) *Um relatório detalhando todos os aspectos técnicos e operacionais da franquia;*
- b) *uma descrição geral do negócio e das atividades que serão desempenhadas pelo franqueado;*
- c) *informações técnicas e detalhadas a respeito da gestão de recursos do fundo de publicidade e propaganda que serão utilizados nas ações de marketing envolvendo a divulgação do negócio;*

..... “

Art. 2º Esta lei entra em vigor no prazo de 60 (sessenta) dias de sua publicação oficial.

JUSTIFICAÇÃO

Segundo matéria publicada, em maio de 2006, no jornal *Gazeta Mercantil*, a gestão de recursos do fundo de publicidade e propaganda e as definições de ações de marketing são as principais insatisfações de franqueados em relação a seus franqueadores.

A matéria enfatizou um estudo realizado pelo Programa de Administração de Varejo (Provar), da Fundação Instituto de Administração (FIA), sobre o relacionamento Franqueador-Franqueado no Brasil. Nesse estudo os itens gestão de recursos do fundo de publicidade e propaganda e as definições de ações de marketing mereceram uma das menores notas de franqueados, cuja média se situou na faixa de 6,50, quando a escala iria até 10. Esse estudo derivou de uma pesquisa realizada com 41 empresas franqueadoras e 270 franqueados, indicando ainda que o apoio do franqueador à implementação de ações promocionais recebeu nota média de 7,32 por parte dos franqueados.

Assim, a pesquisa evidenciou que o franqueado quer apoio para a atuação local da divulgação da marca e captação de novos consumidores. Nesse cenário, o fundo de publicidade e propaganda é adotado por 73% dos franqueadores da pesquisa e está mais presente nas redes maiores e mais consolidadas. O dado preocupante, segundo a coordenação da pesquisa, é que apenas metade dos franqueadores toma as decisões sobre o fundo de publicidade junto com os franqueados. Outros 20% tomam a decisão final, mas consultam os franqueados; enquanto 3% sequer consulta o franqueado sobre o fundo.

Diante desses números, julgamos oportuno apresentar uma alteração no inciso IV do art. 3º da Lei das Franquias (Lei nº 8.955/94), com o objetivo de deixar transparente para o franqueado, antes mesmo da assinatura do contrato de franquia, todas as informações detalhadas a respeito da gestão de recursos do fundo de publicidade e propaganda que serão utilizados nas ações de marketing envolvendo a divulgação do negócio.

Desse modo, tais informações relacionadas com a gestão de recursos do fundo de publicidade e propaganda deverão constar na Circular de Oferta da Franquia, permitindo ao franqueado total transparência a respeito

das condições que deverão nortear as ações do franqueador no tocante à estratégia de marketing do negócio.

Acreditamos que tal modificação na lei permitirá um avanço importante nas relações contratuais entre franqueador e franqueado, de modo que, doravante, haja maior envolvimento e melhor discussão entre as partes contratantes.

Sala das Sessões, em _____ de _____ de 2008.

Deputado **CARLOS BEZERRA**