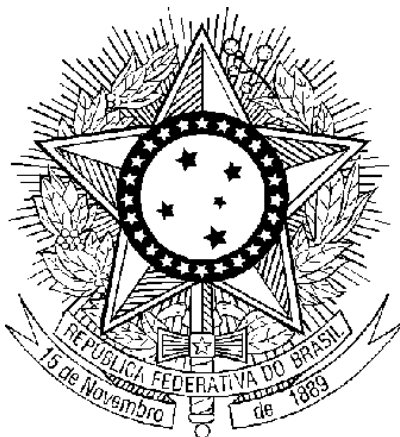


AVULSO NÃO  
PUBLICADO –  
REJEIÇÃO NA  
COMISSÃO DE  
MÉRITO



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

## **PROJETO DE LEI N.º 3.094-A, 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; tendo parecer da Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, pela rejeição (relator: DEP. GUILHERME CAMPOS).

### **DESPACHO:**

ÀS COMISSÕES DE:

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO E  
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 RICD)

### **APRECIÇÃO:**

Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

## **SUMÁRIO**

I - Projeto inicial

II – Na Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio

- parecer vencedor
- parecer da Comissão
- voto em separado

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 26 de março de 2008.

Deputado **CARLOS BEZERRA**

|                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA<br/>COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------|

**LEI Nº 8.955, DE 15 DE DEZEMBRO DE 1994**

Dispõe sobre o contrato de franquia empresarial (FRANCHISING) e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

Art. 1º Os contratos de franquia empresarial são disciplinados por esta Lei.

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 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.

Art. 3º Sempre que o franqueador tiver interesse na implantação de sistema de franquia empresarial, deverá fornecer ao interessado em tornar-se franqueado uma Circular de Oferta de Franquia, por escrito e em linguagem clara e acessível, contendo obrigatoriamente as seguintes informações:

I - histórico resumido, forma societária e nome completo ou razão social do franqueador e de todas as empresas a que esteja diretamente ligado, bem como os respectivos nomes de fantasia e endereços;

II - balanços e demonstrações financeiras da empresa franqueadora relativos aos dois últimos exercícios;

III - indicação precisa de todas as pendências judiciais em que estejam envolvidos o franqueador, as empresas controladoras e titulares de marcas, patentes e direitos autorais relativos à operação, e seus subfranqueadores, questionando especificamente o sistema da franquia ou que possam diretamente vir a impossibilitar o funcionamento da franquia;

IV - descrição detalhada da franquia, descrição geral do negócio e das atividades que serão desempenhadas pelo franqueado;

V - perfil do "franqueado ideal" no que se refere a experiência anterior, nível de escolaridade e outras características que deve ter, obrigatória ou preferencialmente;

VI - requisitos quanto ao envolvimento direto do franqueado na operação e na administração do negócio;

VII - especificações quanto ao:

a) total estimado do investimento inicial necessário à aquisição, implantação e entrada em operação da franquia;

b) valor da taxa inicial de filiação ou taxa de franquia e de caução; e

c) valor estimado das instalações, equipamentos e do estoque inicial e suas condições de pagamento;

VIII - informações claras quanto a taxas periódicas e outros valores a serem pagos pelo franqueado ao franqueador ou a terceiros por este indicados, detalhando as respectivas bases de cálculo e o que as mesmas remuneram ou o fim a que se destinam, indicando, especificamente, o seguinte:

- a) remuneração periódica pelo uso do sistema, da marca ou em troca dos serviços efetivamente prestados pelo franqueador ao franqueado ("royalties");
- b) aluguel de equipamentos ou ponto comercial;
- c) taxa de publicidade ou semelhante;
- d) seguro mínimo; e
- e) outros valores devidos ao franqueador ou a terceiros que a ele sejam ligados;

IX - relação completa de todos os franqueados, subfranqueados e subfranqueadores da rede, bem como dos que se desligaram nos últimos doze meses, com nome, endereço e telefone;

X - em relação ao território, deve ser especificado o seguinte:

- a) se é garantida ao franqueado exclusividade ou preferência sobre determinado território de atuação e, caso positivo, em que condições o faz; e
- b) possibilidade de o franqueado realizar vendas ou prestar serviços fora de seu território ou realizar exportações;

XI - informações claras e detalhadas quanto à obrigação do franqueado de adquirir quaisquer bens, serviços ou insumos necessários à implantação, operação ou administração de sua franquia, apenas de fornecedores indicados e aprovados pelo franqueador, oferecendo ao franqueado relação completa desses fornecedores.

XII - indicação do que é efetivamente oferecido ao franqueado pelo franqueador, no que se refere a:

- a) supervisão de rede;
- b) serviços de orientação e outros prestados ao franqueado;
- c) treinamento do franqueado, especificando duração, conteúdo e custos;
- d) treinamento dos funcionários do franqueado;
- e) manuais de franquia;
- f) auxílio na análise e escolha do ponto onde será instalada a franquia; e
- g) "layout" e padrões arquitetônicos nas instalações do franqueado;

XIII - situação perante o Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI das marcas ou patentes cujo uso estará sendo autorizado pelo franqueador;

XIV - situação do franqueado, após a expiração do contrato de franquia, em relação a:

- a) "know how" ou segredo de indústria a que venha a ter acesso em função da franquia; e
- b) implantação de atividade concorrente da atividade do franqueador;

XV - modelo do contrato-padrão e, se for o caso, também do pré-contrato-padrão de franquia adotado pelo franqueador, com texto completo, inclusive dos respectivos anexos e prazo de validade.

Art. 4º A Circular Oferta de Franquia deverá ser entregue ao candidato a franqueado no mínimo 10 (dez) dias antes da assinatura do contrato ou pré-contrato de franquia ou ainda do pagamento de qualquer tipo de taxa pelo franqueado ao franqueador ou a empresa ou pessoa ligada a este.

Parágrafo único. Na hipótese do não cumprimento do disposto no *caput* deste artigo, o franqueado poderá argüir a anulabilidade do contrato e exigir 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.

.....

.....

## COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO

### PARECER VENCEDOR

#### I - RELATÓRIO

O projeto em epígrafe, da lavra do nobre Deputado Carlos Bezerra, altera o art. 3º da Lei das Franquias, de forma a incluir, na Circular de Oferta de Franquia, informações acerca da gestão do fundo de publicidade e propaganda utilizado nas ações de *marketing* do negócio.

Em sua justificação, o nobre autor afirma que, segundo pesquisa divulgada em maio de 2006 pelo jornal Gazeta Mercantil, “apenas metade dos franqueadores toma as decisões sobre o fundo de publicidade junto com os franqueados”.

Em consonância com o inciso II do artigo 24 do Regimento Interno desta Casa, a proposição foi distribuída, para apreciação conclusiva, a esta Comissão, que ora a analisa. Caberá à Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania emitir parecer quanto à constitucionalidade e juridicidade da matéria.

Neste egrégio Colegiado, o ilustre Deputado Miguel Corrêa apresentou, no dia 4 de março do corrente ano, seu parecer pela aprovação do projeto de lei em apreço. Em 1º de abril passado, pedimos vistas ao projeto e, na reunião do dia 8 do mesmo mês, esta douta Comissão rejeitou o parecer do eminente relator.

Coube-nos, nos termos do art. 57, inciso XII, do Regimento Interno, redigir o Parecer Vencedor.

É o relatório.

## II - VOTO DO RELATOR

O projeto em tela propõe a alteração do inciso ao art. 3º da Lei das Franquias, de forma a tornar obrigatória, antes da assinatura do contrato de franquia, “exposição pormenorizada”, por parte do franqueador, de aspectos técnicos e operacionais da franquia, descrição geral do negócio e das atividades que serão desempenhadas pelo franqueado e informações técnicas e detalhadas a respeito da gestão dos recursos do fundo de publicidade e propaganda para a implementação de ações de *marketing* relacionadas ao negócio.

Verifica-se que, à exceção das informações sobre a gestão do fundo de publicidade e propaganda, as demais obrigações já estão disciplinadas na Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994. Com efeito, tal norma contém uma relação detalhada das informações a serem prestadas pelo franqueador ao franqueado, de forma a reduzir a assimetria de informações entre as partes, assegurando a transparência do negócio e, portanto, maior eficiência na alocação de recursos.

Em relação às ações de *marketing* para a promoção do empreendimento, a referida Lei apenas faz menção, em seu inciso VIII, a obrigações do franqueador em prestar informações claras quanto à taxa de publicidade ou semelhante.

Assim, a iniciativa em exame tem a louvável intenção de assegurar condições, disponíveis antes da assinatura do contrato, ao interessado em determinada franquia para a tomada de decisão circunstanciada, no que diz respeito às estratégias de *marketing* do negócio, as quais terão reflexos sobre a viabilidade e o êxito do empreendimento.

Entretanto, julgamos que o texto do projeto em comento - referente à alínea c do inciso IV do artigo da Lei das Franquias que se pretende alterar – é demasiadamente genérico. “Informações técnicas e detalhadas a respeito da gestão de recursos do fundo de publicidade e propaganda” não necessariamente aportarão o conhecimento necessário para a ampliação da transparência do negócio. Pelo contrário, a regulamentação, da forma como se encontra, poderá gerar dúvidas e incertezas, legitimando uma prática que poderá ser ainda mais prejudicial ao funcionamento da empresa franqueada.

Ante o exposto, **votamos pela rejeição do Projeto de Lei nº 3.094, de 2008.**

Sala da Comissão, em 08 de abril de 2009.

Deputado GUILHERME CAMPOS  
Relator

### **III - PARECER DA COMISSÃO**

A Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio, em reunião ordinária realizada hoje, rejeitou o Projeto de Lei nº 3.094/2008, nos termos do Parecer Vencedor do Relator, Deputado Guilherme Campos. O parecer do Deputado Miguel Corrêa passou a constituir Voto em Separado.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Edmilson Valentim - Presidente, Dr. Ubiali - Vice-Presidente, Edson Ezequiel, Givaldo Carimbão, João Leão, José Guimarães, Jurandil Juarez, Marcelo Serafim, Miguel Corrêa, Osório Adriano, Aelton Freitas, Antonio Andrade, Carlos Eduardo Cadoca, Guilherme Campos e Vanderlei Macris.

Sala da Comissão, em 8 de abril de 2009.

Deputado EDMILSON VALENTIM  
Presidente

### **VOTO EM SEPARADO**

#### **I - RELATÓRIO**

O Projeto em epígrafe, de autoria do ilustre Deputado Carlos Bezerra, altera o art. 3º da Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994, com vistas a informar o franqueado, antes da assinatura do contrato de franquia, sobre a gestão do fundo de publicidade e propaganda, utilizado nas ações de *marketing* do negócio.

Em sua justificação, o nobre autor afirma que, segundo pesquisa divulgada em maio de 2006 pelo jornal Gazeta Mercantil, apenas metade dos franqueadores toma as decisões sobre o fundo de publicidade junto com os franqueados, gerando insatisfação por parte destes.



A proposição está sujeita à apreciação, para exame de mérito, por esta Comissão, que ora a analisa. Caberá à Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania emitir parecer quanto à constitucionalidade e juridicidade da matéria.

No prazo regimental, não foram apresentadas emendas ao PL nº 3.094, de 2008.

É o relatório.

## **II - VOTO**

Diversos dispositivos do Código de Defesa do Consumidor (CDC) asseguram ao consumidor o direito ao acesso a informações claras, corretas e precisas sobre produtos e serviços. Somente assim o cidadão terá plena ciência das obrigações por ele assumidas frente ao fornecedor, a fim de que possa tomar uma decisão de consumo consciente.

A esse respeito, destacamos o artigo 4º do CDC, que lista, entre outros objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo, o de garantir a transparência e harmonia das relações de consumo. Assim, na celebração de contratos entre consumidores (no caso em exame, franqueados) e fornecedores (franqueadores), o princípio básico norteador deve ser o da transparência. Nada mais natural, portanto, que esse princípio seja plenamente assegurado nos casos de que trata o projeto em tela.

Com esse intuito, a proposição sob análise obriga as empresas franqueadoras a fornecer ao consumidor informações, previamente à assinatura do contrato de franquia, acerca da gestão dos recursos dos fundos de publicidade e propaganda. Ressaltamos que a obrigatoriedade de prestar Informações claras quanto às taxas de publicidade, detalhando as respectivas bases de cálculo e o que as mesmas remuneram ou o fim a que se destinam, já estão previstas na Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994.

Resta, portanto, divulgar informações sobre a gestão desses recursos, a fim de que o franqueado possa julgar a adequação de tal gestão ainda na fase de negociação, previamente à assinatura do contrato. Dessa forma, o cidadão interessado na franquia poderá dispor de informações

indispensáveis para a tomada de decisão, as quais deverão constar da “circular de oferta de franquia”.

A nosso ver, medidas como a ora proposta, que visem a diminuir a assimetria de informações no mercado consumidor, devem ser louvadas. Dessa forma, garantem-se relações contratuais mais satisfatórias e eficientes - e possivelmente mais duradouras -, sem custos adicionais ao franqueador e com impacto positivo sobre o bem-estar do consumidor final dos produtos franqueados.

Ante o exposto, **votamos pela aprovação do Projeto de Lei nº 3.094, de 2008.**

Sala da Comissão, em 4 de março de 2008.

**Deputado Miguel Corrêa**

|                         |
|-------------------------|
| <b>FIM DO DOCUMENTO</b> |
|-------------------------|