

Revista do **FRANQUEADO**

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

ANO 2 | NÚMERO 02

ASBRA F
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANQUEADOS

FRANQUIA FURADA

Veja os cuidados necessários para não ficar no prejuízo

CONTRATOS DE FRANQUIA EMPRESARIAL

Leis nº 13.874/2019 e 13.966/2019 trouxeram novas regras de interpretação dos negócios jurídicos

COVID-19

Quão prejudicado foi o sistema de franchising brasileiro?

FOTO: CLEIA VIANA | CÂMARA DOS DEPUTADOS

A NOVA ERA DAS FRANQUIAS BRASILEIRAS

Diante de um cenário econômico instável por conta da pandemia, o setor de franchising conta com dois aliados: o Novo Marco Regulatório das Franquias e a Frente Parlamentar de Apoios as Empresas Franqueada, presidida pelo deputado Gonzaga Patriota



FRANQUEADOS UNIDOS, FRANCHISING FORTALECIDO

Associe-se: www.asbraf.com

QUEM SOMOS



A Asbrafr (Associação Brasileira de Franqueados) é uma entidade civil, em forma de associação, sem fins econômicos, político-partidário ou religioso, de âmbito nacional.

A Asbrafr tem como sócios fundadores empreendedores, empresários e profissionais de mercado, que na condição jurídica de representantes, distribuidores e franqueados tiveram, desde o ano de 1980, participação ativa nos marcos históricos da implantação do modelo de franquia empresarial (franchising) no País e na regulamentação da Lei nº 8.955/94 que vigorou até 26 de março, e da Lei nº 13.966/2019 que, a partir de 27 de março de 2020, dispõe sobre contrato de franquia empresarial (franchising).

O Direcionamento Estratégico da Asbrafr para o Quadriênio 2017 – 2020 considera, em suas ações programáticas, a relevância dos indicadores quantitativos e qualitativos do sistema de franchising brasileiro que registrou, no ano de 2019, um faturamento recorde de R\$ 186,7 bilhões obtido por 2.918 franqueadores por meio de 160,9 mil unidades franqueadas em operação no País. Essas relações de negócios formatados no modelo de franquia empresarial geraram, em 2018, segundo a ABF (Associação Brasileira de Franchising), o expressivo número de 1.358 milhões de empregos.

A Asbrafr pretende, no fortalecimento da competitividade dos seus associados e no desenvolvimento sustentável do sistema de franquia empresarial brasileiro, formalizar parcerias estratégicas com órgãos e instituições que operam com acesso ao crédito, ao mercado, a apoio, a orientação, à inovação e à tecnologia.

CONHEÇA NOSSAS METAS E DIRETRIZES

Contribuir para o fortalecimento e para o desenvolvimento sustentável do sistema de franquia empresarial brasileiro, defendendo junto às autoridades governamentais, órgãos públicos, entidades e associações de classe e formadores de opinião, os interesses, ideais e objetivos econômico-sociais de empresas e empreendimentos que realizam suas atividades de comércio, serviço, indústria e agronegócio, na condição de franqueados em conformidade com os princípios e a regulamentação do novo marco regulatório do franchising brasileiro, Lei nº 13.966/2019.

REMÉDIO OU VENENO? DEPENDE DA DOSE

Existe apenas um segredo para sobreviver: não morrer. O confinamento social que nos impuseram nos últimos meses, por decisões equivocadas, irresponsáveis e inconsequentes de governadores e prefeitos – e até de algumas autoridades do primeiro escalão do Executivo Federal – nos tem ensinado algumas lições. O preço é caro, caríssimo, não tenha dúvidas. Mas precisamos tirar alguma experiência da excepcionalidade barbaresca atual, a fim de nortear nossa conduta, nossas decisões e nossas atitudes no futuro que se avizinha.

Aqueles de nós (CPF e CNPJ) que sobrevivermos à crise que se instalou no Brasil e em quase todas as nações do mundo, teremos de sair dela mais fortes, robustecidos e imunizados aos sopros contrários de outros ventos que certamente ainda haverão de assoprar. Lamentavelmente, o preço está sendo caro. E a história cobrará o seu tributo.

Países que adotaram, no início da epidemia, o uso obrigatório da máscara respiratória facial, dispensando o isolamento social, tiveram números muito mais favoráveis que o Brasil. O Japão, por exemplo, que tem 130 milhões de habitantes e uma densidade demográfica 15 vezes maior que o Brasil (tem 338 habitantes por quilômetro quadrado contra 23 no Brasil), não fez isolamento social e teve, até o dia 15 de maio, 729 mortes. Hong Kong, com 7,5 milhões de habitan-

tes e uma densidade de 6.544 habitantes por quilômetro quadrado (284 vezes maior que o Brasil), teve quatro mortes. O Vietnã, com 95 milhões de habitantes e densidade populacional de 266 habitantes por quilômetro quadrado (11,5 vezes o Brasil), não teve nenhum morto por Covid-19 até 15 de maio de 2020. Taiwan, com 23 milhões de habitantes e densidade demográfica de 636 hab./Km² (27,6 vezes o Brasil) teve sete mortes por Covid-19 até 15 de maio de 2020.

O que têm esses países em comum, além da alta densidade demográfica e do baixo número de mortes por corona? Todos eles adotaram o uso obrigatório da máscara respiratória facial e o isolamento vertical seletivo, ou seja, isolaram apenas os grupos de risco e os infectados, deixando a economia fluir e o povo trabalhar normalmente, observados, com todo o rigor, os protocolos sanitários.

As medidas restritivas impostas pelo isolamento social irão matar muito mais do que a Covid-19. A cada semana de paralisação, R\$ 20 bilhões em riquezas (alimentos, medicamentos, bens e serviços) deixam de ser produzidos no Brasil. Estimam, os otimistas, uma queda de 4,8% no nosso PIB. Os pessimistas a projetam para -8,5%. Isso indica que entre 15 e 20 milhões de postos de trabalho serão fechados ainda este ano. O comércio no Brasil acumulou perdas de R\$ 124,7 bilhões nas primeiras sete semanas de isolamento.

O contraditório é que, em plena pandemia, quando o setor médico hospitalar deveria estar faturando mais, os hospitais privados tiveram uma perda de R\$ 2,7 bilhões. A maioria dos hospitais privados está com menos de 30% de sua taxa de ocupação. E o mais incrível: sobram vagas na rede pública, que, na maioria dos estados, está com apenas 82% de seus leitos ocupados. Pela primeira vez, nas três décadas do SUS, sobram leitos na rede pública. E o que isso significa? doentes crônicos e ocasionais estão deixando de se tratar. Um pré-cardiopata deixa de fazer os exames e se submeter a um cateterismo salvador, com medo da Covid-19, e morrerá de infarto daqui alguns meses. Da mesma forma um doente oncológico, à míngua de um diagnóstico precoce e um princípio de tratamento, irá “metastasar” em casa; e gestantes que não estão fazendo o pré-natal terão complicações obstétricas, podendo morrer ou matar/sequelar o bebê. O número de suicídios – cerca de 11.000/ano no Brasil, certamente irá aumentar de forma assustadora, pelo desemprego, endividamento, bancarrotas e a depressão, doença silenciosa que, além de baixar a imunidade (para o próprio coronavírus), fomentará os suicídios.

A Asbraf defende que se retome imediatamente a atividade econômica no

País. Não é o caso de se afirmar que a economia seja mais importante que a saúde, mas sim de reconhecer que não há saúde sem economia. Se o SUS tivesse recursos suficientes, não morreriam pacientes nos corredores dos hospitais ou anos aguardando o agendamento de uma cirurgia de emergência.

O correto é que adote-se um isolamento vertical seletivo, mantendo em casa os pertencentes aos grupos de risco e os já infectados. Os demais devem ser liberados para trabalhar e produzir riquezas para o Brasil, com as cautelas sanitárias indispensáveis.

Raul Canal

Presidente da Asbraf

Associação Brasileira de Franqueados





16

PRECEDENTES

Uma breve história de um direito, um tanto quanto comercial



38

EMPREENDEADORISMO

Você já ouviu falar da PNADEMPE?



24

ENTREVISTA DE CAPA - GONZAGA PATRIOTA

Na defesa dos interesses socioeconômicos dos empreendimentos franquizados



62

PROTEÇÃO DE DADOS

Franquias, franquizados e a segurança da informação



78

LEGISLAÇÃO

Franchising e cláusula arbitral

- 10 TENDÊNCIA**
Qual será a próxima onda? As ondas do franchising no Brasil ao longo do tempo
- 22 INFORME PUBLICITÁRIO**
BB contribui para o desempenho do sistema de franchising
- 32 FINANÇAS**
Empresas Simples de Crédito e inovações financeiras: novas alternativas de crédito para os pequenos negócios
- 42 DIREITO**
O novo marco regulatório do sistema de franchising brasileiro
- 48 CRISE**
Cinco dicas de gestão para os pequenos negócios enfrentarem a crise do coronavírus
- 50 DILIGÊNCIA**
Os cuidados para você não entrar numa franquia furada
- 57 ESTÍMULO**
"Vamos vencer": programa do Governo Federal orienta empresários em tempos de pandemia
- 58 EVOLUÇÃO**
Franqueados multiunidades: o que realmente significa para o sistema de franchising brasileiro?
- 66 ORGANIZAÇÃO ESTRUTURAL**
União para o desenvolvimento
- 68 DEPOIMENTO**
Como um franqueador pode adotar medidas para enfrentar a pandemia?
- 70 INFORME PUBLICITÁRIO**
Cartão BNDES amplia número de franqueados beneficiados
- 72 ENTREVISTA - LUIS MIRANDA**
Reforma tributária: uma saída para a crise econômica
- 84 INFORME PUBLICITÁRIO**
Pensou em uma conta? Já ouviu falar da conta de pagamentos?
- 86 ENTREVISTA - ESPERIDIÃO AMIN**
Dinheiro mais barato
- 90 MODALIDADES**
Franquia na administração pública direta e indireta: franquia público-social
- 94 NOVOS CAMINHOS**
Inovar: uma boa saída para pequenos negócios diante da crise
- 96 REGULAMENTAÇÃO**
Os contratos de franquia empresarial após as leis nº 13.874/2019 e nº 13.966/2019
- 100 INSTABILIDADE**
Os impactos da pandemia da Covid-19 no sistema franchising brasileiro

EXPEDIENTE

ASBRAAF (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANQUEADOS)

Diretor-Presidente
RAUL CANAL

Diretor Vice-Presidente
JAMILSON MARIA DE MACEDO SOARES
Diretora Administrativa-Financeira
IONE MEDEIROS

Diretor Jurídico
LIANDER MICHELON
Diretora de Mercado
HORTÊNSIA MARIA ALVES DE LUCENA

Diretor Relações Institucionais
DOUGLAS ROBSON BEZERRA NUNES
Diretor de Estudos e Pesquisas
JOSÉ ANTONIO GONÇALVES LIRA
Diretor de Gestão e Controle Organizacional
JOSÉ ANTONIO RAMALHO

REVISTA DO FRANQUEADO

Editor-chefe
ANDREW SIMEK (DRT 10484/DF)

Revisão
ANDREW SIMEK
ANGELICA ALVES
CLAUDIA SOUZA
ISABELLA QUEIROZ

Diagramação
ANGELO GABRIEL
Impressão
GRÁFICA POSITIVA
Tiragem
10 MIL EXEMPLARES



Endereço: **SHS Q. 02, Bl J, Bonaparte Hotel, Mezanino, Brasília - DF - CEP: 70322-901**
Telefone: **(61) 3213-2121**
E-mail: **contato@asbraf.com**

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução total ou parcial de textos, fotos e artes sem autorização prévia é proibida. A **Revista do Franqueado** não se responsabiliza por textos opinativos assinados. "As opiniões expressas nos artigos assinados são de responsabilidade de seus autores".

A Ticket está junto com você todos os dias. E quer ficar muito mais. A Ticket e você estão juntos a cada vez que você passa o nosso cartão na sua maquininha. Estamos juntos quando você acessa nossos **canais digitais**, entra no **Portal** ou usa o **app** para o que for preciso. E também estamos juntos quando você liga para uma central que existe exclusivamente para **atender às suas dúvidas** e às suas necessidades. Estamos juntos quando pensamos em novas formas de **impulsionar o seu negócio** e fazemos promoções que ajudam você a vender mais. Estamos juntos para **facilitar seu dia a dia** e oferecer **soluções para o que você quer e precisa**, desde a limpeza da caixa d'água até a melhora do fluxo de caixa. Estamos juntos para somar esforços, ideias e recursos que tragam os **melhores resultados para o seu negócio.**

Ticket Junto reúne serviços e soluções que tornam nosso relacionamento mais próximo, facilitam o seu dia a dia e impulsionam suas vendas.

Relacionamento

Toda a conveniência de nossos canais para você

Vendas

Ações que geram negócios para você

Facilidades

Soluções para o que você mais precisa



Ticket®
Junto

Nosso negócio é apoiar o seu



Baixe o App e pronto!



ticket.com.br/portal-estabelecimento



App Ticket® Estabelecimento



4004-2233*

*Telefone válido para capitais e regiões metropolitanas. Para as demais localidades use o código da sua operadora + DDD do seu estado.

QUAL SERÁ A PRÓXIMA ONDA?

AS ONDAS DO FRANCHISING NO BRASIL AO LONGO DO TEMPO

Inciei minha vida profissional na mesma época em que o sistema de franquia no Brasil estava dando os primeiros passos. Durante 36 anos vivenciei todos os momentos da sua evolução até os dias de hoje. Eu, junto a minha família, atuei como franqueado passando por várias etapas do desenvolvimento do franchising e é com esse olhar que vou me atrever a escrever sobre este fantástico sistema, segmentando em ondas temporais ao longo de sua história, ou seja, o entendimento desde o surgimento do franchising até os dias atuais, porém, do ponto de vista, na visão como franqueado.

1ª ONDA: APRENDIZADO (1960 a 1975, 15 anos)

O surgimento do sistema de franchising teve suas primeiras iniciativas no final da década de 10. Nos Estados Unidos da América, mercearias e mercados adotaram o formato de negócio das vizinhanças, mais especificamente as que se chamavam *grocery stores*, que depois evoluíram para supermercados como os conhecemos hoje.

Em 1921, surgiu a locadora Hertz, primeira franquia de serviços puros, que não envolvem a posse física de um produto e só podem ser experimentados. No Brasil, os passos

iniciais do sistema se deram na década de 60 por meio da transferência de *know how* pelas escolas de idiomas CCAA e Yáziqi, baseados no conteúdo do seu material didático. Na década de 70, marcas como Ellus, Água de Cheiro, Mr. Pizza, entre outras, utilizaram o sistema como estratégia de expansão. A rede de *fast food* americana McDonald's embarcou no nosso País, em função de seu projeto de internacionalização. E, assim, no Brasil, se passaram 15 anos, a 1ª ONDA, de um período que chamaria de APRENDIZADO, em que foi construída a base sólida para dar sequência aos próximos anos que viriam.

Nasci em 1964, então posso afirmar que estive ao lado desse processo inicial do surgimento do sistema no Brasil. Cresci em um ambiente, e em uma família, que respirava negócios, os assuntos se voltavam sempre para as empresas. Meu avô, Jeová Nunes de Matos, foi presidente de uma indústria de máquinas e implementos agrícolas, fundada em 1965, e meu pai, Mauro Nunes Pereira, junto aos outros, se engajou no projeto RITA (Rural Industrial Thechnical Assistance), por meio de convênio entre universidades brasileiras e americanas. Posteriormente criaram o

CEDI (Centro de Desenvolvimento Industrial), na sequência o NAI (Núcleo de Assistência Industrial), os quais foram inspiradores e embriões da instituição que hoje se chama Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). Com o passar do tempo, fui absorvendo e me estimulando com o mundo empresarial e, no início da década de 80, minha mãe montou sua primeira loja no sistema de franquia, na qual participei ativamente de todos os preparativos.

2ª ONDA: CONSOLIDAÇÃO (1976 a 1993, 17 anos)

No final da década de 70 e no início dos anos 80, o sistema de franquia foi adotado por diversas marcas no Brasil para expandir seus negócios. Vimos surgir, em várias cidades do País, marcas antes apenas acessíveis aos clientes de um determinado local. Com a edição do plano cruzado, no ano de 1986, o foco deixou de ser no sistema produtivo. Por isso, era mais viável abrir um negócio do que deixar o dinheiro “parado” no banco, época em que ocorre então o *boom* com a criação de unidades de negócio em ritmo acelerado. Em 1987, surge uma entidade sem fins lucrativos para divulgar, defender e promover o desenvolvimento técnico e institucional deste sistema de negócio, trata-se da ABF (Associação Brasileira de Franchising), que teve papel fundamental no desenvolvimento do sistema neste período. Unidades franqueadas estavam instaladas em várias partes do País e em pleno crescimento, era premente e fundamental a profissionalização do sistema, momento em que houve algumas iniciativas neste sentido. Nesta 2ª ONDA que vai de 1976 a 1993, que durou 17 anos, chamaria de CONSOLIDAÇÃO.

Nesta época, década de 80, já ajudava minha mãe em sua primeira loja que se tornaria franqueada em 1985. Em paralelo, montei outro negócio com um sócio no segmento de alimentação

“ Nesta época, década de 80, já ajudava minha mãe em sua primeira loja que se tornaria franqueada em 1985 ”

natural, e foi, para mim, uma escola, um grande aprendizado. Porém, estava sempre acompanhando a nossa loja franqueada, nos anos que se seguiram, entendendo e vivenciando todas as etapas deste período, como a assinatura do contrato com o franqueador, a reforma do *layout* para atender aos padrões exigidos, entre outras. Depois que a loja de alimentos naturais teve que ser encerrada, e, passei a me dedicar totalmente à franquia, implantei um projeto de expansão para abertura de novas lojas em nossa área de atuação e, em poucos anos, tínhamos cinco lojas bem localizadas pela cidade.

3ª ONDA: EXPANSÃO (1994 a 2016, 22 anos)

Pouco se tem de publicações a respeito dos bastidores da criação da Lei nº 8955/94 que trata do contrato de franquia no Brasil. De iniciativa do Deputado Federal, José Roberto Magalhães Teixeira, que faleceu em 1996, foi um marco na profissionalização do sistema de franquia brasileiro. Porém, iniciativas como esta tem sua origem em necessidades, *gaps*, encontrados nas práticas do mercado, geralmente vindos da iniciativa privada. No início da década de 90, haviam diversas marcas espalhadas pelo nosso país e

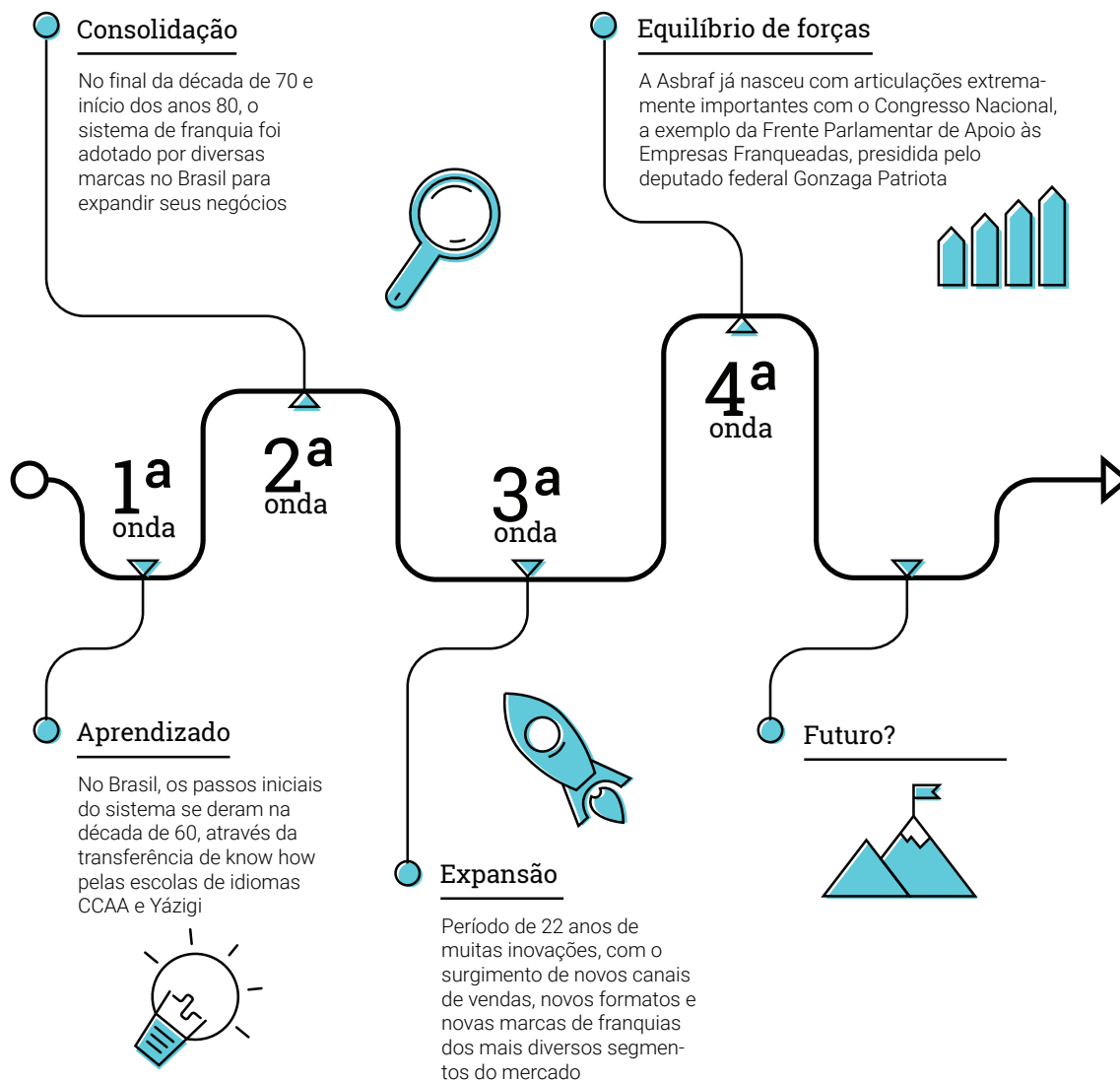
cada franqueador, conduzindo à sua maneira, sem uma norma maior para regulamentar as práticas, que, muitas vezes, não eram baseadas no princípio da boa-fé. Como consequência do fim da década de 80, já havia vários franqueados de diversos segmentos que fecharam suas portas. Então, eis que surgem entidades, como o Instituto Brasileiro de Franchising (IBF), presidido por Marcelo Cherto considerado um dos maiores especialistas de franchising do País na época e atualmente, como também a Associação Brasileira de Franqueados (Asbraf) – Fundada em 1991, teve baixa em 2008 e ressurgiu em 2017 com nova configuração, cujo fundador e presidente foi José Antônio Ramalho, hoje atual Diretor Gestor na nova configuração da associação, também master franqueado entre os anos 1980 e 1988, que incentivaram e levaram sugestões relevantes como a criação da Circular de Oferta de Franquias (COF), para compor o projeto de lei nº 318-A/91, sancionado em 15 de dezembro de 1994, como Lei nº 8955/94. Por este entendi-

“O fato marcante neste período foi o agrupamento de franqueados com a criação de uma associação genuinamente representativa, a Asbraf”

mento, percebe-se que a Lei do franchising no Brasil surgiu da iniciativa de entidades que visavam o fortalecimento do sistema, por meio da regulamentação do setor, bem como a instituição da ética na relação entre franqueadores e franqueados. Coube a ABF construir a história, após esta etapa, promovendo a expansão de marcas franqueadas em todos os cantos do país, retroalimentando o setor e criando diversas oportunidades para investidores, fornecedores, em um papel fundamental no crescimento do franchising brasileiro.

A esta fase da história, a 3ª ONDA, chamaria de EXPANSÃO, período de 22 anos de muitas inovações, com o surgimento de novos canais de vendas, novos formatos e novas marcas de franquias dos mais diversos segmentos do mercado. Durante este período, tive várias iniciativas, como o ingresso em 1998 no mercado da internet. Em parceria com dois jovens, estruturamos e profissionalizamos uma das primeiras empresas do segmento web na Paraíba. Instalamos nosso escritório central para dar suporte ao crescimento das unidades franqueadas e que abrigava, também, uma agência de publicidade.

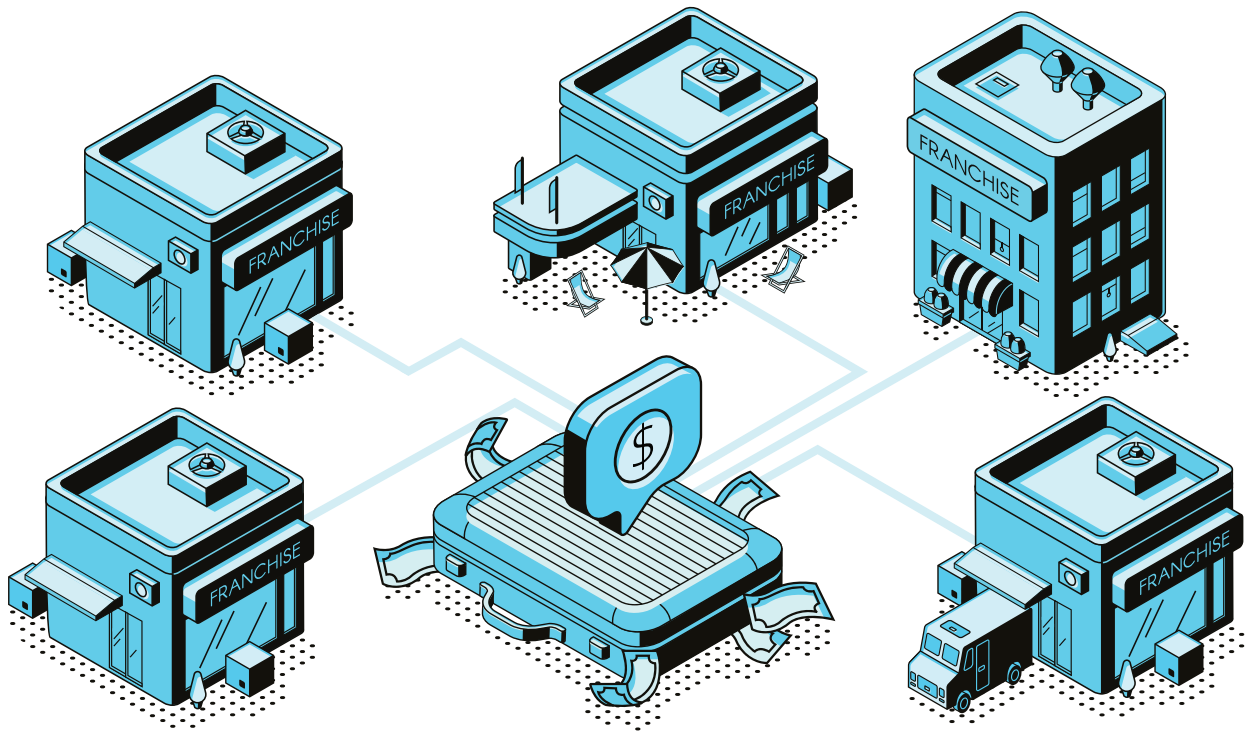
Em paralelo, fui convidado e aceitei conduzir como primeiro Presidente da Junior Achievement, seccional Paraíba, uma instituição fundada nos Estados Unidos que promove programas de empreendedorismo nas escolas de ensino fundamental e médio em vários países no mundo, no Brasil tem sede em Porto Alegre – RS e seccionais em todos os estados da federação. Simultaneamente assumi uma das diretorias da associação de lojistas de um Shopping, o Shopping Sul, onde realizamos um trabalho de reestruturação, novo posicionamento, nova comunicação com o público-alvo e nas relações internas.



Conquistamos tempos de reconhecimentos, a partir do ano 2000, com premiações como melhor franqueado do nordeste por dois anos consecutivos, prêmio MPE Brasil (PB) e finalista nacional pela empresa de tecnologia web, bem como prêmio do Programa Paraibano da Qualidade (PPQ). Momentos de pleno auge, mas também de dificuldades, pois, ao final de 2016 uma crise instalada provocou o rompimento com a franqueadora.

4ª ONDA: EQUILÍBRIO DE FORÇAS (A partir de 2017)

Desde o princípio do uso no Brasil pelas mais variadas marcas do modelo de sistema de franquias, muito se evoluiu e houve uma consolidação que fez e faz o franchising ter crescimento exponencial. Levando em conta que é um processo sem volta, muito mais será realizado nos próximos anos. Porém, mesmo com a criação da Lei do Franchising, o desequilíbrio de forças permaneceu, pois franqueadores continuam



conduzindo ao seu modo e por suas conveniências, visto que a Lei nº 8955/94 rege regras exclusivamente sobre o contrato, e não especificamente da relação entre as partes, no que diz respeito aos mecanismos de proteção em caso de rupturas. Então, foi inevitável que tenham ocorridos outros casos de desconforto entre investidores franqueados e franqueadores.

O fato marcante, neste novo período, foi o agrupamento de franqueados, com a criação de uma associação genuinamente representativa, a Asbraf, que adota o nome original da que foi fundada em 1991. Entretanto, esta fundada em 29 de junho de 2017, tem uma nova configuração, sob o comando de seu presidente, o experiente advogado Dr. Raul Canal, especialista em cooperativismo, associativismo e

modelos de negócios de franquia empresarial, a qual surge em um momento do País que vive uma democracia plena e assiste às suas principais instituições firmes, realizando uma verdadeira "limpeza", na representação política e governamental. A Asbraf já nasceu com articulações extremamente importantes com o Congresso Nacional, a exemplo da Frente Parlamentar de Apoio às Empresas Franqueadas, presidida pelo Deputado Federal Gonzaga Patriota, que, entre outras bandeiras, defendem a PLC nº 219/2015 que revoga a Lei nº 8955/94 e institui novas regras que favorecem e fortalecem o sistema, como também traz mecanismos que protegem o franqueado, atualmente, a parte mais fragilizada. A história comprova que o sistema de franchising brasileiro sempre foi conduzido por franqueadores, natural-

mente representando seus interesses, fortalecendo o sistema, como também os propósitos dos detentores das marcas. Praticamente, neste tempo, as iniciativas para dar representatividade aos franqueados não se firmaram. No entanto, desde o surgimento do franchising no Brasil, com todo aprendizado, consolidação e expansão, não há outro momento que não o atual para subirmos mais um nível evolutivo, com a participação efetiva e institucional da outra parte da balança, os franqueados. Será selando esta parceria entre os dois condutores que daremos um grande salto para a melhoria do sistema de franquia. A este novo período, a 4ª ONDA, chamaria de EQUILÍBRIO DE FORÇAS, a próxima onda que escreverá uma nova história do franchising no Brasil. Exatamente em 2017, enfrentei a pior crise ocasionada por uma posição impositiva da franqueadora. Apesar de todos os esforços, o negócio da marca se apresentou inviável, tendo em vista a nova política adotada, o que motivou a decisão pelo repasse do negócio, em seguida, vários fatos ocorreram e agravaram a situação. Após entendimentos, é assinado o documento para o repasse que claramente descreve nas suas cláusulas ser irrevogável e irrevogável, mas, para minha surpresa, ao fim do prazo final, a franqueadora desiste de maneira unilateral.

Encerramos as atividades como franqueado com 20 lojas, uma central de venda direta, um escritório central e mais de 250 funcionários. Em função da crise instalada, comecei uma articulação com outros franqueados no País e identifiquei que não era um caso isolado, pois estava acontecendo em cidades de quase todos os estados no Brasil. A iniciativa, então, foi agrupar estes franqueados e ex-franqueados em torno de uma associação. Conforme os contatos aconteciam, descobri uma mesma vontade a partir de Brasília, o resultado foi a união destas iniciativas

que culminou na criação em junho de 2017 da Asbraf, na qual tomei posse como Diretor de Relações Institucionais. Temos muito a contribuir com o sistema de franchising brasileiro e, desta vez, também com a vez e voz dos franqueados. Grandes fatos marcaram o sistema de franchising brasileiro durante estes períodos que dividi em ondas temporais, em minha humilde visão de quem atuou como franqueado durante 36 anos. Não há dúvidas que o franchising é um sistema excepcional com características que impulsionam a economia, geram emprego e renda, mas que também pode ser constantemente melhorado. Podemos dar um novo salto a partir deste momento e estabelecer a verdadeira união entre franqueadores e franqueados em prol de fomentar e otimizar ainda mais os resultados e impactos positivos das franquias no Brasil. Já vivemos uma quarta revolução industrial com a grande velocidade que a tecnologia tem nos colocados nas transformações de negócios, comportamentos do consumidor, novas maneiras de aferir, inclusive até o sistema econômico, a exemplo da moeda bitcoin. Não é hora de permanecer distante um dos outros e, sim, estar lado a lado para construir um novo olhar, para que franqueados tenham sua verdadeira importância reconhecida e valorizada daqui por diante e para sempre.



Douglas Nunes

Empreendedor, Consultor,
Palestrante e Diretor de Relações
Institucionais da Asbraf

REFERÊNCIAS

Utilize a câmera do seu
telefone celular para acessar
as referências via QR Code.



UMA BREVE HISTÓRIA DE UM DIREITO, UM TANTO QUANTO COMERCIAL

Numa manhã de sol, ou de chuva, sabe-se lá, sua majestade, em meio às begônias palacianas, observava; olhos cerrados, mirando o horizonte, mente inquieta, pensamentos elevados aos heróis de outrora, conclamava sabedoria para solver comezinha questão diuturnamente trazida por seus conselheiros reais: o controvertido direito do comércio.

Em 25 de junho de 1850, *la nouvelle debutante* despontava no mundo jurídico, sob o nº 556; Dom Pedro Segundo, por graça de Deus e unânime aclamação dos povos, Imperador Constitucional e defensor perpétuo do Brasil: fazemos saber a todos os nossos súditos, que a Assembléia Geral decretou, e nós queremos, a Lei seguinte¹; estreava, pois, com o glamour dos 15 anos de esmero, a primeira (e até hoje única) codificação comercial do Império do Brasil.

Palácio em festa, súditos comemorando, adega imperial destrancada, só um pequeno grupo sensitivo observava as bodas com olhares de interrogação e com certa vergonha. Copistas que eram, experimentavam leve mal-estar estomacal, desencadeado pelo excessivo uso de temperos ibéricos e gauleses.

Não se discute nem se nega o avanço tecnológico e legislativo de tais povos frente aos neófitos operadores do direito tupiniquim. O que se pressupôs – se constatou, em verdade, foi a importação de tantas regras dissonantes, que o sistema jurídico na primeira década pós início da vigência da codificação comercial, foi tomado por enorme complexidade, cuja sistemática continha elementos da legislação filipina, papiros bolorentos que não socorreriam o novo continente, se assim puder ser chamado o Brasil de antes.

Da necessidade de se operacionalizar o inédito papiro, emanou de sua majestade o Regulamento 737, também de 1850, que conferiu ordem ao processo e aos tribunais.

Os poucos que sabem, ou muitos, não fiz tal contagem pra se ter a exata noção da amplitude do conhecimento do operador jurídico sobre tema tão peculiar, é que, assim como o interstício bíblico de 400 anos de silêncio absoluto que separa Malaquias de Mateus, o espaço tempo entre a debutante codificação comercial e o Código Civil de 1916 foi amparado por aquela, a barqueira que serviu, em parte, como fonte do Direito Privado para a época.





Passados alguns anos, Código Comercial do Império do Brasil em pleno vapor, novos (e grandes) pensadores do Direito Privado despontando, inicia-se uma grande revolução no direito brasileiro, sobretudo diante do dinamismo social e as crescentes conquistas de liberdades individuais para diversos movimentos sociais que ganhavam destaque vencendo batalhas contra estáticos conceitos de direito.

Após 27 anos de debates flutuantes, discussões intermitentes, velhos e novos mandatos, e, sobretudo, sem o *lockdown* do patógeno coronavírus SARS-CoV2 (Covid-19), erigiu o saudoso Código Civil, no ano de 2002, que imprimiu verdadeira ruptura no direito comercial; trasladou-se para o então novel marco do Direito Privado o tratamento ao direito empresarial, extraído a fórceps do Código Comercial de 1850.

Mutilado pela violência desproporcional, o diploma do comércio remanesceu apenas para cuidar do direito de navegação marítima, assegurando, assim, as regras para a navegação de navios à vela em nossos mares e a importante proibição a capitães de seduzir ou desencaminhar marinheiro matriculado em outra embarcação, cuja punição é a fatídica multa de cem mil réis por cada indivíduo que desencaminhar (Art. 500, da Lei nº 556/50).

Maltrapilho e sem a atenção que o robusto Código Brasileiro de Aeronáutica tem para si, o Cód-

igo Comercial manteve-se vivo, coexistindo com o musculoso Código Civil de 2002.

Em 2011, uma fagulha iluminou o caminhar das indigitadas legislações; a Casa do Povo, em primeira mão, lançou a notícia: “extra, extra, surge nesta Casa proposição para concepção do novo direito comercial, marco no Direito Privado, o aclamado projeto de lei nº 1.572/2011”.

Casa em festa, talheres polidos, louça exposta, inicia-se o trabalho de elaboração do relatório, derivando do texto proposto pelo autor. Sob os cuidados do relator, Deputado Paes Landim, sete anos após o início da tramitação do projeto de lei de instituição do código, apresentou-se o substitutivo apto à votação na Casa. Todavia, em janeiro de 2019, a proposição restou encaminhada ao arquivo, observando-se, por óbvio, todas as cautelas de estilo.

Entrementes, nos idos de 2013, despontou na apelidada Casa Revisora, cujos tapetes azuis e nobres salões sóbrios, engrandecem a atividade parlamentar no Brasil, nascituro cuidando da mesma temática, esquivando-se, contudo, de temas espinhosos que a história tratou de entalhar seus ensinamentos nos umbrais daquelas Casas – o projeto de lei nº 487/2013.

Acanhado, porém robusto, fruto de intensos debates travados por quase duas dezenas de juristas, o novo e proeminente texto trouxe ao mundo real mais de mil artigos, mesmo deixando de fora di-

plomas legais relacionados em que a história também ensinou que sua modulação deve ser suave, paulatina e desatrelada de outros textos, ainda que umbilicalmente ligados.

Para a época, muito embora se esteja falando sobre algo entre seis ou sete anos de distância, talvez aquele texto revelasse uma solução real, capaz de socorrer a crescente e dinâmica atividade comercial daquele momento.

Sete anos depois, surfando a sociedade numa explosão tecnológica, com o aparecimento de novos mercados, de novas formas de se empreender, onde as gigantes de alguns setores não possuem bens tangíveis, senão sua própria intangível marca, tal texto não foi capaz de acompanhar os motores tão velozes e sedentos por cuidados legislativos.

Numa tentativa de se colocar mais lenha na locomotiva, em 2018, o então relator, Senador Pedro Chaves, apresentou um substitutivo ao texto primitivo, contudo, ainda carregado com inúmeros componentes que desprestigiavam a liberdade de empreender.

Foi nesse contexto, de se imprimir uma tônica liberal ao Direito de Empresa no Brasil, que o Senado Federal tornou a instalar a Comissão Especial para análise e deliberação de um novo texto, moderno, arrojado, de leitura fluida e aplicação simplificada, cuja nova relatora, a Senadora Soraya Thronicke, advogada de carreira e incansável defensora da liberdade econômica, vem trazer ao debate legislativo a enxuta codificação para a melhor tutela do direito empresarial brasileiro.

A mim, a Senadora Soraya Thronicke confiou a missão, na qualidade de seu Secretário Parlamentar, de coordenar o grupo de juristas que debate o tema, grupo este que congrega todas as posições doutrinárias e operacionais do direito, inclusive as antagônicas à proposição, com a presença dos grandes expoentes do Direito Privado brasileiro.

O novo texto trabalhado pelos juristas, que subsidiará o relatório a ser levado a votação na

“O excesso de intervenção do Estado nas relações privadas estimulou o desrespeito à lei estatuída entre os simétricos”

Comissão Especial e no Plenário da Casa, é mais enxuto, traça linhas gerais, observa a liberdade da atividade empresarial e, sobretudo, prestigia a previsibilidade das relações empresariais.

Como disse em algumas oportunidades, instalou-se no Brasil o desprezo pelo pacto entre partes; solidificou-se a ideia do “assina aí que depois o Judiciário vai rever o que foi escrito”. O excesso de intervenção do Estado nas relações privadas estimulou o desrespeito à lei estatuída entre os simétricos.

Nas palavras da relatora, Senadora Soraya:



Estamos diante de um novo cenário legislativo no Brasil. A Lei de Liberdade Econômica – Lei nº 13.874/2019, fruto da conversão da Medida Provisória nº 881/2019, pavimentou a esburacada estrada por onde passava a proposição legislativa de instituição de um novo Código Comercial. Atuei como relatora revisora na Lei de Liberdade Econômica e hoje, como relatora do projeto de lei do Novo Código Comercial, adotarei a liberdade econômica como norte a ser seguido na produção de meu relatório, que será apresentado em substituição aos demais trazidos pelo antigo relator, Senador Pedro Chaves.



FOTO: FREEPIK

Fato é, a ideia precípua é tornar o ambiente empresarial mais fluido, trazendo a legislação ao patamar que a atividade empresarial necessita, conferindo segurança jurídica, paridade, simetria, tudo na busca do crescente desenvolvimento empresarial, para que empreendedores e investidores possam retornar ao ambiente de criação e investimentos no Brasil.

Isso decorre da necessária mudança no direito, reclamada pela economia do País, sobretudo, como dito, em razão da veloz dinamização da atividade empresarial e do surgimento de novos mercados, que o direito posto não é capaz de socorrer.

O novo texto da Senadora Soraya Thronicke, na linha do que se esperava, enxuto em sua forma, pressupõe uma drástica redução da intervenção estatal e absoluto respeito a autonomia da vontade. Ancorado na simplificação da legislação empresarial, sua confecção observa critérios de urgência para a promoção das alterações legislativas.

Como bem ponderou a Senadora Soraya em sua fala, o novo texto está sendo trabalhado dentro da métrica trazida na Lei de Liberdade Econômica, o que o torna moderno e o aproxima das melhores legislações empresariais em vigor em países que estão à nossa frente no quesito liberdade e empreendedorismo.

Em sua forma, a proposição está sendo construída a partir de quatro grandes pilares, sendo o primeiro destinado a tornar contemporâneo o direito

empresarial; o segundo visa conferir segurança; o terceiro simplifica a norma e o último moderniza o ambiente de negócios no País.

Por fim, mas não menos importante, o substitutivo também cuidará de atualizar o Código Comercial de 1850 para transformá-lo em um código de navegação comercial, conferindo expressiva mudança na norma, com o fim de modernizá-la, aproximando-a das melhores legislações existentes mundo-a-fora.

Paradoxalmente, muito embora suspensa a litorgia legislativa para sua aprovação, com a paralisação das atividades decorrente da pandemia trazida pelo SARS-CoV2 (Covid-19), novas questões reclamaram atenção, trazendo ao debate meios de socorro que precisam ser previstos nos novos pergaminhos.



Victor Teixeira Nepomuceno

Advogado especialista em Direito Empresarial, Recuperação e Falência e secretário parlamentar no Senado Federal

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.



x

FRANQUIA
SEM **BUY • GROW • SELL**
SEGREDO

ENCONTRO ONLINE

FRANQUEADO AJUDANDO FRANQUEADO

“Pensando REDE, agindo LOCAL”

Envie um e-mail para: lilian@rizzofranchise.com.br
com os seguintes dados:

- + Nome Completo
- + Número de Celular (WhatsApp)
- + Sua Franquia (Marca e Setor)

FAÇA A SUA RESERVA!

*(Vagas totalmente limitadas - participação
somente como ouvintes)*

x

BB CONTRIBUI PARA O DESEMPENHO DO SISTEMA DE FRANCHISING



Com o novo marco legal no sistema de franquias, aprovado no final de 2019 (Lei nº 13.966/19), as marcas tiveram até março de 2020 para se adequarem aos novos parâmetros. As principais mudanças tratam sobre as informações que devem constar na Circular de Oferta de Franquia (COF). Agora, o documento deve ser mais detalhado sobre o modelo de negócio, incluindo também aspectos que possam ser encarados como risco. Isso dá mais segurança a franqueados e franqueadores, ao proporcionar mais clareza e transparência nessa relação negocial.

Além da segurança com a marca, é imprescindível que o franqueado encontre um parceiro financeiro que também lhe ofereça as melhores condições para gerir seu investimento. Neste contexto, a escolha da melhor linha de crédito para adquirir ou reformar seu negócio, tarifas acessíveis, serviços compatíveis com seu ramo de atuação, gerenciamento do fluxo de caixa e, principalmente, agilidade no atendimento são condições importantes para estabelecer uma relação financeira.

Com o BB Franquia, o Banco do Brasil disponibiliza soluções para cada uma das necessidades de franqueados e franqueadores, desde o início de sua trajetória. Trata-se de programa exclusivo, que visa estimular e apoiar as empresas na expansão e modernização do sistema de franquias no Brasil, com condições exclusivas para todas as unidades franqueadas das marcas conveniadas.

Um avanço importante com a nova legislação é que essas condições podem, inclusive, contar na COF, dando ainda mais garantia aos franqueados.

“ Com o BB Franquia, o Banco do Brasil disponibiliza soluções para cada uma das necessidades de franqueados e franqueadores ”

Além das condições diferenciadas em produtos e serviços, o convênio também oferece um modelo de atendimento personalizado na Central de Negócios de Franquia*, com gerentes especializados para prestar assessoria às franquias, orientando sobre a solução mais adequada para cada situação do cliente. O Banco do Brasil ainda está presente nas principais feiras e convenções do segmento, como a ABF Franchising Expo e Convenção ABF do Franchising, oferecendo atendimento especializado e condições exclusivas a franqueados e potenciais empreendedores do segmento.

ATENDIMENTO ESPECIALIZADO

4003-2440 (capitais)

0800 729 2440 (demais localidades)

* de segunda a sexta, das 8h às 18h.

Para conhecer mais sobre o programa e como o BB pode apoiar a sua marca, acesse



Banco do Brasil



FOTO: CLEIA VIANA | CÂMARA DOS DEPUTADOS



NA DEFESA DOS INTERESSES SOCIOECONÔMICOS DOS **EMPREENDIMENTOS FRANQUEADOS**

Um dos parlamentares mais antigos do Congresso Nacional, que já está em seu décimo mandato como deputado federal, também é um dos maiores defensores do sistema de franchising brasileiro. Gonzaga Patriota (PSB/PE) é presidente da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, instituída em 2017, e teve participação ativa na aprovação da Nova Lei de Franquias (nº 13.966/2019), que torna a relação entre franqueadores e franqueados mais transparente, ética, sustentável e competitiva. Na entrevista, ele analisa o atual cenário econômico e conta, ainda, o que tem sido feito para auxiliar as empresas prejudicadas pelo novo coronavírus.

Decano da Câmara dos Deputados. Assim é conhecido Luiz Gonzaga Patriota, 74, parlamentar que acumula o maior número de mandatos da casa: 10. apresentou mais de uma centena de projetos de lei, 17 propostas de emenda à constituição, 275 pareceres às proposições e teve 7 projetos transformados em norma jurídica. É contador, administrador de empresas, advogado e jornalista. Tem mestrado em Ciência Política e Políticas Públicas e Governo e é doutor em Direito Civil pela Universidade Federal de Buenos Aires, na Argentina, além de acumular 40 obras publicadas.

Que análise o senhor faz do sistema de franchising brasileiro como instrumento gerador de empregos, postos de trabalho e distribuição de renda?

DEP. GONZAGA PATRIOTA - A garantia do sucesso do modelo franquia empresarial depende, fundamentalmente, da capacidade de se reproduzir, em diferentes locais e sob a responsabilidade de diferentes pessoas, um mesmo conceito de negócio. O fundamento teórico desse modelo de operação no Brasil, é conhecido como franchising. A uniformidade ou padronização da rede franqueada aliada a uma estruturada e efetiva prestação de serviços de apoio, orientação e suporte às unidades franqueadas, são os principais fatores de sustentação do sistema de franchising. Os produtos e serviços disponibilizados, respeitadas as peculiaridades e os traços culturais regionais, devem manter a mesma consistência e alinhamento com os objetivos e prioridades estratégicas da empresa detentora da *expertise* ou *know-*

-how, ou seja, do franqueador. Desde o princípio do uso no Brasil do sistema de franquias pelas mais variadas marcas, o formato franchising teve crescimento contínuo e exponencial, conforme demonstra o documento Desempenho do Franchising Brasileiro 2019 da Associação Brasileira de Franchising (ABF). O faturamento obtido em 2019 nas 160.958 unidades franqueadas em operação no País registrou o expressivo resultado de R\$ 186.755 bilhões, com a geração de 1.358.139 empregos diretos.

E atualmente, como estão as legislações que abrangem as franquias?

DEP. GONZAGA PATRIOTA - Em que pese esses significativos indicadores e resultados, franqueadores continuaram conduzindo a gestão dos seus negócios ao seu modo e por suas conveniências, visto que a Lei nº 8955/94, que vigorou até 26 de março de 2020, instituiu regras exclusivamente sobre o contrato e não especificamente da relação entre as partes no que diz respeito aos mecanismos de proteção em caso de rupturas. O formato autoritário e não participativo motivou a ocorrência de desconfortos e conflitos entre investidores franqueados e franqueadores. Um dos fatos marcantes neste novo período foi o agrupamento de franqueados com a criação, em 29 de junho de 2017, de uma associação genuinamente representativa, a Associação Brasileira de Franqueados (Asbraf), que adota o nome original da que foi fundada em 1991. A entidade tem como presidente o experiente advogado Dr. Raul Canal, especialista em cooperativismo, associativismo e em modelos de negócios de franquia empresarial. A Asbraf teve participação ativa na sanção presidencial, em 26 de dezembro de 2019, do novo marco regulatório de franquias (Lei nº 13.966/2019), que entrou em vigor no dia 26 de março de 2020, em substituição a Lei de Franquias 8.955 de 1994. Ela representa, pelos seus destaques, um passo decisivo no fortalecimento da relação franqueados e franqueadores.



Qual sua opinião sobre o CREDMEI, lançado pelo Ministério da Economia? O senhor acredita que esse mecanismo de acesso ao crédito contribuirá para a sustentabilidade e a competitividade dos pequenos empreendedores que operam na nova tendência do franchising brasileiro, conhecida como microfranquia?

DEP. GONZAGA PATRIOTA - Como presidente da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, tenho enfatizado a necessidade urgente da criação de instrumentos e mecanismos que fortaleçam políticas públicas geradoras de renda, empregos e postos de trabalho para esse segmento de negócios. O Programa de Simplificação do Acesso Digital a Produtos e Serviços Financeiros para o Microempreendedor Individual (CREDMEI) é uma proposta de transformação digital conduzida pelo Ministério da Economia, que visa promover a coordenação entre governo e ofertantes de soluções financeiras para

o Microempreendedor Individual (MEI), de modo a implementar o Artigo 57 da Lei Complementar nº 123 de 2006, que estabelece que o Poder Executivo Federal deverá propor, sempre que necessário, medidas no sentido de melhorar o acesso das microempresas e empresas de pequeno porte aos mercados de crédito e de capital. Vejo como um Programa estratégico para a inclusão produtiva de milhares de empreendedores que operam em todas as regiões do País, notadamente no desassistido interior brasileiro onde se localizam milhares de pequenos municípios. Segundo a Pesquisa Optantes SIMEI CNAE Brasil, realizada pelo Núcleo de Estudos e Pesquisas da Asbraf no período compreendido de julho de 2009 a fevereiro de 2020, 9.749.416 profissionais autônomos que desenvolviam atividades na economia informal legalizaram seus negócios, por meio da opção aos benefícios e vantagens da Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, tornando-se microempreendedores individuais. Esse espe-



FOTO: REPRODUÇÃO | ARQUIVO PESSOAL

tacular contingente de microempreendedores individuais constitui, no meu entendimento, no potencial público-alvo do Programa CREDMEI.

Como o senhor avalia a estratégia de crescimento de franqueados multiunidades adotada por redes de franqueadores?

DEP. GONZAGA PATRIOTA - O crescimento de franqueados multiunidades – aqueles que já possuem diversas unidades da mesma marca – está em plena evolução no franchising americano e é apontado por especialistas e entidades representantes de franqueadores brasileiros como uma alternativa importante para a evolução do setor de franquia. No entanto, conflitos recentes nos últimos anos entre franqueadores e franqueados que culminaram com o fechamento, repasse e perdas de centenas de franqueados multiunidades que operavam em diversos estados brasileiros demonstram que essa tendência, em nosso País,

é uma ameaça à sustentabilidade e à competitividade de empreendimentos que operam no modelo franquia empresarial. É preciso ser levada em conta a realidade socioeconômica dos franqueados brasileiros, comparativamente ao elevado grau de inovação e tecnologia do sistema de franquias americano, e, principalmente os aspectos éticos e culturais que norteiam as relações de negócios naquele país, os quais as cláusulas restritivas legais impedem a prática da concorrência desleal e do abuso do poder econômico.

Qual o papel da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas e sua relação com a Asbraf?

DEP. GONZAGA PATRIOTA - A Asbraf tem como missão contribuir para o fortalecimento e desenvolvimento sustentável do sistema de franquia empresarial brasileiro, defendendo junto às autoridades governamentais, órgãos públicos,

entidades e associações de classe, e formadores de opinião, os interesses, ideais e objetivos econômico-sociais de empresas e empreendimentos que realizam suas atividades de comércio, serviço e indústria, na condição de franqueados. Sob a inspiração desses conceitos e da compreensão do contexto de incertezas em que se encontram milhares de empresas que atuam na modalidade negócios franqueados no País, foi criada em 22 de agosto de 2017 a Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, um instrumento suprapartidário, composto por 19 Senadores da República e 193 Deputados Federais, que tem como principal objetivo viabilizar e implementar políticas públicas direcionadas para o fortalecimento do franchising brasileiro, por meio do cumprimento das seguintes finalidades: (a) apoiar e defender o sistema de franchising (Franquia) brasileiro como instrumento gerador de empregos, postos de trabalho e geração de renda; (b) acompanhar e defender os assuntos de interesse da Frente Parlamentar Mista no âmbito do Executivo, Legislativo e Judiciário, visando apoiar juridicamente essa modalidade de negócios empresariais; e (c) acompanhar o processo legislativo no Congresso Nacional de iniciativa de proposições de interesse da Frente Parlamentar Mista no que diz respeito ao sistema de franchising brasileiro.

Em que consiste o Convênio de Cooperação Técnica formalizado pela Frente Parlamentar com a Asbraf?

DEP. GONZAGA PATRIOTA - O Convênio de Cooperação Técnica assinado tem como objeto o assessoramento técnico especializado pela Asbraf à Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empre-

sas Franqueadas, sob a forma de suporte, por meio do compartilhamento e disponibilização de estudos, pesquisas, programas e projetos que fortaleçam políticas públicas direcionadas para o desenvolvimento sustentável do sistema de franquia empresarial brasileiro e dos impactos quantitativos e qualitativos de geração de empregos, postos de trabalho e elevação de renda que esse modelo de negócio proporciona em todas as regiões do País.

No seu entendimento, o novo marco regulatório de franquias tornará a relação Franqueador x Franqueado mais transparente e sustentável?



O novo marco regulatório seguramente tornará as interfaces de negócios entre franqueadores e franqueados mais transparentes, éticas, sustentáveis e competitivas



DEP. GONZAGA PATRIOTA - A Nova Lei de Franquias (nº 13.966/2019) teve amplo acompanhamento e articulação da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas e da Asbraf junto às lideranças partidárias do Congresso Nacional, relatorias do PLC nº 219/2015, e nas Comissões de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ) e de Assuntos Econômicos (CAE) do Senado Federal. O novo marco regulatório seguramente tornará as interfaces de negócios entre franqueadores e franqueados mais transparentes, éticas, sustentáveis e competitivas, uma vez que a nova legislação enfatiza que, para a implantação da

franquia, o franqueador deverá fornecer ao interessado Circular de Oferta de Franquia (COF), contendo obrigatoriamente informações detalhadas do negócio franqueado, como histórico, qualificação do franqueador e empresas a que esteja ligado, balanços e demonstrações financeiras da empresa franqueadora, relativos aos dois últimos exercícios; indicação das ações judiciais relativas à franquia que questionem o sistema ou que possam comprometer a operação da franquia no País.



A adoção do modelo de franquia empresarial por empresas públicas e por sociedades de economia da administração pública favorecerá, na opinião do senhor, a prestação de serviços mais eficientes aos cidadãos?

DEP. GONZAGA PATRIOTA - A franquia pública é um mecanismo inovador do novo marco regulatório de franquias. O modelo permite que empresas públicas, sociedades de economia mista e entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios adotem o sistema de franquia nos planos de expansão de suas atividades. Na opinião do Prof. Dr. Luiz Felizardo Barroso, renomado especialista do tema privatização por meio do Franchising, 'a Franquia Pública possibilitará que possamos utilizá-la como um belo e sábio instrumento de privatização da atividade pública, por meio do franchising. A franquia é a maneira mais rápida e eficiente de instaurar-se uma rede de pequenas e médias empresas, capaz de fortalecer a economia de qualquer região'.

Quais as implicações da PEC da Reforma Tributária no sistema de franchising brasileiro?

DEP. GONZAGA PATRIOTA - O País convive com o sistema tributário burocrático, engessado em inúmeras obrigações acessórias complexas, tendo como referência uma legislação arcaica que não permite que o empreendedor brasileiro inove e desenvolva seus negócios com a segurança jurídica necessária para suas sustentabilidade e competitividade. Entendemos que a aprovação da Reforma Tributária é fator crítico de sucesso para a retomada do crescimento socioeconômico do País, e que esse processo de mudanças requer a implementação de ações

estratégicas direcionadas para o fortalecimento da atividade empreendedora do Brasil. A Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas manterá, de forma continuada, interfaces com os senadores e deputados federais integrantes da Comissão Mista da Reforma Tributária, principalmente com a presidência e relatoria na defesa dos interesses socioeconômicos dos milhares de empreendimentos que atuam no Sistema de Franchising Brasileiro na modalidade franqueados.

Enquanto presidente da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, o que pode ser feito pelo setor, dentro do Congresso nacional, para minimizar os impactos causados pela Covid-19?

DEP. GONZAGA PATRIOTA - A Frente Parlamentar tem atuação no âmbito da Câmara dos Deputados e do Senado Federal e em todo o território nacional, em caráter suprapartidário. No apoio e na defesa do sistema de franchising brasileiro, a Frente acompanha, de forma sistemática, durante a pandemia, o processo legislativo no Congresso Nacional de iniciativa de proposições relacionadas a medidas econômicas de acesso ao crédito, ao mercado, à inovação e tecnologia, ao apoio e orientação, que minimizem os graves impactos do novo coronavírus na sustentabilidade e competitividade de milhares de microempreendedores individuais, micro e pequenas empresas e empresas de médio porte, que atuam no mercado nacional na condição jurídica franqueado.



A aprovação da Reforma Tributária é fator crítico de sucesso para a retomada do crescimento socioeconômico do País



Núcleo de Estudos, Pesquisas e Inteligência da Asbraf

EMPRESAS SIMPLES DE CRÉDITO E INOVAÇÕES FINANCEIRAS:

NOVAS ALTERNATIVAS DE CRÉDITO PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS

Em 24 de abril de 2019, foi sancionada a Lei Complementar nº 167 que criou as Empresas Simples de Crédito, comumente chamadas de ESC. Nesses oito meses de existência, já foram criadas 638 ESC que destinaram um montante de R\$ 294,7 milhões em capital para realizar operações com os pequenos negócios.

O estado de São Paulo é o destaque com a constituição de 216 ESC (34% do total), em seguida estão Minas Gerais (52), Paraná (50) e Rio Grande do Sul (43). Somente os estados de Rondônia e Acre não possuíam ESC constituídas até a elaboração desse artigo. O mapa na página 34 demonstra a quantidade de ESC em cada estado até 07 de abril de 2020.

Acredita-se que as ESC devem contribuir na ampliação do crédito aos pequenos negócios, principalmente pela facilidade da negociação entre as partes, na ampliação do acesso ao pequeno negócio, mesmo àquele que estiver negativado e por viabilizar que quem dispõe de capital próprio para emprestar para pequenas empresas o faça de maneira formal e simplificada.

Pesquisa realizada pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) entre junho e agosto de 2019 constatou que 55% dos empresários que constituíram as ESC até aquele momento estavam envolvidos em alguma outra

atividade relacionada ao crédito. Empresários de *factoring* eram a maioria, com 62,5% do total. Em termos de modalidade em que a ESC foi constituída, 41% são no formato de EIRELI, ou seja, são pessoas físicas que dispõem de capital para emprestar e que agora podem fazer isso de forma legal.

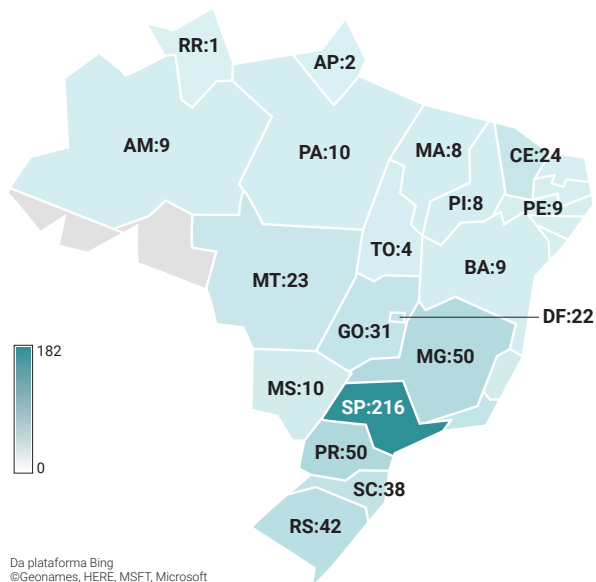
Outro fator que demonstra essa conclusão é que o capital médio das ESC está em R\$ 460 mil; sendo que o capital mais frequente é de apenas R\$ 100 mil. Por outro lado, apenas 64 ESC possuem capital igual ou superior a R\$ 1 milhão; sendo que R\$ 25 milhões é o maior capital registrado até o momento.

No entanto, precisamos entender que a aprovação da Lei Complementar nº 167 faz parte de um esforço maior por parte do Governo Federal em ampliar a oferta e facilitar o acesso ao crédito para os pequenos negócios.

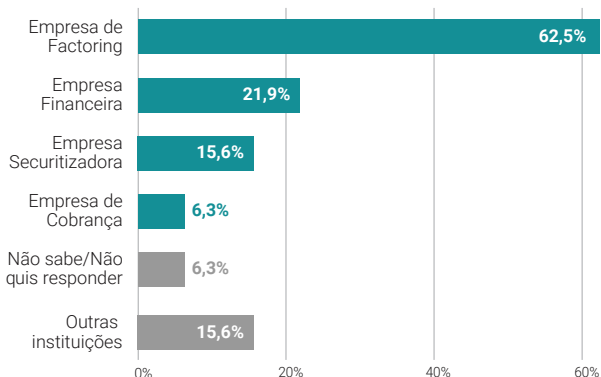
Quando analisamos o mercado de crédito brasileiro, vemos que 80% das operações estão concentradas nos cinco maiores bancos: Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Bradesco, Itaú e Santander. De olho nessa questão, o Banco Central tem envidado inúmeros esforços com o objetivo de democratizar o crédito, tanto do lado dos ofertantes quanto do lado dos demandantes. Todos esses esforços fazem parte da Agenda BC que possui quatro pilares: inclusão, competitividade, transparência e educação.



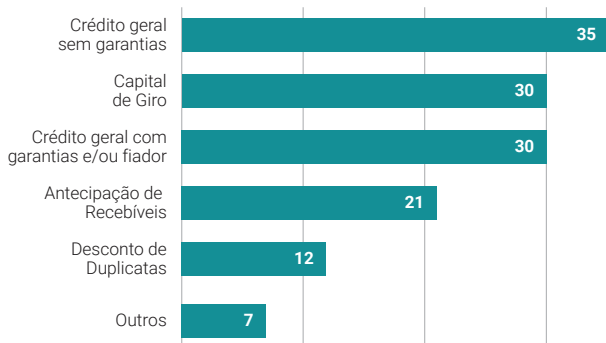
“As ESC devem contribuir para ampliação do crédito aos pequenos negócios, principalmente pela facilidade da negociação”



Atividades de quem constituiu uma ESC



Setores de Atuação das Fintechs – PJ em %



Uma das primeiras iniciativas foi a publicação da Resolução nº 4.656/2018 que regulamentou a atuação das *fintechs* no mercado financeiro. Essas empresas atuavam, de certa forma, como correspondentes bancários de outras instituições como bancos ou financeiras. Com a regulamentação pelo Banco Central, foram criadas a Sociedade de Crédito Direto (SCD) e a Sociedade de Empréstimos entre Pessoas (SEP).

A SCD caracteriza-se pela realização de operações de crédito, por meio de plataforma eletrônica, com recursos próprios. Ou seja, esse tipo de instituição não pode fazer captação de recursos do público. Já a SEP realiza operações de crédito entre pessoas, conhecidas no mercado como *peer-to-peer lending*. Nessas operações eletrônicas, a *fintech* se interpõe na relação entre credor e devedor, realizando uma clássica operação de intermediação financeira, pela qual podem cobrar tarifas. Ao contrário da SCD, a SEP pode fazer captação de recursos do público, desde que eles estejam inteira e exclusivamente vinculados à operação de empréstimo.

Segundo dados do *Fintechlab*, existem, no Brasil, mais de 600 *fintechs*, sendo que 95 delas são dedicadas à concessão de crédito. Um estudo realizado em 2018 pela Associação Brasileira de Crédito Digital (ABCD), em conjunto com a PWC, demonstrou que as *fintechs* brasileiras concederam R\$ 1,2 bilhões em crédito para pessoas físicas e jurídicas. Ainda é muito pouco se comparado com o tamanho do mercado brasileiro de crédito, mas é um sinal de que essa nova modalidade de crédito deve se firmar

como uma alternativa real para os demandantes, em especial, para os pequenos negócios.

O Banco Central também tem atuado em outras frentes como a autorização para as Cooperativas atuarem no crédito rural, a regulamentação para a utilização de imóveis como garantia em operações de crédito tradicionais e a alteração nas regras do microcrédito, ampliando seu público-alvo para as micro e pequenas empresas de acordo com o enquadramento da Lei Complementar nº 123.

Somente no caso do microcrédito a expectativa do Banco Central é que a carteira ativa passe dos atuais R\$ 6 bilhões para algo em torno de R\$ 14 bilhões, possibilitando o acesso a mais de 3,5 milhões de empresas.

Outros três fatores também devem contribuir para ampliar o acesso ao crédito nos próximos anos. O primeiro deles é o cadastro positivo. Segundo o estudo realizado pela Serasa Experian, a adoção do cadastro positivo pode injetar R\$ 1,3 trilhão na economia do país e a inclusão de 22,6 milhões de pessoas no mercado de crédito. O estudo da Serasa Experian conclui que:

Há também a perspectiva de redução das taxas de juros para 74% das pessoas acima de 18 anos que já têm acesso ao crédito devido ao ganho expressivo na qualidade da análise de risco que se espera, à medida que os concedentes começarem a utilizar também as informações do Cadastro Positivo para apoiar as suas decisões.

O segundo fator é o *Open Banking*, que trata do compartilhamento padronizado de dados e serviços por meio da abertura e da integração de plataformas e infraestruturas de sistemas de informação. Com esse compartilhamento, os clientes das instituições financeiras podem compartilhar suas informações com qualquer outra instituição, desde que esse acesso seja autorizado formalmente.

Resumidamente, o que se pretende é que o cliente, ao compartilhar suas informações com outras instituições, possa receber propostas de produtos e



BENEFÍCIOS DAS FINTECHS, SEGUNDO O BANCO CENTRAL

- Aumento da eficiência e concorrência no mercado de crédito;
- rapidez e celeridade nas transações;
- diminuição da burocracia no acesso ao crédito;
- criação de condições para redução do custo do crédito;
- inovação; e
- acesso ao Sistema Financeiro Nacional.

serviços bancários em melhores condições daquela em que ele possui conta, ampliando, dessa forma, o acesso aos serviços financeiros, em especial crédito, inclusive de *fintechs*.

A regulamentação do *Open Banking* está em consulta pública pelo Banco Central e todos os interessados podem enviar sugestões de melhoria até 31 de janeiro de 2020, para o e-mail: openbanking.denor@bcb.gov.br.

Por fim, outro grande dificultador para o acesso ao crédito por parte dos pequenos negócios, a falta de garantia, entrou na pauta das discussões. Outra pesquisa realizada pelo Sebrae intitulada *O Financiamento dos Pequenos Negócios* constatou que para 36% dos entrevistados a falta de garantias e de avalistas é o segundo principal dificultador para conseguir o crédito, ficando atrás apenas da alta taxa de juros.

Existem, atualmente, algumas alternativas para minimizar esse problema. A primeira delas é o Fundo de Aval da Micro e Pequena Empresa (FAMPE), do Sebrae. Essa modalidade de aval viabilizou, desde sua criação em 1995, a realização de mais de 341 mil operações, totalizando R\$ 16,8 bilhões em crédito aos pequenos negócios.

No caso do Fundo Garantidor de Investimentos (FGI), do BNDES, desde 2010, quando outorgou sua primeira garantia, este apoiou mais de 37 mil operações, representando R\$ 7,4 bilhões em financiamentos garantidos.

Embora sejam iniciativas importantes, os números revelam que essas modalidades de aval ainda estão muito distantes da necessidade de crédito por parte dos pequenos negócios. Buscando minimizar



esse problema, foi promulgada em 2 de dezembro de 2019 a Lei Complementar nº 169 que autorizou a criação das Sociedades de Garantia Solidária (SGS).

Essas Sociedades ainda dependem de regulamentação por parte do Banco Central para iniciarem suas operações. No entanto, vislumbra-se uma boa oportunidade de prestação de serviços por parte de entidades representativas empresariais, na medida em que constituam uma SGS.

Um modelo possível seria, por exemplo, a Asbraf constituir uma SGS para atender as necessidades de garantia de seus associados e realizar uma parceria com um dos fundos garantidores mencionados anteriormente. À Asbraf caberia realizar os atendimentos, instruir e orientar os associados que necessitem da garantia para obtenção do crédito e aos fundos garantidores, a emissão da garantia. Esse modelo de garantia já é realidade em alguns países como Espanha, Portugal e Itália, na Europa, Chile, na América do Sul. Espera-se, em breve, que também sejam uma realidade no Brasil.

Como vemos, o acesso ao crédito por parte dos pequenos negócios é um grande desafio a ser superado e, pelo que se observa nos últimos anos, o Governo Federal tem buscado atuar para minimizar essa dificuldade. Resta, por parte dos pequenos negócios, uma atitude mais proativa na busca de novas alternativas, por meio das ESC ou das fintechs, tendo como foco a facilitação do acesso e a redução de custos. Acompanhar as mudanças que ainda estão por vir relativas ao Cadastro Positivo e ao *Open Banking* é também importante para aproveitar as novas alternativas em termos de serviços financeiros a serem disponibilizados aos pequenos negócios.

Por fim, neste momento em que estamos sendo impactados pelas dificuldades decorrentes das medidas tomadas para combater a pandemia do coronavírus, o Sebrae tem implementado várias medidas de apoio aos pequenos negócios. Para tanto, foi criado um site específico no qual estão sendo publicadas todas as nossas ações.



CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS DAS EMPRESAS SIMPLES DE CRÉDITO

- Não precisa de autorização de funcionamento por parte do BACEN.
- As operações de crédito precisam atender ao critério da municipalidade (sede e municípios limítrofes).
- Operações de crédito somente com capital próprio dos sócios, vedada a captação de terceiros.
- O público-alvo são os microempreendedores individuais, as microempresas e as empresas de pequeno porte.
- A mesma pessoa não poderá ser sócio em mais de uma ESC, mesmo que em municípios distintos.
- O valor total das operações de empréstimo, de financiamento e desconto de títulos de crédito da ESC não pode ser superior ao capital realizado.
- A receita bruta, assim considerada a remuneração com juros, não pode passar a R\$ 4,8 milhões por ano.
- Não poderá cobrar nada além de juros (tarifas, taxas, multa, etc.).
- O regime de tributação será pelo Lucro Real ou Presumido, não podendo, portanto, enquadrar-se no Simples.



Adalberto de Sousa Luiz

Economista especializado em Gestão Empresarial, MBA em Marketing e Finanças Corporativas

COVID-19

Accesse o QR Code ao lado e visite a área sobre o coronavírus no site do Sebrae para conhecer todas as nossas iniciativas.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.



“ OS PROBLEMAS SÃO OPORTUNIDADES PARA SE MOSTRAR O QUE SABE ”

Duke Ellington

ESSA FRASE NUNCA FEZ TANTO SENTIDO.

FOQUEM NAS COISAS BOAS.

ESTAMOS COM VOCÊS.

VOCÊ JÁ OUVIU FALAR DA PNADEMPE?

A Política Nacional de Apoio e Desenvolvimento das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (PNADEMPE) foi lançada em 2019, na 1ª Reunião Plenária do Fórum Permanente da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte. Entretanto, o Governo Federal lançará, em breve, um Decreto instituindo efetivamente essa Política Nacional.

A PNADEMPE foi concebida com o objetivo de orientar, articular e influenciar as discussões, bem como ser o arcabouço para toda ação governamental, de entidades paraestatais e até mesmo privadas, de apoio e representatividade das Micro e Pequenas Empresas (MPEs), quando atuarem em favor dos pequenos negócios.

O QUE MUDA?

Com o enfoque em temas, até então, pouco utilizados para as Políticas Públicas do segmento, tal mudança configura-se em um importante passo na busca por melhorar a governança para as ações do Estado brasileiro, nas Políticas Públicas voltadas para as MPEs, garantindo assim, pela primeira vez no Brasil, a centralidade em programas/projetos/ações focados na produtividade, emprego e competitividade, e a potencialização dos recursos nacionais para o estímulo do empreendedorismo.

QUAL O OBJETIVO?

Trazer a centralidade das Políticas Públicas Governamentais (Federal, Estadual e Municipal), das entidades paraestatais e, até mesmo, das entidades privadas de apoio e representatividade das MPEs,

bem como dos programas, projetos, ações e iniciativas primordialmente focados na produtividade, emprego e competitividade.

Dessa forma, a PNADEMPE foi constituída a partir da convergência de estudos e reflexões publicados por órgãos da administração pública federal, de reuniões no Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, de consulta pública junto à especialistas, com vistas a oferecer uma proposta estratégica nacional de longo prazo ao País. Assim, chegou-se aos seguintes pressupostos para PNADEMPE:



1. Produtividade do Trabalho, 1º Pressuposto da PNADEMPE, elaborado no sentido de aumentar a produtividade do trabalho, de modo a priorizar ações que permitam o aumento da geração de riqueza a partir do trabalho, a ampliação da competitividade potencial, a agregação de valor à produção, a integração em cadeias produtivas e a expansão dos mercados.



2. Heterogeneidade das MPE, 2º Pressuposto da PNADEMPE, elaborado com o intuito de reconhecer a heterogeneidade das MPEs, disponibilizando assim, instrumentos adequados para o desenvolvimento dos diferentes subgrupos de Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, de forma a permitir que desenvolvam suas capacidades de adaptação, aproveitando o progresso tecnológico e o aumento da concorrência.





3. Inovação (de processos e gestão), no que diz respeito ao 3º Pressuposto da PNADEMPE, este será para promover a Inovação de Processos e Gestão, fomentando mecanismos e sua disponibilização, para aplicação irrestrita de tecnologias, voltadas para o melhoramento de processos e gestão, com potencial de gerar uma real elevação da produtividade e, conseqüentemente, da economia como um todo.



4. Informalidade/Semiformalidade, por fim, o 4º Pressuposto da PNADEMPE, voltado para a necessidade de reduzir a Informalidade e Semiformalidade, revertendo o ciclo de retroalimentação da informalidade, pelo reconhecimento da importância do pequeno empreendedor para o desenvolvimento, mediante projetos com alto grau de apropriação regional, reconhecer e valorizar as necessidades e demandas locais, fomentar o desenvolvimento endógeno e a inteligência competitiva do ambiente no qual a microempresa está inserida.

DE ONDE SURTIU A PREVISÃO PARA A POLÍTICA?

Desde a década de 80 vem sendo estabelecido um tratamento diferenciado, simplificado e favorável para as microempresas e empresas de pequeno porte, além disso, desde então, as questões de políticas de apoio e de desenvolvimento a este segmento vem sendo explicitadas em normas.

A primeira dessas normas foi a Lei nº 7.256, de 27 de novembro de 1984, que estabeleceu regras integrantes do Estatuto da Microempresa, relativas ao tratamento diferenciado, simplificado e favorecido, nos campos Administrativo, Tributário, Previdenciário, Trabalhista, Creditício e de Desenvolvimento Empresarial.

Em 1994, surge uma nova norma (a Lei nº 8.864, de 28 de março de 1994) que revoga a primeira, já buscando efetivar o preceituado, agora, na Carta Magna Constitucional de 1988 (Art. 170 e Art. 179). Essa norma de 1994 não trazia a palavra estatuto, mas

“ O Brasil está no topo do ranking mundial de grandes políticas nacionais voltadas para o empreendedorismo ”

mantve os objetivos da norma anterior, conseqüentemente, entre outros, o objetivo de políticas de desenvolvimento empresarial das microempresas.

Ainda na década de 90 surge a Lei nº 9.841, de 5 de outubro de 1999, revogando a anterior, dessa vez em 1999, trazendo a configuração de Estatuto no nome e mantendo a inclusão da Empresa de Pequeno Porte (o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte) e outra vez mantendo firme a previsão de se ter o apoio ao desenvolvimento empresarial em seu Art. 1º:

dessa forma, no Art. 1º, Lei nº 9.841/99, nos termos dos Art. 170 e Art. 179 da Constituição Federal, é assegurado às microempresas e às empresas de pequeno porte tratamento jurídico diferenciado e simplificado nos campos administrativo, tributário, previdenciário, trabalhista, creditício e de desenvolvimento empresarial.

Finalmente, tivemos a promulgação da Lei Complementar nº 123, de 6 de dezembro de 2006 (atual Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte), merecendo atenção a previsão quanto à formulação da política nacional de desenvolvimento das microempresas e empresas de pequeno porte, em seu § 5º Art. 2º.

Dessa forma, de acordo com essa previsão normativa, tal explicitação legal trata-se de norma cogente, e, naturalmente, de clara importância, pois visa a sistematização das iniciativas de políticas públicas, destinadas ao apoio e ao desenvolvimento das micro e pequenas empresas, para que, integradas e harmonizadas, configurem uma estratégia uníssona, que, tratada como política de Estado, possa alcançar sua máxima efetividade, mediante aproveitamento da conseqüente garantia de estabilidade e perenidade.



QUAL O PÚBLICO QUE SERÁ IMPACTADO?

De acordo com dados obtidos no sítio virtual da Receita Federal do Brasil, em dezembro de 2019 existiam 9.430.438 microempreendedores individuais, bem como 5.096.031 microempresas e empresas de pequeno porte optantes do Simples Nacional, totalizando 14.526.469 potenciais beneficiários da instituição PNADEMPE.

É importante frisar que o número acima, consoante estudos elaborados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), representa 80% das microempresas, empresas de pequeno porte e microempreendedores individuais brasileiros, pois 80% historicamente, é a média que efetivamente optam pelo regime tributário do Simples Nacional. Sendo assim, realizando-se um cálculo matemático simples, pode-se afirmar que

18.158.086 pessoas jurídicas serão diretamente atingidas por esta proposta de Política Nacional.

Além disso, segundo dados do IBGE, em novembro de 2019 foram registrados 24,6 milhões de trabalhadores por conta própria (informais) não contemplados pelo Simples Nacional. Assim, o público poderia ser ampliado na ordem de aproximadamente 42.758.086 beneficiados, tendo em vista que um dos pressupostos das políticas é também atuar na questão da informalidade/semiformalidade.

Teremos pela frente, na efetiva implantação e divulgação da PNADEMPE, grandes desafios, mas pelos números alcançados por esta Política Nacional, verifica-se que o Brasil está no topo do *ranking* mundial de grandes políticas nacionais voltadas para o empreendedorismo, em especial na produtividade, emprego e competitividade.

REFERÊNCIAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.



Edivan do Socorro Fonseca de Miranda

Coordenador-Geral de Apoio à Micro e Pequena do Ministério da Economia

SECRETARIA ESPECIAL DE
PRODUTIVIDADE, EMPREGO E
COMPETITIVIDADE

MINISTÉRIO DA
ECONOMIA



PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL

O NOVO MARCO REGULATÓRIO DO SISTEMA DE FRANCHISING BRASILEIRO

Em uma análise inicial do novo texto da Lei de Franquias, pode-se concluir que o intuito foi o de trazer maior segurança e transparência às relações entre empresários e investidores do sistema. Em vigor desde o último dia 26 de março de 2020, a Nova Lei de Franquias nº 13.966/2019 tende a se tornar um marco extremamente benéfico ao setor, considerando-se que é um dos que mais vem crescendo na economia brasileira nos últimos anos.

Houve um amplo debate no Congresso Nacional sobre a importância de uma atualização da Lei para padrões mais atuais e modernos, aproximando franqueadores e franqueados de todo o processo a fim de chegar a um texto minimamente de consenso para uma aprovação célere.

Tendo como um dos maiores fatores de interesse de investidores, o sistema de franquias visa minimizar os riscos de investimento na abertura de um negócio, pois agrega em sua oferta produtos e modelos de negócios já testados e relativamente aprovados, razão pela qual surgiu uma necessidade de modernização de sua legislação para maior

transparência e segurança jurídica na relação entre as partes envolvidas.

Neste sentido, temos mudanças importantes que devem ser destacadas do novo texto da Lei, conforme serão delineadas a seguir.

DA CIRCULAR DE OFERTA DE FRANQUIA (COF)

Na Nova Lei de Franquias, deu-se a devida relevância à COF de forma mais contundente, considerando as inúmeras demandas e conflitos decorrentes de problemas de sua redação ou mesmo de sua ausência na relação.

O Franqueador, conforme a nova redação, deve, ao menos, ter requerido o registro da marca, caso já não seja o titular desta ou autorizado por este.

Com a Nova Lei, a COF deve ser emitida pelo franqueador e estabelecer mais de 38 informações, agora devidamente listadas na lei, as quais se desdobram em várias outras, complexas e detalhadas.

Entre estas informações, deve estar com clareza e de forma objetiva todas as penalidades contratuais previstas.



FRANCHISING

“A Lei traz uma novidade: a permissão para utilização do método de franquias por empresas estatais ou entidades sem fins lucrativos, independentemente do segmento de atividades”

Pelo novo texto da Lei, e de forma clara e objetiva, restou estabelecido que havendo pelo franqueador a identificação a qualquer momento, antes, durante ou após a contratação, que alguma informação da COF estava equivocada, poderá denunciar o contrato, invocando a **“anulabilidade ou nulidade, conforme o caso, e exigir a devolução de todas e quaisquer quantias já pagas ao franqueador, ou a terceiros por este indicados, a título de filiação ou de royalties, corrigidas monetariamente.”**

Trata-se de uma grande ferramenta para inibir abusos e o desequilíbrio de forças entre as partes, franqueadores e franqueados, visando uma diminuição significativa de litígios e buscando um maior aperfeiçoamento dos contratos e das relações no sistema de franquia.

RELAÇÃO DE CONSUMO

Igualmente a questão da inexistência de relação empregatícia, outra questão polêmica era a eventual aplicação do Código de Defesa do Consumidor em certas relações regidas pela antiga Lei de Franquias.

Com a atual redação do Art. 1º, da Nova Lei de Franquias, também foi devidamente sanada, evitando-se a continuidade de consequências jurídicas, entre elas, eventualmente, a invalidade de cláusulas ou mesmo privilégios compensatórios ao franqueado, desvirtuando o caráter comercial e empresarial do vínculo existente entre as partes.

FRANQUIAS PÚBLICAS

Ainda no Artigo 1º, a Lei traz uma novidade: a permissão para utilização do método de franquias por empresas estatais ou entidades sem fins lucrativos, independentemente do segmento de atividades.

Para estes casos, houve uma inovação com a não imposição de entrega da Circular de Oferta de Franquia (COF) para os franqueados, como normalmente é exigido de franquias privadas, sempre com a antecedência de 10 dias do contrato, pré-contrato ou pagamento de taxas.

Esta distinção se deve ao fato de que franquias desta natureza se darão por licitação ou mesmo pré-qualificação em procedimentos dos órgãos ou entidades públicas envolvidas, devendo a COF já ser parte integrante do início do próprio processo de seleção, tais como Caixa Econômica Federal, Petrobras, Banco do Brasil ou BNDES.

Houve ainda o Veto ao Art. 6º e seus parágrafos, tendo como razões os seguintes fundamentos:

“A propositura legislativa, ao autorizar as empresas públicas, as sociedades de economia mista e as entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios, a adotar o sistema de franquia, com obediência à Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 (Lei de Licitações), no que couber ao procedimento licitatório, gera insegurança jurídica ao estar em desconpasso e incongruente com a Lei das Estatais (Lei nº 13.303/2016), a qual dispõe que as empresas estatais realizam procedimentos licitatórios com base neste marco regulatório.”



FOTO: FREEPIK

OBRIGATORIEDADE DA LÍNGUA PORTUGUESA

Trata-se de mais uma medida muito bem vinda para também auxiliar em uma maior transparência e compreensão da relação entre franqueadores e franqueados, em especial, marcas internacionais.

A medida visa uma melhor compreensão dos termos de negócios pelos franqueados, sendo uma exigência tanto para a COF como também aos contratos de franquia internacionais, devendo estar não apenas em português, mas também redigidos de forma clara e objetiva, deixando destacado também que eventuais traduções terão seus custos sob responsabilidade do franqueador.

Para melhor compreensão, assim estão redigidos os artigos da Nova Lei:

Art. 2º Para a implantação da franquia, o franqueador deverá fornecer ao interessado Circular de Oferta de Franquia, escrita em língua portuguesa, de forma objetiva e acessível.

Art. 7º, parágrafo segundo – os contratos de franquia internacional serão escritos originalmente em língua portuguesa ou terão tradução

certificada para a língua portuguesa custeada pelo franqueador, e os contratantes poderão optar, no contrato, pelo foro de um de seus países de domicílio.

RELAÇÕES DE TRABALHO

A Nova Lei, já em seu Art. 1º, deixa clara a ausência de qualquer elemento que possa caracterizar qualquer tipo de vínculo trabalhista entre franqueadores e franqueados, dando maior simplicidade e objetividade ao texto.

“Art. 1º.

(...)sem caracterizar relação de consumo ou vínculo empregatício em relação ao franqueado ou a seus empregados, ainda que durante o período de treinamento.”

Não apenas torna mais simples sua compreensão, como também evitará conflitos judiciais a respeito do tema, que geravam prejuízos a ambas as partes, não obstante a insegurança jurídica evidente que se traduzia em judicializações constantes de conflitos entre as partes.



DAS FRANQUIAS INTERNACIONAIS

Mais uma novidade da Nova Lei de Franquias, não prevista na legislação ora revogada, é a permissão expressa de celebração de contratos internacionais de franquia.

Vedada pela Lei anterior, em seu Art. 8º, que permitia apenas a aplicação da Lei a franquias instaladas e operando em território nacional, passou a ser expressamente autorizada pela Nova Lei. Pelo contrário, a legislação anterior previa, no Art. 8º, que o que nela disposto aplicava-se aos sistemas de franquia instalados e operados em território nacional.

Permitirá não apenas uma concorrência mais livre entre marcas renomadas nacionalmente e internacionalmente, mas também a vinda destas ao País, não obstante o incremento de *know-how* internacional, em áreas sensíveis como de tecnologia, saneamento, energia, serviços bancários dentre outros.

FORO INTERNACIONAL

A possibilidade de eleição de um foro internacional para dirimir eventuais conflitos jurídicos é mais uma das inovações da nova Lei de Franquias, todavia, apenas se as duas partes (franqueador e franqueado) constituam e mantenham um representante legal ou procurador

devidamente qualificado e domiciliado no País do foro definido, com específicos poderes para representá-los administrativa e judicialmente, inclusive para receber citações.

Ainda que seja uma inovação, recomenda-se a escolha de um foro internacional apenas em casos em que se tenha negociado, na relação, considerável vantagem contratual que venha a superar a ausência de um foro no Brasil.

Isto porque a mencionada regra pode impor ao franqueado custos adicionais consideráveis pela representação em outro país.

SUBLOCAÇÃO

A figura da sublocação em contratos de franquia veio trazer uma proteção a mais ao franqueado, em especial, aquele que for sublocatário da loja em que esteja instalada a franquia.

Neste sentido, traz a novidade de legitimar tanto franqueador como o franqueado a eventualmente propor medidas judiciais que venham a ser necessárias em uma renovação de contrato de locação do imóvel.

E vai além, expressamente vedando a exclusão do franqueado ou mesmo do franqueados de contratos de locação e de sublocação, especialmente nos momentos de renovação ou prorrogação.

Mas admite a exclusão na hipótese de uma das partes tornar-se inadimplente perante as demais, tanto em razão da franquia como da própria locação do imóvel.

Estas são as primeiras impressões sobre o texto da Nova Lei de Franquias, cujos efeitos esperava-se serem sentidos em curto espaço de tempo, não fosse o advento da Pandemia da Covid-19, gerando inúmeras restrições ao comércio de bens e serviços, de toda natureza.

Portanto, serão necessários um acompanhamento e uma análise mais aprofundada de acordo com que as medidas de afastamento social cessem, com a retomada a normalidade das atividades econômicas não apenas no Brasil, mas no mundo, havendo espaço neste período para que franqueadores e franqueados venham a se adaptar as novas regras.

Ainda há uma controvérsia na Nova Lei de Franquias, eis que se teve em sua promulgação o veto ao Artigo 6º, cujo texto tratava da autorização para a adoção do sistema de franquia por empresas públicas, sociedades de economia mista e entidades controladas direta ou indiretamente pelos Entes Públicos (União, Estados e o DF).

Todavia, manteve-se inalterado o §2º do Artigo 1º da Nova Lei, que objetivamente informa que a franquia pode ser adotada, dentre outras, por empresa estatal, independentemente do segmento em que desenvolva suas atividades.

Entendemos que, assim como restou consolidado o texto da Lei, há respaldo legal e jurídico a embasar o posicionamento de várias fontes, no sentido de que permaneceu autorizada a adoção do sistema de franquias por empresas públicas, ainda que não tenha ficado claro a regulamentação de sua forma de oferta, que a princípio se mostra viável, por meio da aplicação dos dispositivos licitatórios da Lei nº 8.666/1993, ainda que tenham surgido várias correntes sobre o tema.

Conheça o estudo comparativo da Nova Lei de Franchising.

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar o estudo via QR Code.



“ A Asbraf continuamente estará monitorando os fatos e os acontecimentos, tanto em relação aos desdobramentos da Pandemia da Covid-19 e seus efeitos no mercado, quanto a entrada em vigor da Nova Lei nº 13.966/2019 ”

Certamente, caberá ao Poder Público, em havendo interesse, conveniência e necessidade, buscar os caminhos necessários a uma eventual regulamentação das regras a serem adotadas para a oferta de franquias públicas, considerando a autorização mantida pela Nova Lei de Franquias, a teor do Artigo 1º, §2º.

A Asbraf continuamente estará monitorando os fatos e os acontecimentos, tanto em relação aos desdobramentos da Pandemia da Covid-19 e seus efeitos no mercado, quanto a entrada em vigor da Nova Lei nº 13.966/2019. Em especial, também, quanto aos aspectos mais relevantes voltados aos franqueados, prestando sempre informações e todo o apoio a seus associados neste momento histórico e extremamente delicado.



Raul Canal

Presidente da Asbraf

CINCO DICAS DE GESTÃO PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS ENFRENTAREM A CRISE DO CORONAVÍRUS

Especialista do Sebrae, Enio Pinto, destaca a importância de buscar o equilíbrio entre despesas e receitas

FOTO: FREEPIK



A crise econômica provocada pela pandemia do coronavírus tem causado enormes prejuízos à economia global, atingido a saúde das empresas, que se veem diante de uma queda do volume de vendas. Para ajudar os pequenos negócios a superarem esse momento, o Sebrae está desenvolvendo um conjunto de soluções voltadas a atender a cada um dos segmentos mais atingidos. De acordo com o gerente de Relacionamento com o Cliente do Sebrae, Enio Pinto, a crise pode ser uma oportunidade para o empreendedor criar soluções inovadoras, que contribuam com o desenvolvimento e a profissionalização do negócio. “No passado, as grandes empresas engoliam as pequenas. Hoje, nós vemos que são as empresas mais ágeis que superam as mais lentas. E, nesse sentido, o pequeno negócio tem mais agilidade e pode se adequar mais rapidamente e dar respostas mais céleres, no contexto de crise”, comenta Enio Pinto.

Segundo o especialista, a crise é causada fundamentalmente por um problema de caixa. Na medida em que a população se vê forçada a circular menos e evita sair de casa, o consumo de produtos e serviços tende a ter uma queda significativa. “Se o problema é de caixa, a gente precisa buscar o equilíbrio. Isso passa por tentar reforçar as receitas, por um lado, e reduzir os custos de outro”, diz o gerente Enio Pinto.

Confira cinco dicas do Sebrae para aumentar as vendas e reduzir os custos no momento de crise:



1º USO DE MÍDIA SOCIAIS

No momento em que o cliente se retraiu e está praticamente recluso em casa, os donos de pequenos negócios precisam usar ferramentas digitais para chegar até o público. Uma solução rápida e de baixo custo é investir na criação de perfis da empresa nas principais mídias sociais (Instagram e Facebook).



2º PLATAFORMAS DE VENDAS ON-LINE

Se a sua empresa ainda não conta com ferramentas de venda on-line, esse é o momento de tomar essa atitude. Avalie qual das diferentes plataformas disponíveis no mercado mais se adequa às suas necessidades.



3º APLICATIVOS DE DELIVERY

Prestadores de serviço e negócios de alimentação fora do lar começam a sofrer com a ausência de clientes. Neste caso, é melhor o empresário se adequar para pagar as taxas cobradas pelos aplicativos de delivery do que não vender nada. No segmento de alimentação, a adesão dos bares e restaurantes a esses aplicativos se tornou praticamente uma necessidade neste momento de crise provocada pelo coronavírus. Se você ainda tinha alguma resistência a esse modelo, essa é a hora de repensar sua estratégia.



4º AVALIE SEUS CUSTOS

É fundamental que o empreendedor conheça profundamente os custos da sua empresa e seja capaz de avaliar quais são aqueles imprescindíveis para manter o negócio operando. Em um contexto de queda do faturamento, ele precisa priorizar aqueles que são realmente fundamentais e cortar ou reduzir os demais.



5º NEGOCIE COM SEUS FORNECEDORES

Com a queda do faturamento, você vai precisar negociar com seus fornecedores um melhor prazo para cumprir seus compromissos. Essa negociação pode trazer o fôlego necessário para manter em dia aqueles gastos e despesas que não podem ser adiados.



SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

OS CUIDADOS
PARA VOCÊ NÃO
ENTRAR NUMA

FRANQUIA FURADA



Nestes tempos de saída da crise econômica só se fala em inovação, transformação, monetização, *startup*, escalonável e muitos outros termos que causam um enorme furor no mundo dos negócios. Todos estão ligados em negócios e em oportunidades, e não há nada mais excitante do que uma ideia original, um produto novo sensacional ou mesmo uma maneira diferente de executar um serviço! A boa notícia é que muitas dessas oportunidades já estão com franquias supernovas no mercado.

Atingimos a marca de 3.538 organizações franqueadoras, que oferecem negócios em 23 setores diferentes da economia, distribuídos por quase 150 ramos de atividade. E a nossa rede de franquias, instaladas e espalhadas por todos os cantos do país, chegou ao fantástico número de 222 mil unidades.

Esta rede de negócios já representa mais de um terço do consumo no varejo. Isso quer dizer que, a cada R\$1,00 gasto diariamente por um consumidor, R\$0,33 entram direto no caixa de uma franquia.

UM DILEMA: EXCESSO DE OFERTA

Mas ao lado desse enorme mercado – que cresce a passos largos e continuará crescendo – há um dilema: temos uma baixa produtividade na relação quantidade de franquias por franqueador. A taxa de crescimento de novos franqueadores é maior do que o crescimento da rede franqueada.

Quando comparamos a produtividade das redes de franquias brasileiras com as redes do consolidado mercado dos Estados Unidos, essa baixa produtividade fica bem mais gritante.

Na média, são quase 1.000 franquias por franqueador norte-americano e, no Brasil, essa média permanece estável em 62 unidades franquias por franqueador.

NEGÓCIOS INOVADORES

Nos últimos cinco anos, foram lançadas mais de 1.000 novas marcas, e mais outras 1.000 estão a caminho. Acredito que todas serão lançadas e estarão carregadas de inovações que deverão atrair uma enormidade de empreendedores, os quais investirão uma significativa parcela de suas economias para associarem-se a um negócio novinho.

PODEMOS REVERTER ESTE CRESCIMENTO DE FRANQUIAS INEXPERIENTES?

A resposta é: não devemos nem tentar, pois essa é a dinâmica do mercado, crescer e expandir, enquanto existir o consumidor para franquias novas, baratas, minis, micro e todos os apelos utilizados.

Todavia, a minha crença de virada transformadora no mercado de franquias, nos próximos anos é orientada para o candidato. Melhorando e investindo na educação do pretendente com ferramentas que permitam a busca de informações e a análise orientada para a tomada de decisão daquela que será a melhor franquia por escolha exclusiva do candidato.





MAS COMO CONHECER ANTECIPADAMENTE O RISCO ASSOCIADO A UMA FRANQUIA NOVA?

Bom, para começar, vamos identificar alguns tipos diferentes de franquia nova. Jornais e revistas diariamente divulgam que as franquias x, y e z estão lançando novos modelos, sempre mais compactos para combater a crise ou mesmo para atingirem novos e menores mercados. Então o modelo de negócio anterior era ruim? Quantas dessas novas unidades o franqueador já montou e operou como teste para certificar que funcionem? E por quanto tempo?

É bom lembrar que, quando você modifica o tamanho do negócio, está modificando tudo, da quantidade de funcionários até a forma de operar e vender. E o que dizer do investimento, dos custos e das receitas?

Outro tipo de franquia nova é aquela em que o franqueador tem o negócio há muito tempo, mas, até então, nunca havia experimentado uma expansão com franquias. Nesse caso, o franqueador é novo e não o negócio. O risco está diretamente associado à sua inexperiência em lidar com franquias e com franqueados.

AFINAL, QUAL É O MAIOR RISCO?

Por último, aquele de maior risco: negócio novo e não testado com franqueador novo.

Nos últimos cinco anos, 31% das franquias lançadas no mercado não haviam completado um ano entre a fundação do negócio e o início da expansão com franquias. Como é possível conhecer um negócio que não completou nem um ano de vida? Como é possível passar experiência de quem não tem para quem está comprando, na essência, experiência?

É igualmente assustador saber que, neste último quinquênio, 43% dos franqueadores (mercado total) não possuíam nenhuma unidade própria. E unidades próprias significam testar o negócio e o conceito para comprovar o método de operar com sucesso. Também significa conhecer com detalhes todos os números oferecidos, como volume de investimentos, retorno, ponto de equilíbrio, e rentabilidade do negócio. Afinal, para esses franqueadores é sempre bom perguntar: se o negócio é tão bom para mim, por que eles mesmos não acreditam no seu próprio?

Muitas dessas franquias foram premiadas com selos de qualidade, de excelência e consideradas top de mercado. É possível confiar?

Para avaliar risco em uma nova franquia, temos que considerar duas variáveis. A primeira é o tempo de operação do negócio que está sendo franqueado. E não confunda tempo no negócio com tempo de fundação da indústria, como "desde 1899". Isso quer dizer muito tempo produzindo e vendendo produtos, mas sem conhecer o modelo de negócios que está sendo oferecido como franquia (geralmente, no varejo com lojas).

A segunda variável é, antes de iniciar com franquias, ter operado uma, ou melhor, várias unidades próprias do negócio, testando a operação junto a consumidores e vários mercados, o que significa experiência comprovada no negócio.

Assim, podemos admitir uma nova franquia com um franqueador iniciante, mas nem pensar em um negócio totalmente novo que não tenha sido testado. Risco total – fuja desse conceito ou você será o rato de laboratório que deverá inocular o novo medicamento ainda em teste.

“Nos últimos cinco anos, foram lançadas mais de 1.000 novas marcas e mais outras 1.000 estão a caminho”

A GRANDE QUESTÃO É: QUANDO A FRANQUIA PODE SER CONSIDERADA FORTE O SUFICIENTE PARA QUE VOCÊ SINTA CONFORTO EM INVESTIR E TAMBÉM PROJETAR UM CRESCIMENTO SEGURO DO NEGÓCIO POR UM PRAZO LONGO?

Considere, ao avaliar uma nova franquia no mercado, seis pontos que um franqueador deve oferecer aos franqueados. Se o franqueador responder a todos com firmeza, pode começar a pensar que estará entrando em algo que será grande:

1. BOM CONCEITO

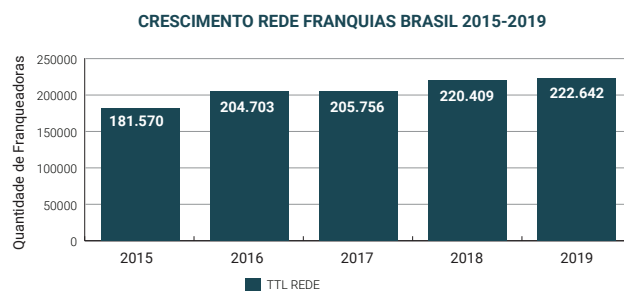
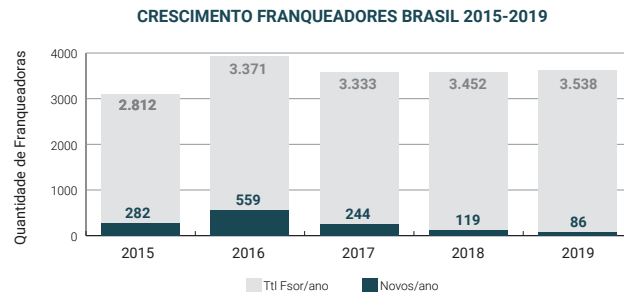


Um franqueador começa seu negócio identificando um nicho de mercado para ser explorado, algum segmento que não estava sendo bem atendido. A maneira como esta empresa lida com seu nicho será o fator decisivo para o sucesso do negócio.

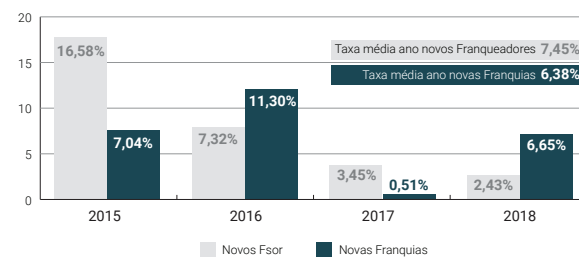
Qual a razão do consumidor optar por este conceito em detrimento de outros?

Um exemplo são as paletas mexicanas. Podemos dizer que é um produto inovador, de rápido consumo, saboroso, com o preço acessível e que simplesmente desbancou o já cansativo picolé. Contudo, esse produto inovador foi colocado em um conceito de negócio sem a devida proporção, a Paletteria. Investimento altíssimo para vender um produto de ticket médio baixo com ciclo de vendas sazonal. Mobiliário, equipamentos, instalações e pontos comerciais exigindo alto investimento tornando o conceito de negócio completamente inviável.

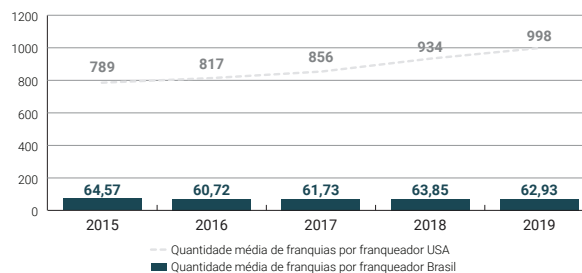
OS NÚMEROS DAS FRANQUIAS E DOS FRANQUEADORES NO BRASIL



TAXA DE CRESCIMENTO FRANQUEADORES X REDE FRANQUIAS BRASIL 2015-2019



PRODUTIVIDADE | REDE FRANQUIAS BRASIL x REDE USA



FRANQUEADORES SEM EXPERIÊNCIA



Sobre o conceito do negócio, é necessário considerar se um nicho de mercado é atendido e por quanto tempo. Essa quantidade de consumidores potenciais é grande o suficiente para manter o negócio por muito tempo, todos os dias? Se a franquia que você está interessado possui produtos que geram um ticket médio de baixo valor, você precisará de uma enorme quantidade de consumidores.

O reconhecimento da marca é muito demorado e caro, mas é um dos ativos mais importantes que uma franquia pode ter. Uma franquia nova ainda não tem esse reconhecimento e você vai fazer parte do desenvolvimento para o franqueador.

Você deve ter certeza que estará confortável com esses desafios que são a quantidade de tempo, de dinheiro e de esforço que será gasto para ajudar a construir essa marca.

2. BOAS COMPRAS



Dos franqueadores brasileiros, 64% vendem produtos para seus franqueados. Será que você terá o melhor produto e insumos para o negócio nas melhores condições?

Outra vantagem que uma franquia deve lhe trazer, é a força de pertencer a um grupo maior. Tal fato permite que você obtenha os melhores preços de compras para insumos, podendo compartilhar os custos de desenvolvimento dos produtos e serviços e, em especial, o de propaganda. Se você estiver numa franquia nova com poucos franqueados, ou mesmo sozinho, por pelo menos um tempo, certamente terá que gastar um pouco mais do que deveria.

3. NEGÓCIO SISTEMATIZADO



Quando você compra uma franquia, está adquirindo um negócio sistematizado que funcione. Esse funcionamento do negócio deve estar detalhado em manuais que foram utilizados durante o seu período de treinamento. Somente com isso, seu negócio pode decolar rapidamente, sem que sejam cometidos erros que podem

sair muito caros. Os manuais devem incluir todas as facetas do negócio, de vendas até sua parte financeira, além de informações de gerenciamento de recursos humanos que lhe ajudarão na contratação e no treinamento de seus funcionários. Você não tem que adivinhar e deve achar com facilidade todas as respostas para o gerenciamento do negócio nos manuais e, especialmente, no treinamento.

4. PROTÓTIPOS DE SUCESSO



Talvez a maior alegria associada a uma franquia é aquela em que você está usando um sistema de negócios, um conceito de sucesso comprovado. Antes de se tornar parte de qualquer sistema de negócio, especialmente se for uma franquia novata, tenha certeza de que as unidades operadas pelo franqueador (unidades próprias) realmente funcionam. Se o franqueador não abriu com muito sucesso pelo menos dois protótipos (de preferência vários), não haverá nenhuma certeza de que o sistema está provado e de que ele funcione. Além disso, esses protótipos precisam ter a capacidade de resistir ao teste do tempo. Se não estiverem abertos e funcionando por pelo menos alguns anos, como você poderá ter certeza de que o conceito realmente funciona?

5. DINHEIRO



Talvez a razão número um para empresas falharem é faltar o dinheiro necessário para se estabelecerem no mercado. Seu franqueador deve ser capaz de dizer-lhe quanto você vai precisar para investir em equipamentos, na construção e no mobiliário. Principalmente, deverá lhe dizer o quanto de capital será necessário para o giro do negócio e por quanto tempo até que suas receitas consigam cobrir totalmente as despesas.

Franqueadores mais jovens normalmente não têm tanta experiência quando comparados com aqueles já totalmente estabelecidos. Isso prejudica a qualidade de informações sobre os custos



iniciais, especialmente para um mercado novo. Franqueadores iniciantes podem ter tido sorte na sua primeira unidade e podem subestimar suas necessidades de capital durante o início da operação. Seja sábio e reserve mais dinheiro do que o orientado pelo franqueador evitando surpresas.

6. UM TIME DE GESTÃO DEDICADO AO NEGÓCIO



Jovens franquias falham em seus primeiros cinco anos de atividade. Frequentemente, essa falha tem origem na falta de bons profissionais na franqueadora que possam manter o sistema funcionando e crescendo.

O fluxo de caixa de uma nova empresa é muitas vezes limitado. No entanto, a necessidade de especialistas muito bem pagos é substancial e podem ocorrer alguns problemas reais, se o sistema que você faz parte não tem o pessoal interno adequado. O suporte esperado, como localização, construção e instalações, operações, compras, jurídico, contabilidade, treinamento e venda de franquias, precisa ser executado, e geralmente exigem bastante dinheiro do franqueador.

Funcionários de uma nova empresa franqueadora estão orientados para vender mais franquias, dedicando pouca atenção aos franqueados iniciantes. Tenha cuidado com isso – certifique-se de que há número suficiente de pessoas na equipe para o suporte.

Então, como essas franquias começam sua expansão? Obviamente, alguém tem que ser o primeiro, assim sendo por que não você? Depende de uma simples palavra de cinco letras: RISCO.

Uma boa franquia iniciante não vai querer que você assuma todo o risco - vão abrir as primeiras unidades próprias para experimentarem e estudarem o conceito, aperfeiçoando o sistema de operação. Somente quando tudo estiver funcionando bem, irão convidar franqueados para se juntarem ao seu crescimento.

Há uma questão final para você mesmo: estarei seguro? Mesmo no maior e mais comprovado sistema de franquias, sempre haverá algum risco. Assim, deve-se estudar o mercado, a franquia e a concorrência. Se, depois de entender totalmente o negócio, você sente que o franqueador está em conformidade com todos os pontos acima e realmente oferece um negócio único e valioso, vá em frente!

“ Tome a
dianteira, seja
líder e inspire
confiança ”



ALÔ, SOU SEU FRANQUEADO O QUE ESPERO DE VOCÊ E SUA EQUIPE EM TEMPO DE CORONAVÍRUS

Primeiro – Tome a dianteira, seja líder e me inspire confiança: monte seu comitê de apoio e faça a área de operações estar em contato diário e permanente com todos nós.

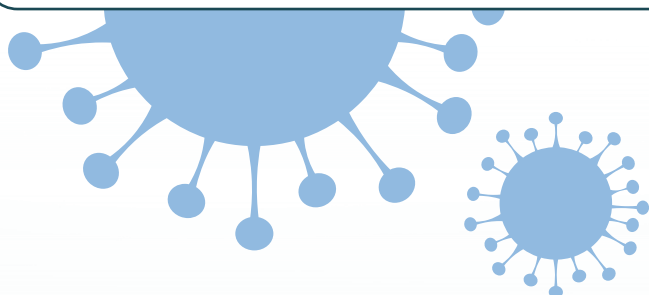
Vamos ter que reinventar o negócio e nós mesmos – por isso não me venha com o “não pode” e troque pelo “vamos te ajudar a fazer da melhor forma, já agora, hoje!”.

Segundo – Esqueça as obviedades, preciso saber como realizar: todos sabemos que vamos fazer entregas e vender pelas mídias sociais. Veja o que alguns franqueados estão fazendo e realizando para vender e entregar e trate de apoiá-los. Nem tente impor um padrão e o mais importante, conte para todos nós as boas experiências e os resultados obtidos pelos franqueados que estão fazendo acontecer. Se não puder me ajudar, por favor não me atrapalhe!

Terceiro – “A Escolha de Sofia” – preciso de seu apoio e sua orientação: vou demitir minha equipe! É um fato e muito me dói.

Para salvar alguns terei que sacrificar outros ou simplesmente fechar agora. Não sei quanto tempo poderei sobreviver com as contas que continuam chegando e totalmente sem receitas. Não vou conseguir pagar os encargos, aviso prévio, multas ou mesmo realizar rescisões formais – me tranquilize oferecendo ajuda para eventuais consequências futuras. Banque a minha decisão e fique ao meu lado! Não quero escutar nada que possa me amedrontar mais do que já estou e nem pense em colocar seu advogado para nos orientar sobre o que não podemos fazer e me deixar ainda mais inseguro.

E por último – Não me diga o que devo fazer, mas me ajude a fazer aquilo que eu localmente possa realizar!



Marcus Rizzo

Administrador de empresas com MBA em Franchise pela Nova University e fundador da ABF

“VAMOS VENCER”

PROGRAMA DO GOVERNO FEDERAL ORIENTA EMPRESÁRIOS EM TEMPOS DE PANDEMIA

Vamos vencer

Medidas de Apoio ao Setor Produtivo

SECRETARIA ESPECIAL DE
PRODUTIVIDADE, EMPREGO E
COMPETITIVIDADE

MINISTÉRIO DA
ECONOMIA



Página criada pelo Ministério da Economia é atualizada constantemente e apresenta soluções para os segmentos da indústria, comércio e serviços

Os impactos causados pelo novo coronavírus na economia brasileira ainda são imensuráveis. Com o objetivo de diminuir os danos aos empresários, a Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade do Ministério da Economia (Sepec/ME) lançou recentemente a página “Vamos Vencer”, que contém diversas medidas de apoio ao setor produtivo brasileiro.

O adiamento do pagamento dos Impostos Federais no Simples Nacional; a criação de linhas de crédito em condições especiais; e a suspensão de processos de cobrança da dívida ativa da União são algumas das medidas tomadas e expostas no portal, que é atualizado constantemente.

Também constam orientações de fôlego ao fluxo de caixa, flexibilização trabalhista, crédito, seguro e garantias para os seguintes perfis: indústria de grande e médio porte; indústria de pequeno porte; comércio de grande e médio porte; comércio de pequeno porte; serviços de grande e médio porte; e serviços de pequeno porte.

Acesse e saiba mais: www.gov.br/vamosvencer.



Andrew Simek

Editor-chefe, jornalista
e pós-graduado em Gestão da
Comunicação e Crise de Imagem

FRANQUEADOS MULTIUNIDADES

O QUE REALMENTE SIGNIFICA PARA O SISTEMA DE FRANCHISING BRASILEIRO?

Durante o passar do tempo, o sistema de franchising, em sua evolução, foi se adaptando e criando os mais variados formatos nas suas unidades, seja a loja tradicional, seja o quiosque, grande, médio, pequeno, corners, *home based*, enfim, opções que permitem muitas possibilidades, o que é bastante positivo. O sistema hoje oferece muitas oportunidades e criam alternativas que facilitam a captação de franqueados, além de promover a entrada no mercado de forma mais competitiva. Porém, o que ocorre se essa diversidade for concentrada em um único operador? Um único franqueado, que pode operar uma mesma marca ou as mais variadas, inclusive em mais de um segmento. O que realmente tal concentração significa para o mercado de franchising brasileiro?

Ainda para complementar, franqueadores têm optado por estar onipresentes, ou seja, estão presentes em lojas e no *e-commerce*, operam com venda direta e indireta, no modelo *store in store*, entre outros, com o objetivo de ampliar as alternativas para seus clientes, o que exige do franqueado atenção redobrada em sua gestão. Agora acrescente a este cenário o fato de ter franqueadores estabelecendo metas de crescimento exigentes e, em alguns casos, tendo unidades próprias concorrendo com sua respectiva rede de franqueados, em um movimento que mostra a intenção de controlar e dar ritmo próprio neste momento em que os canais de vendas se desencadeiam. Em função desses acontecimentos, acredito que a Associação Brasileira de Franchising (ABF) classificou, em documento referente ao desempenho do 1º Trimestre de 2018, este



formato de concentração de unidades em um único franqueado como sendo Franqueados Multiunidades, os quais podem ser:

- **Desenvolvedor de área:** o franqueado recebe um território para explorar com lojas de sua propriedade.
- **Master-franqueado:** franqueado adquire o direito de explorar uma determinada área, seja com lojas de sua propriedade, seja sub-franqueando algumas unidades.
- **Sequencial não projetado:** o franqueado pode adquirir novas unidades da rede mediante desempenho.
- **Sequencial projetado:** o franqueado já entra na relação com um plano de expansão de suas lojas.

É importante classificar o que é bem característico do franchising, a fim de criar padrões para organizar melhor o crescimento e estabelecer os papéis de cada um. Mas o que realmente tem acontecido na prática? Como franqueados estão agindo ou observando essa subdivisão de sua atuação?

Soma-se, ainda, o fato de termos hoje, no sistema de franquia brasileiro, uma verdadeira proliferação de marcas franqueadoras dos mais variados negócios, dos mais variados tamanhos e formatos. Marcas que já nascem projetando seu crescimento por meio do franchising, outras que desenvolvem projetos baseados nos preceitos do sistema e buscam investidores para iniciar o piloto. O sistema virou a febre do momento - parece que tudo pode ser franqueado. Será que pode mesmo? Vale destacar aqui, que as empresas que querem franquear suas marcas devem passar por uma série de etapas

“O que ocorre se essa diversidade for concentrada em um único operador?”

consistentes no sentido de ter sua gestão, sua estrutura, seus processos minimamente eficientes para poder dar todo o suporte necessário ao novo franqueado, de modo que quem quiser investir e se tornar franqueado deve, primeiramente, procurar um profissional que entenda muito do sistema para que possa ser assessorado, pois, podem encontrar no caminho aventureiros aproveitando essa febre em que o franchising no Brasil está bastante energizado.

No que se refere à concentração de operadores conduzindo várias unidades de uma mesma marca ou de marcas diversas, temos que colocar nosso olhar nesse movimento que estimula a concentração da gestão em alguns franqueados. Estes, por sua vez, devem ter em seu perfil características para realizar investimentos em sua estrutura de suporte e aproveitar ao máximo todos os recursos que a tecnologia oferece para gerar eficiência, como também criar uma rotina de análise periódica de desempenho e uma agilidade na tomada de decisões. Por outro lado, cria-se grupos fortalecidos, que vão excluindo novos investidores que queiram se tornar franqueados, principalmente se o multifranqueado tiver uma relação bem próxima com o franqueador e resultados de crescimento recorrentes.

Vendo por outro ângulo, possibilita que franqueadores criem sua própria estrutura como multifranqueados e passem a operar diretamente numa atividade, que eu diria, disfarçada, pois o cerne do sistema de franquia está na captação de investidores para operacionalizar as unidades, facilitando a expansão pelos quatro cantos do País. Outrossim, essas operações de multifranqueados conduzidas por franqueadores já existem e abrem campo para serem ampliadas, o que descaracte-

riza totalmente o que, historicamente, dita a relação entre franqueadores e franqueados. É preciso ligar o alerta e estar atento, pois tal movimento tem acontecido no Brasil e em outras partes do mundo. O ambiente competitivo faz com que se criem alternativas para manter e fazer crescer os resultados dos franqueadores. No entanto, a busca para encontrar perfis de franqueados com essa “pegada”, hoje necessária, torna-se desafiadora. O que não pode acontecer é perder a qualidade dos produtos e serviços, por isso deve-se estar sempre investindo no desenvolvimento e na capacitação dos franqueados e operadores.

No entanto, há pontos positivos que podemos elencar, principalmente se formos considerar o ponto de vista do franqueado. Finalmente, há o reconhecimento, pois, com o passar do tempo, e o crescimento das unidades, não havia um apoio formal aos franqueados que investiram e montaram uma estrutura de suporte para sua rede. Outro ponto importante, é que franqueados podem ampliar seus horizontes e preparar um plano de expansão mais ousado, inclusive atuar em praças distantes da sua, se assim a marca franqueadora permitir. Como também investidores, ou grupo de investidores, podem entrar no mercado de franquias de forma estruturada e com projeções de crescimento de longo prazo.

O franchising brasileiro tem evoluído, e institucionalizar a atividade do multifranqueado é extremamente importante. O que devemos refletir é quais serão as próximas etapas nesta evolução e mais: será que continuará sendo definido apenas por um dos lados, o dos franqueadores? Como fica então a participação dos franqueados? Vão estar vendo tudo acontecer ou podem ser atuantes nestas inovações? Afinal, são os franqueados que operam o negócio na ponta e trazem os resultados para toda a rede, impulsionando cada vez mais este fantástico sistema.



Douglas Nunes

Empreendedor, Consultor,
Palestrante e Diretor de Relações
Institucionais da Asbraf

Banco do Brasil oferece condições diferenciadas às pequenas empresas

No BB, a saúde e a segurança de nossos clientes, funcionários e toda a comunidade são prioridade. Monitoramos continuamente a situação e os impactos do novo coronavírus - COVID-19 e seguimos as diretrizes estabelecidas pelo Ministério da Saúde.

Neste cenário de incerteza, é nosso papel ser a ponte necessária para manter seus negócios em normalidade, garantindo serviços seguros e com qualidade. Para isso, reforçamos nosso apoio ao sistema de franchising, com as seguintes medidas:

Financiamento da Folha de Pagamento

Para empresas com faturamento anual entre R\$ 360 mil e R\$ 10 milhões e que já processam sua folha de pagamento junto ao BB, com taxa de juros de 3,75%, com carência de até seis meses e até 30 meses para pagar*.

Antecipação da agenda de cartões

Pelo Gerenciador Financeiro e app BB, de forma 100% digital. E se a empresa ainda não possui contrato, pode aderir pelo próprio Gerenciador*.

Cartão Ourocard Empresarial

Pode ser utilizado para parcelar contas e tributos em até 24 meses. Também é possível parcelar o pagamento da fatura do cartão ou utilizar pontos do programa Ponto pra sua Empresa para obter descontos na fatura. Tudo direto pelo Gerenciador Financeiro.

*Sujeito às análises cadastral e de crédito



Prorrogação do pagamento de parcelas

Operações de giro e BB Financiamento, por até 60 dias, direto pelo Gerenciador Financeiro. Para utilizar essa solução, as parcelas devem estar em dia, sem atrasos.

Solução de dívidas

Para ajudar a organizar a vida financeira das empresas, com carência e prazos ampliados. Consulte as opções pelo Gerenciador Financeiro.

Equipe especializada em franquias

Está disponível de segunda a sexta, das 8h às 18h, pelos telefones 4003 2440 (Capitais e regiões metropolitanas) e 0800 729 2440 (demais localidades) e pelo e-mail franquia@bb.com.br.

E ainda realizamos melhorias nos canais de atendimento, com expansão do horário para uso do Gerenciador Financeiro, alteração e desbloqueio de senha de 8 dígitos no Gerenciador; e ampliação do limite de saque nos caixas eletrônicos BB e Banco24Horas.

FRANQUIAS, FRANQUEADOS E **A SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO**



A expectativa, em geral, de empreendedores brasileiros, entre eles, os franqueadores, para este ano, era favorável em função do ambiente econômico, que tendia ao crescimento e recuperação, antes do surgimento da pandemia da Covid-19 (novo coronavírus). A previsão inicial para 2020, feita pela Associação Brasileira de Franchising (ABF), considerava que o setor teria um crescimento de 8% no faturamento, 6% no número de unidades franqueadas, 1% no número de unidades franqueadoras e 6% na geração de novos empregos diretos.

Agora, diante das transformações impostas pelo coronavírus, tudo mudou. Mas isso não significa que novas oportunidades e a reformulação dos modelos de negócios não estejam já em curso, sendo um processo que começa agora e se desenvolverá nos próximos meses. Para a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) a economia global vai levar anos para se recuperar do impacto da pandemia do novo coronavírus. Mas acredito que a dinâmica do mercado consumidor, em um ambiente de transformação digital e dos negócios on-line, podem fazer a diferença.

O relatório divulgado pela ABF demonstrava o crescimento e a solidez do setor de franquias no país. Em 2019, o sistema de franchising brasileiro registrou um faturamento recorde de R\$ 186,7 bilhões, obtidos por 2.918 franqueadores distribuídos em 160,9 mil unidades em operação e que geraram 1,358 milhão de empregos diretos. Hoje, são 163 marcas brasileiras atuando em 107 países.

Segundo a análise, o aumento de 6,8% no faturamento foi alavancado pelos segmentos Casa e Construção; bem como Comunicação, Informática e Eletrônicos, que teve um aumento de 15,5% no número de unidades. Ainda sobre o setor de tecnologia, de acordo com o estudo "Mercado Brasileiro de Software e Serviços - 2019", da Associação Brasileira das Empresas de Software (ABES), o País se mantém em 9º lugar no ranking mundial de investimentos em TI (software, hardware e

serviços) e, em 2018, o crescimento foi de 9,8% em relação a 2017, mais que o dobro da previsão para o ano. Com o processo de digitalização dos serviços públicos e ofertas privadas, esses números com certeza tendem a subir.

A modernização e a estruturação da atividade na área de franquias evolui a cada dia com a realização de feiras, criação de novos mercados, portais especializados, revistas, manuais, cartilhas, cursos, blogs, incentivos e regulamentação. E, com a tendência de criação de uma infraestrutura digital diferenciada, tenho certeza que novos negócios surgirão.

O Governo Federal reconhece a importância do setor de franquias para a economia nacional e desenvolve algumas ações no sentido de incentivar e institucionalizar as práticas. O Projeto Franquias, do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), ampliou o acesso do Cartão BNDES para o mercado. A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimento (Apex-Brasil) mantém uma agenda de eventos internacionais com visitas monitoradas e reuniões com investidores para ampliar a internacionalização.

A nova Lei de Franquia nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019¹, a qual teve amplo acompanhamento e articulação da Associação Brasileira de Franqueados (Asbraf) e da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, constituída por 193 deputados federais e 18 senadores da república, presidida pelo deputado federal Gonzaga Patriota, corrige, na opinião do presidente da Asbraf, Raul Canal, "uma relação injusta e desigual na verticalidade e na unilateralidade estabelecida e mantida durante anos, pelo sistema franqueador brasileiro, notadamente na última década, com a popularização das vendas on-line, o franqueador passou a concorrer de forma direta com os franqueados, chegando diretamente ao consumidor final com preços mais atrativos praticados pelas unidades franqueadas."

O texto do Novo Marco Regulatório de Franquias traz uma série de inovações positivas, como a ausência de relação de consumo entre franqueador e



“ A aplicação da Nova Lei significa o compromisso da empresa com a segurança dos dados de forma a evitar uso indevido, fraudes e vazamentos de informações ”

franqueado, ausência de vínculo empregatício em relação ao franqueado ou a seus empregados em período de treinamento, possibilidade de sublocação do ponto comercial pelo franqueador ao franqueado entre outros pontos.

Nesse sentido, outra norma que entrará em vigor em 3 de maio de 2021 (Medida Provisória nº 959 de 29 de abril de 2020), a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) (Lei nº 13.709/2018), também afetará a gestão da informação nas empresas brasileiras em geral. Ao adotar a legislação, o Brasil passa a integrar os países que contam com uma lei específica para a proteção dos dados e da privacidade dos cidadãos. A nossa Lei foi inspirada no Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (GDPR) europeu.

A LGPD normatiza e estabelece as diretrizes para que as empresas adotem métodos e sistemas para o controle e acesso às informações em seu banco de dados a respeito de clientes. Empresários que não implementarem as recomendações estarão sujeitos a multas, sanções e penalidades. Em caso de qualquer incidente de privacidade, as empresas têm a obrigação de notificar os titulares dos dados a respeito de danos ou riscos.

A aplicação da Nova Lei significa o compromisso da empresa com a segurança dos dados de forma a evitar uso indevido, fraudes, vazamentos de informações, respeitando o direito fundamental à privacidade e à inviolabilidade dos dados. A proteção dos dados em repositórios ou sistemas é uma obrigação legal.

As multas determinadas pela Lei iniciam-se em 2% do faturamento e são limitadas a R\$ 50 milhões, além de existir a previsão de aplicação de multas de forma gradual e diferenciada de acordo com o porte da empresa. Outra sanção é a publicização da infração até a exigência do bloqueio ou da eliminação dos dados pessoais.

GESTÃO DE DADOS E SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Diante desse cenário, é fundamental esclarecer a necessidade de uma mudança cultural nas empresas, no que diz respeito à organização da informação, ou seja, na gestão do conteúdo corporativo. A gestão de conteúdo corporativo é o conjunto de estratégias, ferramentas e métodos adotados para garantir a qualidade na captura, armazenamento, preservação, gestão e disposição de documentos da empresa. Enfim, de todo o conteúdo produzido por ela, sendo que os bancos de dados pessoais de clientes estão incluídos nesse conjunto.

A partir de agora, é preciso criar condições para a gestão do conteúdo corporativo de forma a cumprir a norma. Assim como no plano de negócios e de marketing, empresários precisam criar diretrizes para a gestão da informação e do conhecimento.

A implantação da LGPD demanda, em um primeiro momento, a realização de um diagnóstico profundo, um mapeamento de processos e o desenho de todo o fluxo de informação, seu ciclo e uso pela empresa.

Além da adoção de boas práticas de gestão da informação, as empresas deverão adquirir equipamentos e *softwares*; e oferecer treinamento para os responsáveis pela gestão dos dados, que, além

de adquirir habilidades para manusear os sistemas, devem ter o conhecimento jurídico básico da Lei para efetuar suas atividades com segurança.

Cabe esclarecer que, de certa forma, a segurança da informação já é preconizada há algum tempo. Seja com a proteção contra ataques virtuais, backup de arquivos, troca de senhas sistematicamente, não compartilhamento de senhas de cartões de banco ou de microcomputadores. A partir de agora, o controle ficou ainda mais severo.

Por ser pessoal e privada, a informação precisa ser preservada, e o sistema de acesso, controlado e restrito. E aqui entra o certificado digital, como parte da segurança da informação, atividade que envolve medidas para garantir no ambiente digital, a confidencialidade, integridade e disponibilidade dos dados, seja de uma organização seja de um indivíduo. Qualidades intrínsecas aos certificados digitais ICP-Brasil, que, atualmente, somam mais de 9 milhões ativos.

O certificado ICP-Brasil não é apenas uma importante tecnologia a ser agregada ao processo de gestão de conteúdo corporativo, é, na verdade, um conceito que não se resume a comprovar identidade. É também prova de integridade, confidencialidade e autoria. Ao adotar o certificado digital para acessar suas plataformas de dados, a informação fica mais confiável, menos vulnerável e mais protegida.

Assim, é necessário existir entre o franqueado e o franqueador um diálogo, um debate positivo, uma conversa a respeito das melhores táticas para o uso do certificado digital ICP-Brasil em mecanismos e sistemas de controle de dados, estoque, pagamentos, entre outros, de forma a blindar e controlar a informação que transita entre essas unidades de negócios.

O certificado digital é a melhor ferramenta para manter a integridade e a autenticidade, e serve como garantia para a troca de informações em todos níveis, seja dos pedidos, documentos, contratos e demais exigências legais entre franqueados e franqueadores, em dúvidas quanto à autoria de cada emissão de informação ou documento. Para

além da inovação já característica da área de franquia, o uso do certificado digital pode ser incluído nos padrões estabelecidos e é, com certeza, uma boa prática para os negócios.

Assinar um documento digitalmente com presunção legal de veracidade somente é possível a partir do certificado digital no padrão da Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira (ICP-Brasil), pois não se trata apenas de uma tecnologia com valor jurídico assegurado pela legislação, no caso, pela MP nº 2.200/01. É um conceito que significa segurança.

O certificado digital ICP-Brasil equipara-se ao que na Europa se conhece como assinatura eletrônica qualificada, presente em países como Alemanha, Estônia, Dinamarca, Espanha, dentre outros altamente digitalizados. Operada por uma Autarquia Federal, conhecido como o Instituto Nacional de Tecnologia da Informação (ITI), a infraestrutura brasileira permite a qualquer cidadão emitir o seu certificado digital em uma das mais de 101 Autoridades Certificadoras e 1.646 Autoridades de Registro.

O segmento de franquias está aquecido e em expansão, isso significa que mais negócios entram em operação e maior é o volume de informação processada. É importante, então, zelar pela gestão da informação entre as partes, de forma a coibir qualquer uso inadequado ou vazamento de dados, que pode, definitivamente, arruinar a imagem da empresa e causar danos, muitas vezes, irreparáveis.

REFERÊNCIAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.



Marcelo Buz

Diretor-presidente do ITI, secretário-executivo do CG ICP-Brasil e membro do CITDigital e do Comitê Central de Governança de Dados



UNIÃO PARA O DESENVOLVIMENTO

O Brasil vem descobrindo, cada vez mais, a importância das palavras *empreendedorismo* e *associativismo*. Estes são caminhos seguros para os brasileiros, para a nossa economia e para o seu desenvolvimento.

No País, são 5,5 milhões de microempresas, 725.383 pequenas empresas e 9,4 milhões de Microempreendedores Individuais (MEIs). O segmento dos pequenos empreendimentos é responsável por 54% das carteiras assinadas e 27% do Produto Interno Bruto (PIB), tendo gerado 731 mil empregos e uma arrecadação de tributos do Simples Nacional no valor de R\$ 105,4 bilhões em 2019.

A organização dos segmentos econômicos é fundamental para a representação das empresas e a sua união permite, especialmente, às micro e pequenas e aos microempreendedores individuais, se qualificar, organizar, acessar o mercado e crescer.

Assim como a Associação Brasileira de Franqueados (Asbraf), a Confederação Nacional das Micro e Pequenas Empresas e Empreendedores

Individuais (CONAMPE), a Federação das Associações de Micro e Pequenas Empresas e dos Empreendedores Individuais (FAMPECS) e a Associação das Microempresas de Pequeno Porte do Comércio e de Serviços (AMPECS), trabalham o associativismo como fundamento dos seus programas e projetos de qualificação e inovação.

O desafio da CONAMPE, em 2020, em parceria com o SEBRAE nacional e outros parceiros públicos e privados, é estabelecer o crescimento e a sustentabilidade das micro e pequenas empresas e empreendedores individuais, por meio de ações que visam a organização da oferta mediante o associativismo, ferramentas digitais e comércio internacional.

O Programa "Associativismo 4.0 para Acesso a Mercados" visa promover a inclusão digital dos empreendedores individuais e de micro e pequenas empresas, por meio da capacitação em gestão empresarial e eficiência no acesso aos mercados nacional e internacional.

As franquias são oportunidades organizadas e estruturadas de negócios. Os franqueados iniciam suas atividades empresariais com padronização, sistemas, informações e assessoria. A experiência e a *expertise* colocadas nas franquias são fatores influenciadores de sucesso.

As franquias são formas avançadas de associativismo, voltadas à conquista de clientes e mercados. Neste sentido, a CONAMPE está ao lado da Asbraf no desafio do fortalecimento empresarial e do desenvolvimento do Brasil.



Ercílio Santinoni

Presidente da CONAMPE, membro do Conselho Deliberativo Nacional do Sebrae, auditor contábil e empresário paranaense



MULT

AUTORIDADE CERTIFICADORA

Emita o seu
Certificado Digital por
Videoconferência

Utilize
o nosso
e-commerce

Torne-se
um parceiro
MULT



COMO UM FRANQUEADOR PODE ADOTAR MEDIDAS PARA ENFRENTAR A PANDEMIA?

FOTO: DIVULGAÇÃO | ARQUIVO PESSOAL




Sobancelhas Design

Sou sócio fundador e vice-presidente do Grupo Sobrancelhas Design, uma multinacional que atua em mais de sete países, com mais de 500 unidades comercializadas, atendendo hoje, no mundo, mais de 4 milhões de clientes ao ano. Com este depoimento, vou falar um pouco sobre como estamos atuando diante dos imbróglis e perdas geradas pelo novo coronavírus.

No dia 15 de março de 2020 começamos uma estratégia e um novo planejamento para nossa rede, por conta do cenário global, e obviamente, do cenário brasileiro. Criamos um comitê emergencial de crise para executarmos o primeiro passo: tranquilizar nossa rede de franqueados. Com isso, transformaremos ameaças em conquistas.

Para compor o comitê, selecionamos pessoas importantes do nosso Grupo. O objetivo é ter um contato de vigília com entidades essenciais, como o Governo, shoppings centers e associações, para trazer para nossa rede informações qualitativas. Criamos, ainda, o “Canal de Informações Covid-19”. Nele, mantemos dados necessários para que o nosso franqueado, ou seja, o empreendedor, passe por essa crise de uma maneira mais profissional e correta.

Diretamente, criamos também incentivos e benefícios, ajudando o fluxo de caixa da nossa rede. Então, tomamos decisões muito técnicas e estudadas, de acordo com o levantamento de viabilidade para o momento da crise. Instituímos, ainda, a campanha #JuntosdeCoração, na qual conscientizamos a todos quanto à necessidade de diminuir a curva ascendente da Covid-19 no Brasil, e para mostrar que nós estamos juntos às famílias, aos nossos clientes, tratando realmente desse momento importante, o qual nosso lado social como empreendedor precisa falar mais alto.

Ao final dessa crise, sairemos como empreendedores e seres humanos mais fortes. Obviamente que uma situação como essa mostra a importância de preservar um capital de segurança, de ter um *cashflow*, ou seja, um fluxo de caixa saudável, não só na sua empresa, como também na sua ren-

da familiar. Aqui dentro do Grupo estamos fazendo esse dever de casa: enxugando, trabalhando, reestruturando e, ao mesmo tempo, reorganizando os nossos investimentos, para que tenhamos uma excelente ação pós-crise.

Essa ação, inclusive, já foi desenvolvida pelo nosso departamento de operações e marketing, na qual as nossas franquias e os nossos empreendedores vão receber, novamente, cartilhas e guias informativos importantes de como atuar para resgatar a demanda de consumo.

Outro ponto importante desse cenário é a criação de programas de treinamentos dentro do nosso cronograma de ações e atividades, para que todos possam resgatar a força de trabalho. Atualmente, ele é feito à distância, por meio de videoconferência. Mas já definimos alguns encontros presenciais para meados de setembro/outubro, tempo em que acreditamos que o mercado estará mais estabilizado.

Desde a fundação do Grupo, e por ser uma empresa que trabalha com serviços e produtos, sempre optamos para que o eixo capacitação seja prioritário dentro do nosso modelo de negócios. Atualmente, temos um centro de treinamento com capacidade para 600 pessoas. Qualquer corporação ou grupo empresarial precisa entender que o sucesso está nas pessoas corretas e devidamente qualificadas.

Como multinacional, temos o privilégio de receber informações de outros países. Isso tem nos ajudado a construir um cenário de diretriz cada vez mais profissional e seguro, para que nossos empreendedores continuem investindo com segurança e com qualidade. Agora, a palavra de ordem é “resiliência”: continuar sendo resistente e persistente, porque dias melhores virão, e todo esse aprendizado com certeza fará uma grande diferença na sua trajetória vitoriosa como empreendedor.



Alisson Ramalho

Sócio-fundador e vice-presidente do Grupo Sobrancelhas Design



Alex Zani e Bruna Zani, diretores da ISP Saúde

CARTÃO BNDES AMPLIA NÚMERO DE FRANQUEADOS BENEFICIADOS

Parmeggio e ISP Saúde são as mais novas franquias a aderirem ao Cartão BNDES, subindo para nove as marcas¹ que oferecem aos seus franqueados a possibilidade de usar o Cartão para instalar, reformar, equipar ou abastecer suas lojas.

“Acreditamos que, com novas franquias se credenciando, ainda mais franqueados poderão se beneficiar do Cartão”, observou Marcus Vinicius Alves, gerente do Departamento de Clientes e Relacionamento Institucional do BNDES.

O Cartão BNDES é uma alternativa para atender às necessidades do dia a dia. Um franqueado do ramo de *fast food*, por exemplo, pode comprar a fritadeira ou as batatas e o óleo. Pode, ainda, contratar os serviços de treinamentos para executivos, gerentes e funcionários.

Foi para oferecer esses benefícios aos seus franqueados que a Parmeggio, franquia de *fast food* com mais de 90 lojas em todo Brasil, fechou uma parceria com o Santander no segundo semestre de 2019. Marcelo Rocha, diretor de expansão da mar-

“Acreditamos que, com novas franquias se credenciando, ainda mais franqueados poderão se beneficiar do Cartão”

ca, acredita que pelo menos 10 unidades passem a usar o Cartão BNDES ainda esse ano.

O Santander está ampliando a oferta de crédito para franquias com linhas do BNDES, em especial o Cartão. “Esta é uma grande iniciativa, que tem como objetivo principal para 2020 ganhar escala e ampliar o projeto para as demais redes parceiras”, declarou Diogo Luiz Capuzzo, superintendente do segmento Nichos, Cadeias & Franquias do Santander.

A outra franquia que se credenciou recentemente no Cartão BNDES é a ISP Saúde, uma rede de lojas voltadas para segmentos de fisioterapia, estética, pilates, bem-estar e fitness.

FOTO: REPRODUÇÃO |



Sergio Olmos e Marcelo Rocha, diretores da Parmeggio



Cartão BNDES

O produto é destinado a microempreendedores individuais, micro, pequenas e médias empresas, com receita bruta anual de até R\$ 300 milhões.

Limite: R\$ Até 2 milhões por banco emissor

Prazo: Até 48 meses

Taxa de juros: 1,13% a.m (em janeiro/2020)

Informações: www.cartaobndes.gov.br

Para mais informações sobre o Cartão BNDES utilize a câmera do seu telefone celular para acessar via QR Code.



BNDES

Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social





REFORMA TRIBUTÁRIA: UMA SAÍDA PARA A CRISE ECONÔMICA

Dívidas, inadimplências e elevação dos déficits fiscais – da ordem de 10% do PIB ou mais. Esse é o cenário previsto por especialistas nos próximos meses, em virtude da crise econômica causada pelo novo coronavírus. Muitas saídas são apontadas, mas uma delas é certa: a Reforma Tributária. O presidente da Frente Parlamentar Mista da Reforma Tributária, deputado federal Luis Miranda (DEM/DF), fala sobre o que muda com a aprovação da propositura e quais os benefícios imediatos diante da situação atual.



Conhecido por seu perfil empreendedor e pelo sucesso com um canal no Youtube, Luis Miranda foi eleito deputado federal em 2018. Ele morava com a esposa e dois filhos nos Estados Unidos, e mesmo antes de se tornar parlamentar já defendia a aprovação de uma Reforma Tributária. É autor de 248 propostas legislativas e relator de outras 34. Sua atuação no Congresso Nacional tem foco na inovação tecnológica, segurança pública e emprego e renda.

Enquanto presidente da Frente Parlamentar Mista da Reforma Tributária, quais têm sido os seus trabalhos para aprovação da PEC nº 45/19?

DEP. LUIS MIRANDA - Como presidente da Frente, criada no dia 27 de março de 2019, desenvolvi diversas ações para que tivéssemos uma Reforma Tributária justa e, ao mesmo tempo, necessária. Realizamos diversas caravanas pelo Brasil, com o intuito de conhecer a realidade de outros estados. Foram inúmeros seminários com deputados federais e autoridades. Passamos por Bento Gonçalves (RS), Passo Fundo (RS), Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (BH), entre outras. Corroborando com as ideias da Frente, fui eleito presidente da Subcomissão Especial da Reforma Tributária, da Comissão de Finanças e Tributação. Criamos um grupo de trabalho destinado ao combate à sonegação fiscal. Com base em todas as informações colhidas por diversos segmentos da sociedade, apresentei a PEC nº 128/2019, e subsidiariamente a isso, apresentei uma emenda a PEC nº 45/2019. Seja pela PEC nº 128, a 45 ou a 110, a ideia é aprovar um texto que seja justo para a população de todo o País.

No percurso, o que tem travado o avanço da propositura?

DEP. LUIS MIRANDA - A insegurança das autoridades, das entidades de classe, da sociedade em geral sobre qual a proposta, ou sobre qual o texto a população será beneficiada é, sem sombra de dúvida, um dos maiores entraves para a aprovação. Tanto é verdade que foi criada a Comissão Mista Temporária da Reforma Tributária, no Congresso Nacional, à qual eu sou membro titular, com a finalidade de unificar o que há de melhor nas propostas e criar um texto que atenda os anseios da população.

Quais os benefícios da unificação de impostos para o País? E quais os prejuízos da “guerra fiscal”?

DEP. LUIS MIRANDA - A desburocratização dos impostos é de extrema importância. Para isso, é necessária a simplificação. O Brasil vem enfrentando problemas graves com a alta carga tributária e a quantidade imensa de tributos e regras diferentes para cada um deles no âmbito da União, estados, Distrito Federal e municípios. As regras podem variar de acordo com o tamanho e o setor de atuação. Com a unificação dos impostos, como proposto na PEC nº 128, eliminaremos a “guerra fiscal” entre União, estados, Distrito Federal e municípios, sem reduzir a autono-



FOTO: REPRODUÇÃO | DEM/DF

mia dos entes federativos na gestão de suas receitas, além de criar mecanismos de distribuição, facilitando a vida dos produtores, dos prestadores de serviços, bem como a cobrança pelo poder público. Na PEC nº 128/2019, a ideia é criar o Imposto Sobre Bens e Serviços (IBS) dual (um federal e um dos Estados e municípios) e fixa o IBS federal em 5% (começa em 1% e aumenta 1% ao ano). Com isso, se extingue: ICMS, ISS, PIS, Cofins e IOF. Os serviços financeiros e digitais são tributados somente pelo IBS federal - a arrecadação é compartilhada com estados e municípios pelo FPE e FPM. Não cria o Imposto Seletivo (da PEC nº 45) e restringe o IPI apenas para um. Além disso, desestimula o consumo de itens prejudiciais à saúde e à segurança pública (ex.: bebidas, fumo e armas de fogo) e mantém a Zona Franca de Manaus. Com isso, a simplificação se tornaria viável, além de combater a guerra fiscal entre os entes da Federação.

“

A sociedade e o setor de franchising podem contribuir com sugestões, divulgação e apoio

”

Com a diminuição das legislações, fatores geradores e alíquotas, o valor de pagamento do contribuinte diminui?

DEP. LUIS MIRANDA - A ideia é criar um modelo que diminua a carga tributária para o contribuinte. O fato é que, além de todos os benefícios supramencionados sobre a PEC nº 128/2019, temos também a desoneração das contribuições sobre a folha de pagamento: base de cálculo limitada ao teto do Regime Geral de Previdência Social; redução das alíquotas das empresas, de 20% para 10%; e a dos trabalhadores (que é de 8 a 11%) passa para 4 a 5,5%. A redução é extraordinária. Portanto, o contribuinte será, sim, beneficiado.

O projeto também incentiva o aumento do empreendedorismo no Brasil? Podemos dizer que, com a aprovação da PEC, o número de empresas franqueadas tende a subir?



DEP. LUIS MIRANDA - A proposta, com certeza, beneficia o empreendedorismo. Todas as mudanças no texto, como já foi mencionado, são para que o empresário, a população e o Governo não sejam prejudicados. A intenção é incentivar.

Aproveitando o ensejo, qual sua posição sobre o Novo Marco Regulatório das Franquias (Lei nº 13.966/2019)?

DEP. LUIS MIRANDA - Acredito que o Novo Marco Regulatório das Franquias veio organizar e dar forma jurídica a práticas que já estão no mercado. No geral, a Nova Lei trouxe mais transparência para a relação entre franqueado e franqueador. As mudanças trazidas pelo texto são, basicamente, o que vinha sendo decidido no âmbito dos tribunais. Algumas modificações importantes, como definir que não existe relação de consumo entre franqueado e franqueador; a utilização de câmara arbitral ao invés do judiciário; e a criação de sanções por omissão ou veiculação de informações inverídicas na documentação entregue pela franqueadora merecem destaque.

Temos também o Art. 7º, que traz regras para dar segurança jurídica a empresas internacionais que querem colocar sua franquias no Brasil. Por isso, sou a favor do Novo Marco Regulatório das Franquias.

Como a sociedade e o setor de franchising podem ajudar na aprovação da propositura?

DEP. LUIS MIRANDA - A sociedade e o setor de franchising podem contribuir com sugestões, divulgação e apoio. Tudo que é melhor para nossa sociedade e para o setor produtivo e/ou econômico do nosso País é necessário.

Diante da atual situação de pandemia, como fica a tramitação da Reforma Tributária?

DEP. LUIS MIRANDA - Mais urgente ainda. O cenário mostra que este ano é crucial para realizarmos uma Reforma Tributária. Neste momento, é claro, temos que concentrar esforços para amenizar os impactos desta pandemia na saúde e na economia. No Congresso Nacional temos debatido e aprovado propostas para que o Brasil saia desta crise com o menor número de efeitos colaterais possível. Mas nem que seja fracionada, ainda este ano, esta Reforma precisa passar.

Como a aprovação da Reforma pode auxiliar a economia do Brasil, após o cenário de crise por conta da Covid-19?

DEP. LUIS MIRANDA - Na Reforma podemos baratear os produtos e serviços, além de aliviar a folha de pagamento. É uma conta simples: quanto mais se vende, mais se compra. A economia gira. Em outra situação, neste caso para os empresários, quanto menos eles gastam com impostos sobre a

folha de pagamentos, muito mais ele pode contratar. É mais emprego. Em outra via, é hora de fazermos a atualização da tabela de imposto de renda onde quem ganha mais paga mais e quem ganha menos paga menos. Precisamos urgentemente facilitar o giro da economia, tirar o peso dos empresários. Assim, podemos vislumbrar mais investimentos e o crescimento do Brasil.



O cenário mostra que este ano é crucial para realizarmos uma Reforma Tributária



Andrew Simek

Editor-chefe, jornalista e pós-graduado em Gestão da Comunicação e Crise de Imagem





FRANCHISING E CLÁUSULA ARBITRAL

É inegável que o novo Código de Processo Civil previu o método alternativo de solução de controvérsia como um “dever” ou, pelo menos, como um deverato a ser perseguido sempre que possível, havendo, sendo **Flumignan**¹, o entendimento de que o novo Código de Processo Civil não apenas permite a arbitragem até para o próprio Estado, como também a impõe quando for possível no caso concreto, não sendo outro o entendimento de **Didier Jr.**², também citado pelo referido autor.

Dispõe o Art. 3º do CPC:

Art. 3º Não se excluirá da apreciação jurisdicional ameaça ou lesão a direito.

§ 1º É permitida a arbitragem, na forma da lei.

§ 2º O Estado promoverá, sempre que possível, a solução consensual dos conflitos.

§ 3º A conciliação, a mediação e outros métodos de solução consensual de conflitos deverão ser estimulados por juízes, advogados, defensores públicos e membros do Ministério Público, inclusive no curso do processo judicial.

Sob a ótica da eficiência de **Posner**³, a utilização da arbitragem confere uma maior eficiência à solução dos litígios, pois, segundo a análise econômica do direito, uma redução dos “custos de transação” e dos “custos de oportunidade” do capital investido, além do que, como os árbitros que julgarão a arbitragem, têm, normalmente, conhecimento prévio do tema em disputa existe um menor “custo de aprendizado” pelo

jugador, sobre as informações pertinentes às práticas de mercado e do direito aplicáveis à questão. Tal fato, aliado às poucas oportunidades de recurso ou de nulidade conferem uma celeridade muito maior ao julgamento do que um processo que tramita pela Justiça comum.

Entretanto, não é em todo e qualquer contrato de franchising que a cláusula arbitral será válida, e se válida for, aplicável.

Foi sancionada pelo Presidente da República e promulgada a Nova Lei de Franquia (**Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019**), que dispõe sobre o sistema de franchising empresarial, revogando a antiga legislação sobre o tema⁴ e prevendo a possibilidade de as partes optarem pela resolução alternativa de controvérsias (ADR).

Com efeito, o **§ 1º, do Art. 7º da nova Lei** dispõe expressamente que **poderão** as partes optar pela arbitragem, senão vejamos:

Art. 7º. Os contratos de franquia obedecerão às seguintes condições: [...]

§ 1º. As partes poderão eleger juízo arbitral para solução de controvérsias relacionadas ao contrato de franquia.

Interpretatio cessat in claris, não havendo dúvidas que o legislador não impôs às partes contratantes o compromisso arbitral, apenas previu a possibilidade de optarem pela ADR. Entretanto, a função da hermenêutica é fixar o sentido e o alcance da norma jurídica. Assim, tal comando legal deve ser lido cotejando-o com outras legislações em vigor que incidam sobre o contrato de franquia.

A **Lei nº 13.874, de 20 de setembro de 2019**, que instituiu a Declaração de Direitos de Liberdade Econômica, estabeleceu garantias de livre mercado e deu outras providências, determinou em seu **Art. 2º, I e III**, respectivamente: (i) a liberdade como uma garantia no exercício das atividades econômicas; e (ii) a intervenção subsidiária e excepcional do Estado sobre o exercício das atividades econômicas⁵.



“A utilização da arbitragem confere uma maior eficiência à solução dos litígios”

A Lei de Liberdade Econômica alterou também o **§ 1º do Art. 113 do Código Civil (Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002)**, que passou a ter a seguinte redação:

Art. 113. Os negócios jurídicos devem ser interpretados conforme a boa-fé e os usos do lugar de sua celebração.

§ 1º. A interpretação do negócio jurídico deve lhe atribuir o sentido que:

I - for confirmado pelo comportamento das partes posterior à celebração do negócio;

II - corresponder aos usos, costumes e práticas do mercado relativas ao tipo de negócio;

III - corresponder à boa-fé;

IV - for mais benéfico à parte que não redigiu o dispositivo, se identificável; e

V - corresponder a qual seria a razoável negociação das partes sobre a questão discutida, inferida das demais disposições do negócio e da racionalidade econômica das partes, consideradas as informações disponíveis no momento de sua celebração.

A mesma Lei modificou o **Art. 421 do Código Civil** o qual agora prevê que, em que pese a liberdade contratual ser exercida nos limites da função social do contrato, nas relações privadas prevalecerão o princípio da intervenção mínima e a excepcionalidade da revisão contratual, presumindo-se que os contratos civis e empresariais são paritários e simétricos, sendo que a revisão contratual somente ocorrerá de maneira excepcional e limitada (**Art. 421-A**)⁶.

Além do Código Civil e da Lei da Liberdade Econômica prestigiarem a liberdade contratual e a boa-fé entre as partes, não há dúvida que a Lei Especial (Lei de Franquia) deixa às partes contratantes a possibilidade de **optar** pela arbitragem.

Não há qualquer antinomia ou conflito entre a Lei de Franchising, o Código Civil, a Lei de Liberdade Econômica e a Lei de Arbitragem (**Lei nº 9.307/1996**), mas mesmo que houvesse, deveria ser aplicada na interpretação dos contratos de franchising o disposto na **Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019**, em razão de sua especialidade, como bem, nos ensina **Maximiliano**:

“Se existe antinomia entre a regra geral e a peculiar, específica esta, no caso particular, tem a supremacia. Preferem-se as disposições que se relacionem mais direta e especificamente com o assunto de que se trata: *In toto jure generi per specie, derogatur, et illud potissimum habetur quod ad speciem directum est* – Em toda disposição de Direito, o gênero é derogado pela espécie, e considera-se de importância preponderante o que respeita diretamente à espécie⁷.”

Nesse diapasão, deve o **§ 1º, do Art. 7º da nova Lei** ser interpretado de forma mais favorável ao franqueado, não sendo cerebrino pensar em qualquer ofensa ao **Art. 4º, § 2º**, da Lei de Arbitragem⁸, que assevera a validade de cláusula arbitral com a prévia concordância do aderente, pois mesmo na vigência da antiga Lei de Franquia, a jurisprudência, em que pese reconhecer a inegável importância da arbitragem para melhora do ambiente negocial brasileiro, afastava a sua aplicação em contratos de franquias com base na prevalência da função social do contrato previsto no **Art. 421 do Código Civil**. Tome-se, por exemplo, o entendimento do Tribunal de Justiça de São Paulo ao julgar a **Apelação nº 1121895-77.2015.8.26.0100**⁹.

Interessante foi o argumento do Relator do acórdão, **Desembargador Enio Zuliani**, que mesmo reconhecendo a importância do princípio basilar da Lei de Arbitragem, da *Kompetenz-Kompetenz*, que determina que os árbitros são soberanos para deci-

dir sobre a arbitragem, ainda que eventualmente se possa alegar a nulidade do contrato com cláusula compromissória, e ainda afastando, no caso concreto, o conceito de abusividade previsto no **Art. 51, VII do Código de Defesa do Consumidor** aos contratos de franchising, declarou ser inaplicável a cláusula arbitral¹⁰.

Outro não foi o entendimento do Superior Tribunal de Justiça, que ao julgar o **REsp nº 1.602.076-SP**¹¹, também flexibilizou o Princípio da Competência-Competência, anulando cláusula arbitral prevista em um contrato de franquia, tipicamente de adesão, que segundo o acórdão, são aqueles contratos caracterizados pela desigualdade entre as partes: “[...] basicamente, uma das partes, o polícitante, impõe à outra – o oblato – as condições e cláusulas que previamente redigiu”.

O *leading case*, cuja Relatora foi a **Ministra Nancy Andrighi**, tornou sem efeito a cláusula arbitral por falta de observância do disposto no **Art. 4º, § 2º, da Lei de Arbitragem**, entendendo que nos contratos de adesão, a cláusula compromissória só terá eficácia se o aderente tomar a iniciativa de instituir a arbitragem ou concordar, expressamente, com a sua instituição, desde que por escrito em documento anexo ou em negrito, com a assinatura ou visto especialmente para essa alínea.

Entendeu a Relatora que:

“O Judiciário pode, nos casos em que *prima facie* é identificado um compromisso arbitral ‘patológico’, claramente ilegal, declarar a nulidade dessa cláusula instituidora da arbitragem, independentemente do estado em que se encontre o procedimento arbitral.”

Assim, em razão de eventual hipossuficiência do franqueado e ao não cumprimento pelo franqueador do disposto no **Art. nº 4º, § 2º da Lei nº 9.307/1996**, poderá o Poder Judiciário afastar a cláusula arbitral, em razão da ausência de clareza na prestação de informações.

Outro argumento que pode ser utilizado pelos franqueados para afastar a arbitragem é a ausência de comunicação prévia de seus custos básicos, que

podem simplesmente inviabilizar o acesso à prestação jurisdicional por parte do franqueado. Com efeito o alto custo da arbitragem pode ser inclusive superior ao conteúdo econômico da demanda.

Segundo **Fernandes**, o custo da arbitragem no Brasil é consideravelmente caro: por outro lado, a realidade brasileira aponta que, sob o ponto de vista das custas procedimentais, a arbitragem é consideravelmente mais cara do que a jurisdição estatal.





O alto custo dos procedimentos arbitrais é questão pacífica na doutrina internacional. Fazendo referência aos relatórios *CI Arb Costs of International Arbitration Survey 2011 do Chartered Institute of Arbitrators (CI Arb)*, *Investor-State Disputes da United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)* e *Government Perspectives on Investor-State Dispute Settlement da Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)*, von Goeler aborda o tema da seguinte forma:

“*International arbitration proceedings are expensive. While the arbitration community keeps striving to provide the users of international arbitration with tools to save time and costs, these efforts for procedural reform have their natural limits. Parties must recognize that good arbitration costs a good deal of money. Some parties may be willing to pay these costs, but are unable to. Other parties are able to pay them, but may be unwilling to. Pursuing international arbitration can be risky, and a significant drain on cash flow.*”¹² [...]”

Nas ferramentas de calculadora de custas disponibilizadas pelas câmaras, incluem-se, apenas, as taxas de registro e de administração da instituição e a média que se cobra com honorários de árbitro. No entanto, de acordo com o relatório *Decisions on Costs in International Arbitration*, disponibilizado pela Câmara de Comércio Internacional (“CCI”)¹³, estima-se que as custas acima discriminadas representam, apenas, uma média de 17% do total de gastos que uma parte deve arcar quando instaura um procedimento arbitral. Entre as diversas despesas não consideradas nessa estimativa, encontram-se os chamados “*party costs*”, entre os quais incluem-se “*lawyers’ fees and expenses, expenses related to witness and expert evidence, and other costs incurred by the parties for the arbitration*”¹⁴.

Como se vê, é evidente que o acesso à justiça arbitral é consideravelmente caro¹⁵, sob a perspectiva de números absolutos¹⁶.

“O custo da arbitragem no Brasil é consideravelmente caro”

Percebe-se que o alto custo da arbitragem pode inviabilizar o acesso do franqueado ao tribunal arbitral, ou impossibilitar a sua defesa, o que não ocorreria perante o Poder Judiciário, tendo em vista o disposto no **caput do Art. 98 do CPC**¹⁷, e no **Art. 5º, LXXIV da CF**¹⁸, que consagram o acesso ao Poder Judiciário a quem não tem comprovadamente condições de litigar.

Por fim, o predicado “*poderão eleger juízo arbitral para solução de controvérsias relacionadas ao contrato de franquia*” é claro ao determinar que as partes terão liberdade para eleger o juízo arbitral, não se presumindo, de nenhuma forma, sua aplicação mandatória. Assim, inexistindo interesse do franqueado na eleição do foro arbitral o mesmo não lhe pode ser imposto.

O STJ ao julgar o **REsp nº 1785783-GO**¹⁹, recentemente entendeu que embora o **Art. 4º, § 2º, da Lei de Arbitragem (Lei nº 9.307/1996)** estabeleça que a existência de cláusula arbitral no contrato afasta a jurisdição estatal, o consumidor pode abdicar da opção extrajudicial de resolução de conflitos e buscar diretamente o Judiciário. E isso é possível ainda que sejam cumpridos os requisitos de clareza e destaque do compromisso arbitral, e que também o contrato de adesão seja claro quanto à cláusula arbitral²⁰.

O **caput do Art. 1º da Lei nº 13.996/2019**²¹ é expreso quanto ao vínculo entre franqueador e franqueado não se caracterizar como relação de consumo. Entretanto, essas relações são via de regra, verticalizadas, nas quais o franqueado conta com apenas um fornecedor: o próprio franqueador, sendo-lhe contratualmente vedado buscar outro fornecedor.

Em casos assim, ao julgar o **REsp nº 476428-SC** o STJ já entendeu que apesar de inexistir relação de consumo são equiparáveis ao consumidor todas as pessoas, determináveis ou não, expostas

às práticas comerciais abusivas, se da análise da hipótese concreta decorrer inegável vulnerabilidade entre a pessoa-jurídica consumidora e a fornecedora, deve-se aplicar o CDC na busca do equilíbrio entre as partes. Colha-se do voto da **Ministra Nancy Andriahi:**

“Para se caracterizar o consumidor, portanto, não basta ser, o adquirente ou utente, destinatário final fático do bem ou serviço: deve ser também o seu destinatário final econômico, isto é, a utilização deve romper a atividade econômica para o atendimento de necessidade privada, pessoal, não podendo ser reutilizado, o bem ou serviço, no processo produtivo, ainda que de forma indireta.

Nesse prisma, a expressão “destinatário final” não compreenderia a pessoa jurídica empresária.

Por outro lado, a jurisprudência deste STJ, ao mesmo tempo que consagra o conceito finalista, reconhece a necessidade de mitigação do critério para atender situações em que a vulnerabilidade se encontra demonstrada no caso concreto.

Isso ocorre, todavia, porque a relação jurídica qualificada por ser “de consumo” não se caracteriza pela presença de pessoa física ou jurídica em seus polos, mas pela presença de uma parte vulnerável de um lado (consumidor), e de um fornecedor, de outro. Porque é essência do Código o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado, princípio-motor da política nacional das relações de consumo (Art. 4º, I).

Em relação a esse componente informador do subsistema das relações de consumo, inclusive, não se pode olvidar que a vulnerabilidade não se define tão-somente pela capacidade econômica, nível de informação/cultura ou valor do contrato em exame. Todos esses elementos podem estar presentes e o comprador ainda ser vulnerável pela dependência do produto; pela natureza adesiva do contrato imposto; pelo monopólio da produção do bem ou sua qualidade insuperável; pela extrema necessidade do bem ou serviço; e pelas exigências da modernidade atinentes à atividade, dentre outros fatores.

Por isso mesmo, ao consagrar o critério finalista para interpretação do conceito de consumidor, a jurisprudência deste STJ também reconhece a necessidade de, em situações específicas, abrandar o rigor do critério subjetivo do conceito de consumidor, para admitir a aplicabilidade do CDC nas relações entre fornecedores e consumidores-empresários em que fique evidenciada a relação de consumo, isto é, a relação formada entre fornecedor e consumidor vulnerável, presumidamente ou não.”

Conclui-se que, por se tratar de contrato de adesão, a cláusula de juízo arbitral imposta em contrato de franquia sem a observância do disposto no **Art. 4º, § 2º da Lei nº 9.307/1996**, pode ser afastada uma vez demonstrado no caso concreto a hipossuficiência e o desinteresse do franqueado, que estará livre para buscar diretamente o Poder Judiciário, preservando-se assim o equilíbrio contratual, a função social do contrato, o Princípio da Inafastabilidade do Controle Jurisdicional ou da Reserva Legal, consagrado no **caput, do Art. 3º do CPC²² e no Art. 5º, XXXV da Constituição Federal²³.**

Por fim, as funestas consequências sociais e econômicas advindas da Pandemia causada pela Covid-19 podem ser caracterizadas como episódio de caso fortuito ou força maior a autorizar que o franqueado busque resolver sua controvérsia com o franqueador junto ao Poder Judiciário, em razão de ser uma alternativa mais barata, ainda que não tão rápida.



Danny Fabrício Cabral Gomes

Secretário da Comissão do Conselho Federal da OAB para o novo Código Comercial

CASHADVOGADOS

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.



PENSOU EM UMA CONTA?

JÁ OUVIU FALAR DA CONTA DE PAGAMENTOS?

A transformação digital tem feito revoluções em diversos setores da economia. Com os serviços financeiros não é diferente. Para pessoas físicas e jurídicas, as novidades tecnológicas no mercado financeiro permitiram o nascimento de opções customizadas e com menos custos para o consumidor.

As contas de pagamentos são uma dessas novidades, pois podem ser utilizadas pelos clientes para realizar compras, pagar contas, fazer saques e realizar transferências (DOC ou TED), entre outros serviços a um custo mais razoável que os observados em contas tradicionais.

Entre as principais contas de pagamento do mercado, as soluções oferecidas pela Elo, (empresa 100% brasileira de tecnologia de pagamentos), podem ser viabilizadas por um cartão pré-pago para compras nacionais e internacionais; permitem acesso à rede de saques; tem conexão com APIs que oferecem um conjunto de soluções inovador - desde a tokenização do cartão para uso seguro até esquemas de atualização automática em serviços de pagamento recorrentes. Além disso, há a possibilidade de conectar as contas de pagamento Elo a uma moderna plataforma de benefícios que permitem a cada usuário escolher o

melhor serviço para seu perfil, em um portfólio de centenas de serviços, assistências e seguros (conforme disponibilidade do banco emissor).

Para abrir uma conta de pagamento Elo, clientes Pessoa Física e Pessoa Jurídica contam com vários emissores Elo em todo o Brasil, que podem atender ao que se pretende com o serviço solicitado. Os clientes PJ, como microempresários, pequenas e médias empresas, têm nessa conta uma ferramenta para facilitar os recebimentos de vendas e gestão do seu negócio. Além disso, podem usufruir de uma ampla rede de parceiros, que engloba mais de 10 milhões de estabelecimentos no Brasil e milhares de estabelecimentos fora do País para realizar suas compras.



Grupo elo

Para saber mais, utilize a câmera do seu telefone celular e acesse nosso site.







FOTO: ROQUE DE SÁ | AGENCIA SENVADO

DINHEIRO MAIS BARATO

A Lei Complementar nº 169/2019, publicada em 2 de dezembro do ano passado, é originária de um projeto de lei de autoria do então deputado federal, agora senador, Esperidião Amin (PLC nº 113/2015). Com ela, foi autorizada a criação de sociedades de garantia solidária (SGSs) a serem formadas por micro e pequenas empresas com o objetivo de serem avalistas de empréstimos bancários. Como resultado, tem-se “dinheiro de forma mais barata” e um grande crescimento econômico para o País.



Esperidião Amin Helou Filho (PP/SC), é professor, advogado e administrador. Tem três filhos com a deputada federal Angela Amin (PP/SC): João, Maria e Antônia. Atualmente é senador, mas já foi prefeito na terra natal, deputado federal e duas vezes governador de Santa Catarina.

Quais os principais benefícios da constituição da Sociedade de Garantia Solidária?

SEN. ESPERIDIÃO AMIN - O principal benefício é obter dinheiro de forma mais barata. A Sociedade de Garantia Solidária não vai emprestar o dinheiro, mas vai, pela garantia que solidariamente ela vai oferecer, reduzir os encargos financeiros. Com isso, conseqüentemente irá fornecer credibilidade àquele que solicita o empréstimo. A Sociedade de Garantia Solidária, confiando em uma regulamentação sensata, vai ser um instrumento a mais pra dinamizar a economia, facilitando, por exemplo, que uma startup possa ser considerada viável, com uma taxa de juros mais baixa. E a ampliação de empresas existentes, seja no número, seja na sua diversificação, também será favorecida. Ela é um mecanismo de crédito, ou de acesso ao crédito, muito oportuna, sem dúvida alguma.

Em qual momento o senhor viu a necessidade desse projeto de lei?

SEN. ESPERIDIÃO AMIN - Esse projeto de lei data de 2007. Eu não fui o primeiro proponente. Os deputados Fernando Coruja e Voltolini foram os pioneiros. Eu rerepresentei o projeto em 2011. Ele ficou oito anos, praticamente, na Câmara. Foi aprovado, veio para o Senado e nós, no primeiro ano de mandato, conseguimos aprová-lo

aqui também. O que significa isso? É a queda do renditismo, é a queda do banco oficial, é o surgimento de alternativas novas, organizações voltadas para o microcrédito. Isso tudo vai diversificando o pote de ouro, ou seja, o dinheiro. O que a Sociedade de Garantia Solidária faz é um esforço, um ordenamento para reduzir o encargo financeiro através do aval, vamos chamar assim, da fiança que a sociedade pode oferecer. Ela era necessária e agora é oportuna.

Em média, quantas microempresas serão beneficiadas?

SEN. ESPERIDIÃO AMIN - Vai depender do número de sociedades de garantia solidária que se espalhem pelo Brasil. É muito cedo para fazer uma previsão. Eu procuro ser realista. Quero ver a primeira funcionar para conseguir medir. Quanto mais diversificada, no seu âmbito, na sua localização geográfica, mais efeitos positivos ela trará. Aí eu posso falar em quantidade.

Com maior número de empréstimos, quais serão os impactos na economia brasileira?

SEN. ESPERIDIÃO AMIN - A roda precisa girar. O empréstimo, nesse caso, significa a ativação de um empreendimento, a sua ampliação, ou o seu deslocamento com filiais. Isso é tudo: geração de emprego, propulsão da demanda e propulsão



FOTO: LÚCIO BERNARDO JUNIOR | CÂMARA DOS DEPUTADOS

da oferta. Então, isso faz a roda girar, já que o dinheiro foi emprestado e a um juro menor. Faz a bicicleta rodar em uma pista com menos relevo, ou seja, em um terreno mais plano. Portanto, os impactos são positivos.

E como funcionará a constituição de uma sociedade específica para oferecimento de contragarantia nos contratos da Sociedade de Garantia Solidária? Qual a diferença desta para a modalidade já aprovada?

SEN. ESPERIDIÃO AMIN - Como disse, vai depender da regulamentação. Se a regulamentação ajudar a fertilizar o solo, como eu espero, nós teremos competição de Sociedade de Garantia Solidária na oferta de garantias para novos empreendimentos que, por sua vez, também serão competidores entre si. Isso seria o ciclo virtuoso do capitalismo. A Sociedade de Garantia Solidária seria um instrumento a mais para impulsionar essa competição. É uma visão otimista, mas ainda é cedo para se prever o seu

“ Um instrumento a mais pra dinamizar a economia, facilitando, por exemplo, que uma startup possa ser considerada viável, com uma taxa de juros mais baixa ”

desdobramento, o seu volume. A Sociedade de Garantia Solidária pretende ampliar o número de empreendimentos e favorecer a sua viabilidade pela redução dos encargos financeiros.



Andrew Simek

Editor-chefe, jornalista e pós-graduado em Gestão da Comunicação e Crise de Imagem

FRANQUIA NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA DIRETA E INDIRETA

FRANQUIA PÚBLICO-SOCIAL

A franquia pode ser praticada quer pela Administração Pública Direta, quer pela Administração Pública Indireta. A adoção pela Administração Pública dos pressupostos do instituto da franquia empresarial (oportunidade em que teríamos o surgimento da franquia pública) “implica a imposição de métodos de trabalho e organização próprios do poder concedente”, como o afirma Maria Sylvia Zanela Di Pietro, em uma de suas festejadas obras.

A franquia na Administração Direta se refere àquela praticada pelo Poder Central; enquanto a Indireta, pelos órgãos descentralizados deste mesmo Poder – como as empresas sob controle acionário do Estado, criadas por lei ou não, mas que exerçam atividade econômica, assim como as empresas públicas e as sociedades de economia mista, ao abrigo do Art. 137 da Constituição Federal.

Para ambas as hipóteses, não há empecilhos em ser utilizado o instituto da franquia pública, desde que, para a Administração Direta, só se proceda de acordo com a Lei nº 8.666/93 e a Lei nº 8.987/95 (que é, aliás, o que preconizamos como tese central deste trabalho). Além disso, para a Administração Indireta, é necessário que as ações sejam de acordo com a Lei nº 13.966, de 26 de dezembro de 2019, a qual, embora tenha sido vetado seu Artigo 6º (que contemplava a Franquia Pública em nosso ordenamento jurídico), conserva o § 2º do Artigo 1º em que afirma, textualmente, que a “franquia pode ser adotada por empresa estatal”.

Quando vier a ser concedida pela Administração Direta do Estado da Bahia, a franquia dos Postos SAC (Serviços de Assistência ao Cidadão), da Secretaria de Administração do Estado da Bahia, terá que obedecer, também, aos ditames da Lei nº 8.666/93 e aos da Lei de Concessões (Lei nº 8.987/95), para ser viável.



CRENCIAMENTO

O credenciamento tem sido uma das formas de contratação adotada pelas entidades públicas para a delegação ou para a aquisição de bens e serviços em geral.

A hipótese do credenciamento se refere aos casos em que não se pretende escolher o melhor preço e/ou técnica, mas, sim, o maior número de prestadores, tendo em vista o interesse público, como é o caso da prospecção e seleção dos próprios franqueados. Assim, revelando-se, este, o meio mais prático e desburocratizado do que a licitação.

Portanto, neste caso, não há qualquer violação ao princípio licitatório, que encontra arrimo nos princípios constitucionais de impessoalidade, publicidade, eficiência e economicidade. Ao contrário, o credenciamento prestigia cada um desses princípios, caracterizando a hipótese de inexigibilidade de licitação, pois não interessa a competição.

A contratação de um número ilimitado de prestadores poderia resultar em perda de qualidade dos bens e de serviços adquiridos ou fornecidos, o que pode ser resolvido pela precisa e pontual eleição de critérios para habilitação técnica dos interessados, garantindo patamar mínimo. Os contratos padronizados devem conter, também, sanções detalhadas para a hipótese de descumprimento de cada um dos pontos de qualidade técnica definidos no instrumento.

Nesse sentido, a lição de Jorge Ulisses Jacoby Fernandes, Conselheiro do Tribunal de Contas do Distrito Federal, em voto proferido no Processo nº 1.315/93, é a de que:



“O credenciamento tem sido uma das formas de contratação adotadas pelas entidades públicas para a delegação ou aquisição de bens e serviços em geral”

“a Lei 8.666/93 prevê no art. 25, caput, que é inexigível a licitação quando houver a inviabilidade de competição”.

Todos os compêndios clássicos sobre o tema colocavam a ideia de que a inviabilidade de competição se caracterizava quando só um futuro contratado ou só um objeto, vendido por fornecedor exclusivo, pudesse satisfazer o interesse da Administração.

Carlos Ari Sunfeld foi um dos primeiros mestres a estabelecer a teoria da inviabilidade de competição por contratação de todos, uma das formas de pré-qualificação.

Se a Administração convoca todos os profissionais de determinado setor, dispondo-se a contratar todos os que tiverem interesse e que satisfaçam os requisitos estabelecidos, fixando ela própria o valor que se dispõe a pagar, consequentemente, os possíveis licitantes não competirão, no estrito sentido da palavra, pois esta medida inviabilizaria a competição, uma vez que a todos foi assegurada a contratação. Esta é a figura do credenciamento, que o Tribunal de Contas da União vem recomendando para a contratação de serviços médicos, jurídicos e de treinamento.

Continua no próximo número.








Luiz Felizardo Barroso

Professor doutor e advogado titular da Advocacia Felizardo Barroso & Associados



A segurança que você quer, na hora que você precisa!

-  Monitoramento e rastreamento veicular
-  Atuação em todo território nacional
-  Tecnologia embarcada de ponta
-  Controle total para frotas
-  Sistema adaptável para o cliente



Seja um representante comercial na sua região:
parcerias@amiggo.com.br

+55 (61) 3346-4642
www.amiggo.com.br

INNOVAR

UMA BOA SAÍDA PARA PEQUENOS NEGÓCIOS DIANTE DA CRISE

Pequenas mudanças na forma de vender ou se relacionar com o cliente podem fazer a diferença na hora de driblar prejuízos nos negócios

Toda crise, como a que o País vive agora com a pandemia do coronavírus, representa uma ameaça, mas pode ser também uma oportunidade de fazer diferente e descobrir novos caminhos. E é nesses momentos que a inovação pode ser um diferencial para os pequenos negócios. Afinal, na economia moderna, a vantagem competitiva está naquelas empresas que conseguem ser mais ágeis e não exatamente as maiores.

Quando se fala em inovação, a maioria das pessoas normalmente imagina o uso de tecnologias de ponta, com robôs, nanotecnologia etc. Mas o conceito de inovação vai bem além disso, e não está restrito ao universo das grandes corporações e nem tão pouco da alta tecnologia. De acordo com o gerente de Inovação do Sebrae, Paulo Renato, a inovação pode ser aplicada nas empresas por meio de ações incrementais. “A inovação se apresenta quando conseguimos propor soluções para problemas específicos, e neste momento são muitos os problemas que as empresas já estão enfrentando e vão enfrentar. Inovar pode até ser vender

o mesmo produto ou serviço que você vende, mas de uma forma diferente”, destacou.

Com o impacto negativo do novo coronavírus na economia mundial, a inovação se torna uma saída para os pequenos negócios driblarem parte dos prejuízos com a perda dos clientes e, conseqüente, queda nas vendas e no faturamento.

Em Brasília, o dono do restaurante Rio Bistrô, Fred Bastos, viu o faturamento cair muito depois que os clientes deixaram de frequentar o local por receio de aglomerações em virtude da pandemia. Consciente da necessidade de seguir as recomendações do governo e atento às normas de higiene e prevenção na manipulação dos alimentos, ele resolveu inovar na forma de delivery. “Percebi que há muitas pessoas com receio de entrar em contato com quem não conhecem, por meio dos aplicativos de entrega, e resolvi montar uma equipe própria para realizar o serviço”, contou. Junto ao sócio, o filho e dois gerentes, a equipe se reveza para fazer as entregas e demonstrar aos clientes que estão tomando as medidas necessárias para garantir mais tranquilidade e satisfação. “É um



FOTOS: CHARLES DAMASCENO | AGÊNCIA SEBRAE

cuidado a mais que tem sido bem recebido pelos nossos clientes”, explicou.

A empresária Marcela Reis, dona da loja de moda praia, Sol e Vento, que existe há 40 anos no mercado brasileiro já usava as redes sociais como canal de venda, mas como os clientes não estão mais indo até a loja, ela resolveu investir mais ainda na divulgação e venda de produtos de forma on-line. “As redes sociais viraram nossa prioridade neste momento. Também estamos oferecendo a possibilidade de o cliente escolher os produtos pelo WhatsApp e recebê-los em casa por meio de uma malinha exclusiva”, contou.

A equipe de especialistas do Sebrae está produzindo uma série de conteúdos voltados aos donos de pequenos negócios, com orientações para enfrentar a crise causada pelo impacto do coronavírus na Economia.



“ Inovar pode até ser vender o mesmo produto ou serviço que você vende, mas de uma forma diferente ”

COVID-19

Accesse o QR Code ao lado, visite a página especial criada no Portal do Sebrae:



SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Revista do
FRANQUEADO

OS CONTRATOS DE FRANQUIA EMPRESARIAL

APÓS AS LEIS
Nº 13.874/2019 E
Nº 13.966/2019

ASSINATURA

A franquia empresarial é uma forma inteligente de um empreendedor diminuir o risco inerente ao exercício de atividade econômica, na medida em que o franqueado recebe do franqueador, serviços especializados de organização da sua atividade empresarial, além de aproveitar da reputação de uma marca já conhecida e com clientela estabelecida.

A fim de melhorar a legislação referente a essa importantíssima modalidade contratual, foi publicada a Lei nº 13.966/2019, que revogou e substituiu a Lei nº 8.955/1994.

A Nova Lei continua definindo o contrato, mas a nova definição parece ser melhor e mais completa: enquanto a definição anterior destacava que a franquia não caracteriza vínculo empregatício, a atual definição, além de manter esse destaque, acrescenta que a franquia também não se caracteriza como relação de consumo.

A Lei nº 13.966/2019 também continua exigindo que o franqueador forneça aos interessados uma Circular de Oferta de Franquia (COF), mas a quantidade de informações que a COF deve conter agora é bem maior (na Lei anterior eram 15 incisos, e na Lei aprovada são 23).

Assim, 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 várias informações, tais como “histórico resumido do negócio franqueado”, “qualificação completa do franqueador e das empresas a que esteja ligado, identificando-as com os respectivos números de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ)”, “balanços e demonstrações financeiras da empresa franqueadora, relativos aos 2 últimos exercícios”, dentre outras.

De acordo com o Art. 2º, § 1º da Lei, “a circular oferta de franquia deverá ser entregue ao candidato a franqueado, no mínimo, 10 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”. Essa exigência de que a COF seja enviada ao potencial franqueado tem a finalidade clara de lhe permitir conhecer com detalhes os termos do contrato e analisar a viabilidade econômica do negócio.

A Lei deu tanta importância ao assunto que o § 2º do Art. 2º estabelece que “na hipótese de não cumprimento do disposto no § 1º, o franqueado poderá arguir anulabilidade ou nulidade, conforme o caso, e exigir a devolução de todas e quaisquer quantias já pagas ao franqueador, ou a terceiros por este indicado, a título de filiação ou de royalties, corrigidas monetariamente”.

No mesmo sentido é a regra do Art. 4º da lei, segundo o qual “aplica-se ao franqueador que omitir informações exigidas por Lei ou veicular informações falsas na Circular de Oferta de Franquia a sanção prevista no § 2º do Art. 2º desta Lei, sem prejuízo das sanções penais cabíveis”.

Não basta, pois, enviar a COF no prazo legal: é fundamental que a COF contemple informações verdadeiras e completas sobre o negócio oferecido. De fato, segundo a atual Lei não apenas o não envio da COF ou seu envio com informações falsas, como previsto na lei anterior, mas também o envio com omissões gera “anulabilidade ou nulidade, conforme o caso” (a Lei anterior falava apenas em “anulabilidade”).

Por fim, destaco que a Lei nº 13.966/2019: (i) deixou claro que “as partes poderão eleger juízo arbitral para solução de controvérsias relacionadas ao contrato de franquia” (Art. 7º, § 1º), e (ii) previu a possibilidade de franquia de empresas estatais, contudo, o dispositivo respectivo (Art. 6º) foi objeto de veto presidencial.

Espera-se que com essa Nova Lei, os contratos de franquia empresarial tenham um aumento ain-

“Espera-se que com essa Nova Lei, os contratos de franquia empresarial tenham um aumento ainda maior em 2020”

da maior em 2020, e, para isso, deve contribuir também o fato de que a esses novos contratos já se aplicarão as regras contratuais que a Lei nº 13.874/2019 (Lei da Liberdade Econômica) inseriu no Código Civil, com o objetivo de dar mais *enforcement* à autonomia da vontade, à liberdade contratual e à força obrigatória das avenças, restringindo a intervenção estatal nos negócios jurídicos, especialmente quando celebrados por empresários.

Sempre defendi a importância de se fazer, pela via da interpretação, uma imprescindível distinção entre os contratos empresariais (celebrados entre empresários, como é o caso da franquia) e os demais contratos de direito privado (contratos de consumo ou contratos de trabalho, por exemplo), dada a nítida diferença que há entre eles. Com efeito, os contratos empresariais se caracterizam pela simetria natural entre os contratantes, não sendo justificável aplicar a eles certas regras originais do Código Civil que limitavam ou relativizavam a liberdade para a celebração de contratos.

Ademais, em homenagem aos princípios da livre-iniciativa, da livre concorrência e da propriedade privada (princípios constitucionais que sustentam o direito empresarial), sempre apontei que os empresários devem ter total liberdade para realizar negócios – desde que lícitos, obviamente –, bem como assumir os riscos de contratações malfeitas. A regra de ouro do livre mercado é a seguinte: o empresário que acerta, ganha; e o empresário, que erra, perde. Portanto, a intervenção estatal prévia (dirigismo contratual) ou posterior (revisão judicial) nos contratos empresariais de-

turpa a lógica natural do livre mercado, cria risco moral e traz insegurança jurídica para as relações interempresariais.

Na linha do que sempre defendi, a Lei nº 13.874/2019 (Lei da Liberdade Econômica) promoveu importantes alterações em algumas regras gerais do Código Civil sobre contratos, com o objetivo de diminuir o controle estatal sobre as relações privadas.

O Art. 421 do Código Civil ganhou um parágrafo único com a seguinte redação: “nas relações contratuais privadas, prevalecerão o princípio da intervenção mínima e a excepcionalidade da revisão contratual”.

Houve ainda o acréscimo do Art. 421-A ao texto do Código Civil, que assim dispõe: “os contratos civis e empresariais presumem-se paritários e simétricos até a presença de elementos concretos que justifiquem o afastamento dessa presunção, ressalvados os regimes jurídicos previstos em leis especiais, garantido também que: I - as partes negociantes poderão estabelecer parâmetros objetivos para a interpretação das cláusulas negociais e de seus pressupostos de revisão ou de resolução; II - a alocação de riscos definida pelas partes deve ser respeitada e observada; e III - a revisão contratual somente ocorrerá de maneira excepcional e limitada”.

O leitor mais atento deve ter percebido que a nova redação do Código Civil não diminuiu o dirigismo contratual apenas nos contratos empresariais, mas até mesmo nos contratos civis, o que é algo muito positivo. Com efeito, o parágrafo único do Art. 421 fala em “relações contratuais privadas”, e o Art. 421-A é ainda mais claro, referindo-se indistintamente a “contratos civis e empresariais”.

Por fim, merece menção ainda o fato de que a Lei nº 13.874/2019 (Lei da Liberdade Econômica) trouxe ao nosso ordenamento jurídico importantes e inovadoras regras de interpretação dos negócios jurídicos, com a inserção de dois parágrafos no Art. 113 do Código Civil: “§ 1º A interpre-



tação do negócio jurídico deve lhe atribuir o sentido que: I - for confirmado pelo comportamento das partes posterior à celebração do negócio; II - corresponder aos usos, costumes e práticas do mercado relativas ao tipo de negócio; III - corresponder à boa-fé; IV - for mais benéfico à parte que não redigiu o dispositivo, se identificável; e V - corresponder a qual seria a razoável negociação das partes sobre a questão discutida, inferida das demais disposições do negócio e da racionalidade econômica das partes, consideradas as informações disponíveis no momento de sua celebração. § 2º As partes poderão livremente pactuar regras de interpretação, de preenchimento de lacunas e de integração dos negócios jurídicos diversas daquelas previstas em lei”.

A leitura de todas essas novas regras nos permite perceber facilmente que a disciplina legal dos contratos, após a Lei nº 13.874/2019 (Lei da Liberdade Econômica), está muito mais próxima de uma economia liberal e distante de uma economia intervencionista, e isso deve ser festejado por todos aqueles que defendem a liberdade de empreender, a

qual depende fundamentalmente de um ambiente regulatório que garanta a liberdade contratual e assegure o cumprimento dos negócios jurídicos livremente celebrados entre as partes, principalmente quando tais partes são empresários.

Sem dúvida, esse novo arcabouço jurídico relativo aos contratos no Brasil atingirá positivamente o universo dos contratos de franquia empresarial, porque há mais liberdade para definição do conteúdo de tais contratos, que estão sempre se remodelando em razão da própria dinâmica do mercado.

Torçamos, então, para que os advogados que atuam no setor de franquias saibam aproveitar essa maior liberdade contratual, e para que o Poder Judiciário respeite as novas regras legais, intervindo menos e garantindo o fiel cumprimento dos negócios jurídicos firmados.



André Luiz Santa Cruz

Procurador Federal, doutor em Direito Empresarial e diretor do Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração - Ministério da Economia



OS IMPACTOS DA PANDEMIA DA COVID-19 NO SISTEMA FRANCHISING BRASILEIRO

O mês de março de 2020 será lembrado como um período de mudanças radicais no comportamento dos indivíduos, com sérios reflexos no modo de coexistir, nos hábitos pessoais, nas rotinas de consumo, na proteção e gerenciamento do risco profissional e no planejamento financeiro individual e familiar.

As incertezas que estamos vivendo nos últimos meses com a pandemia da Covid-19 (novo coronavírus), que tem altíssima capacidade de transmissão e que já se espalhou por mais de 200 países, colocando um terço da população mundial em confinamento para evitar o colapso de atendimento dos sistemas de saúde em todos os continentes, exigem a adoção de medidas emergenciais que contribuam para a minimização de situações de riscos indesejáveis que impactarão em todos os setores da economia nacional, com consequências diretas no sistema de franchising brasileiro.

O documento Covid-19: impactos no consumo e nas marcas¹, divulgado pelo IAB Brasil (*Interactive Advertising Bureau*) em 02 de abril de 2020, demonstra que estamos diante de um impacto radical, ou seja, não previsto e que afeta diretamente todas as pessoas, independente de classes sociais, de uma maneira única, causando consequências desastrosas e intensas, sem distinção, em todos os setores econômicos de um país. Um exemplo do tamanho dos impactos da Covid-19 na economia brasileira está evidenciado na previsão de crescimento do PIB no Brasil, divulgado durante o mês de março de 2020 pelo Relatório de Mercado Focus, período dos primeiros casos de contaminação e mortes motivadas pela pandemia: em 02 de março, crescimento de 2,17%; em 25 de março, de 1,48%; e, em 31 de março, uma queda de - 0,48%. O Relatório de Mercado Focus, divulgado em 06 de abril 2020, demonstra que a expectativa para a economia este ano passou de retração de 0,48% para queda de 1,18%. Em 20 de abril de 2020, o Relatório de Mercado Focus indicou que a projeção do PIB para 2020 passou de - 1,96 para - 2,96.



FOTO: FREEPIK



O Relatório de Mercado Focus de 11 de maio de 2020, reduziu a previsão sobre o Produto Interno Bruto (PIB) do País para -4,11% neste ano. Este é o 13º corte seguido aplicado pela Relatório Focus sobre o PIB do País. A queda na previsão é motivada pela crise causada pelo novo coronavírus.

Os empreendedores que atuam com o modelo de negócio de franquias empresarial como franqueados, precisam entender como as pessoas estão convivendo e agindo diante da pandemia causada pela Covid-19 e desenvolver ações direcionadas aos novos hábitos e rotinas de consumo dos brasileiros em relação a produtos, serviços e, principalmente, os novos canais de atendimento a clientes de compra on-line e off-line, principalmente por meio de meios digitais.

Os hábitos dos brasileiros quando o número de contaminados pela pandemia da Covid-19 indicou uma trajetória ascendente, apresentaram mudanças significativas no mês de março de 2020: 78% saíram de suas casas somente para tarefas necessárias junto a bancos e supermercados; 71% deixaram de freqüentar shoppings, parques e 68% restaurantes e lanchonetes; e 7% pediram comida por delivery.

No momento, a comunidade científica mundial enfrenta um surto desconhecido, em um campo de incertezas e de muitas perdas de vidas. Entretanto, epidemias e desastres anteriores mostram impactos de curto prazo, e períodos de recuperação da economia entre quatro e seis meses. O surto do SARS (Síndrome Respiratória Aguda Grave) teve início na China em março 2003, com expansão até agosto de 2003, quando o mercado iniciou sua recuperação. O desastre de Fukushima (acidente nuclear) no Japão, ocorreu em março de 2011, estendeu-se até junho de 2011 (quatro meses), quando o mercado iniciou sua estabilização. O surto de MERS (MERS – Síndrome Respiratória do Oriente Médio) na Coréia do Sul em maio de 2015, perdurou até agosto de 2015 (quatro meses), quando o mercado recuperou-se rapidamente até dezembro de 2015, estabilizando-se no ano de 2016².

Temos recebido de milhares de empreendedores franqueados, consultas sobre como enfrentar uma crise de tal proporção sem sustentabilidade financeira e mecanismos de competitividade adequados ao novo comportamento e hábitos de consumos da grande maioria dos brasileiros e, principalmente a anunciada recessão global que,

se ocorrer, atingirá todos os países. Faz-se necessário, antes de contextualizarmos sobre novos cenários e perspectivas de negócios no sistema de franchising brasileiro pós pandemia Covid-19, demonstrar: (a) os indicadores que posicionam o Brasil no segundo lugar no ranking mundial de países com maior quantidade de empresas franqueadoras, ficando atrás somente da China (Coreia do Sul, Taiwan e Estados Unidos ocupam respectivamente a terceira e quarta posição); (b) a capacidade empreendedora da população economicamente ativa do País; (c) as medidas adotadas pelo Ministério da Economia em função da Covid-19; e (d) o novo marco regulatório de franquia (Lei nº 13.966/2019).

A análise desenvolvida pela área de estudos e pesquisas da Asbraf, com base nos relatórios técnicos anuais da Associação Brasileira de Franchising (ABF), demonstram que o Sistema de Franchising brasileiro apresentou continuamente nos últimos 16 anos (período de 2004 a 2019), significativas taxas de crescimento.

O estudo indica que a evolução das redes de franquias do setor de franchising brasileiro registrou um salto no total de redes de franquias, que passaram de 814 em 2004 e alcançou a marca de 2.918 no final de 2019, tendo um aumento de mais de 258,48% no número de marcas. O número de empregos diretos aumentou em mais de 155,65% entre os anos de 2004 (531.252 empregos) e 2019 (1.358.139 empregos). O faturamento do setor aumentou em mais de 490,27% entre os anos de 2004 (R\$ 31.639 bilhões) e 2019 (R\$ 186.755 bilhões). Por diversas vezes, o franchising brasileiro obteve um desempenho positivo, diversas vezes superior ao PIB nacional. O faturamento do setor

“ Temos recebido de milhares de empreendedores franqueados, consultas sobre como enfrentar uma crise de tal proporção sem sustentabilidade financeira e mecanismos de competitividade adequados ”

em 2019 de R\$ 186.775 bilhões representa 2,73% de todo Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil no ano de 2018, que totalizou R\$ 6,83 trilhões, segundo o Sistema de Contas Nacionais, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

A Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Empreendedorismo Brasil, realizada pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) em parceria com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ) e com a Universidade Federal do Paraná (UFPR), junto a população brasileira de indivíduos de 18 a 64 anos, identifica as atitudes, atividades e aspirações desse significativo contingente de pessoas em relação ao empreendedorismo. Em 2018, no Brasil, a pesquisa demonstra que a taxa de empreendedorismo total atinge 38% da população adulta, ou seja,

FRANCHISING BRASILEIRO	2004	2019	%
Número de Empresas	814	2918	258,48%
Número de Empregos	531.252	1.358.139	155,65%
Faturamento em Bilhões (R\$)	31.639.000.000	186.755.000.000	490,27%



“O Governo Federal aportou R\$ 34 bilhões para que pequenas e médias empresas brasileiras possam manter seus empregados nos próximos dois meses”

em cada cinco brasileiros adultos, dois eram empreendedores. A partir dessa taxa, estima-se que, aproximadamente, 52 milhões de brasileiros entre 18 e 64 anos estavam liderando alguma atividade empreendedora, seja na criação e consolidação de um novo negócio, seja realizando esforços para a manutenção de negócios já estabelecidos.

Em relação às motivações que levam as pessoas a empreender, no Brasil, como alternativa para sobrevivência ou realização pessoal, a pesquisa GEM classifica duas categorias: o empreendedor que inicia um negócio no ambiente em que atua pela identificação de uma oportunidade viável a ser concretizada, e aquele que, por necessidade, cria um negócio levando em consideração a falta de outras possibilidades de emprego que lhe possibilite gerar renda. No que tange às habilidades, aos conhecimentos e às experiências para iniciar um empreendimento, a maioria dos brasileiros (em torno de 54%), permanece com uma avaliação favorável de si mesmos, julgando-se detentores de atributos que são necessários à realização de uma atividade empreendedora. 56% dos brasileiros afirmam que o medo de fracassar não se configura como um argumento forte o suficiente que impediria a ideia de começar um empreendimento, caso essa decisão fosse tomada.

Esses significativos percentuais de evolução, em que pese os inúmeros processos de conflitos entre franqueadores e franqueados que tramitam na justiça, e a capacidade empreendedora do brasileiro, em especial a força para superação de desafios e dificuldades, aliados às medidas emergenciais de apoio aos setores industrial, comercial, de serviços e do agronegócio que estão sendo implementadas pelos Governos Federal, Estaduais, do Distrito Federal e Municipais, com impacto direto na sustentabilidade e competitividade do Sistema de Franchising Brasileiro, constituem fatores impulsores determinantes para o enfrentamento dos problemas pré e pós Covid-19.

Em relação às medidas econômicas que estão sendo implementadas pelo Governo Federal para o combate aos efeitos da Covid-19, a Asbraf ressalta a importância do trabalho emergencial feito pelo Governo Federal para apoiar o setor produtivo nesse momento crítico, com a adoção de medidas como o adiamento do pagamento dos Impostos Federais no Simples Nacional; suspensão de processos de cobrança da dívida ativa da União e novas condições de parcelamento para Pessoa Física ou micro ou pequena empresa; medidas excepcionais e temporárias para manutenção dos empregos e da saúde, durante o estado de calamidade pública; e linhas de crédito em condições especiais, com destaque para a Medida Provisória nº 958, de 24 de abril de 2020, que libera empresas e pessoas físicas de uma série de obrigações para que tenham acesso facilitado ao crédito bancário e sofram menos os impactos econômicos decorrentes da pandemia do novo coronavírus no País. O Governo Federal aportou R\$ 34 bilhões, para que pequenas e médias empresas brasileiras, dentre as quais se enquadram milhares de empreendimentos franqueados, possam manter seus empregados nos próximos dois meses, auxiliando aquelas que eventualmente tiverem suas atividades reduzidas durante a crise decorrente da pandemia. A medida provisória batizada de MP da Folha de Pagamento dará fôlego para 1,4 milhão de micros e pequenas



empresas no País, responsáveis por empregar cerca de 12 milhões de pessoas.

O balanço do impacto fiscal dessas medidas, segundo a Secretaria do Tesouro Nacional/Ministério da Economia, para enfrentamento da Covid-19 no Brasil, tanto pelo lado da renúncia de receitas como de aumento das despesas, já acumulam um impacto de R\$ 224,6 bilhões, ou 2,97% do Produto Interno Bruto, sendo que esses números consideram a última grade de parâmetros da Secretaria de Política Econômica, em que estava previsto um crescimento para 2020 de 0,02% do PIB.

O déficit primário estimado, no início do mês de abril, era de R\$ 419,2 bilhões, ou 5,65% do PIB, o maior da série histórica, justificado pelas ações econômicas imediatas que estão sendo implementadas. É bom lembrar que a economia seguirá atendendo às demandas do Ministério da Saúde, o que poderá elevar esse comprometimento a mais de 6% do PIB. Essa situação remete para o entendimento da necessidade de retomada do equilíbrio fiscal em 2021.

No dia 26 de março deste ano, em plena pandemia da Covid-19 que assola o País, entrou em vigor o novo marco regulatório de franquia, a Lei nº 13.966 aprovada pelo Congresso Nacional no dia

26 de dezembro de 2019, cujo PLC nº 219/2105 teve amplo acompanhamento e articulação da Asbraf e da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, presidida pelo Deputado Gonzaga Patriota, junto as Presidências do Congresso Nacional, da Câmara Federal e Relatorias das Comissões de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ) e de Assuntos Econômicos (CAE).

A partir do novo marco regulatório, as mudanças que serão implementadas proporcionarão benefícios diretos para os franqueados, além de possibilitar uma melhora na relação com os franqueadores, como as propostas que exigem informações claras quanto às taxas periódicas (*royalties*, propaganda) e outros valores a serem pagos pelo franqueado ao franqueador ou a terceiros. A complexa questão do estabelecimento de quotas mínimas de compra pelo franqueado junto ao franqueador, e a obrigatoriedade de cláusulas precisas no contrato padrão de franquia celebrado entre as partes sobre condições, prazos de validade, regras de transferência, de renovação, sucessão e penalidades, são benefícios que contribuirão para a sustentabilidade e a competitividade dos negócios que operam na modalidade franqueado, pré e pós pandemia da Covid-19.



Na última década, com a popularização das vendas on-line, o franqueador passou a concorrer de forma direta com os franqueados, e, nessa fase da pandemia da Covid-19, intensificaram o *e-commerce* por meio de suas lojas virtuais e alianças com terceiros, chegando diretamente ao consumidor final com preços mais atrativos do que os praticados pelas unidades franqueadas. O novo marco regulatório de franquia (Lei nº 13.966/2019), propõe a garantia de exclusividade do franqueado sobre determinado território, sem a concorrência desleal de multicanais de comercialização do franqueador, como lojas virtuais e de venda direta. A Lei de Franquia nº 13.966/2019 corrige uma relação injusta e desigual na verticalidade e unilateralidade estabelecida e mantida durante 25 anos pelo sistema franqueador brasileiro, oportunizando ao franqueado – que é o verdadeiro gerador de empregos, riquezas e renda – negociação ou flexibilização nas exigências contratuais de exclusividade de fornecedores, aquisição mínima periódica de produtos, concorrência desleal por meio de lojas virtuais operacionalizadas diretamente por redes franqueadoras.

O Sistema de Franquia Brasileiro (Franchising) terá que, pós-crise, se reinventar para enfrentar os desafios do novo contexto global. Para minimizar os impactos da Covid-19 e fortalecer a competitividade dos empreendimentos franqueados na nova realidade do consumo e do varejo, é importante que as redes franqueadoras reavalie, à luz do novo marco regulatório de franquia (Lei nº 13.966/2019), os planos de negócios pactuados com os franqueados, com destaque para as estimativas de retorno dos investimentos realizados por esses investidores, adequan-

do as taxas de adesão, *royalties* e de publicidade aos novos cenários e tendências, que exigem novas formas de trabalho e de relacionamentos com fornecedores, clientes e consumidores.

As projeções de cenários no curto e médio prazo indicam que todos os setores da economia do país, sofrerão com os impactos do pós Covid-19, e as redes de franqueadores que atuam nos principais segmentos nos setores de Alimentação; Casa e Construção; Comunicação, Informática e Eletrônicos; Entretenimento e Lazer; Hotelaria e Turismo; Limpeza e Conservação; Moda; Saúde, Beleza e Bem Estar; Serviços Automotivos; Serviços e Outros Negócios; e Serviços Educacionais terão que adotar novos modelos de negócios e de gestão e de investimentos em tecnologia e inovação, que permitam aos franqueados operarem suas unidades em conformidade com as novas tendências, pós Covid-19, do mercado e do varejo, representadas por novos comportamentos de consumo, meios digitais de comercialização e gestão de relacionamento com clientes.

A Asbraf, no cumprimento de sua missão de fortalecer o desenvolvimento sustentável do sistema de franquia empresarial brasileiro e defender os interesses, ideais e objetivos econômico-sociais de empresas e empreendimentos que realizam suas atividades de comércio, serviço, indústria e agronegócio, na condição de franqueados em conformidade com os princípios e a regulamentação da Lei nº 13.966/2019, que dispõe sobre contrato de franquia empresarial, manifesta seu integral apoio às medidas econômicas do Governo Federal, que tem foco no apoio ao setor produtivo do País, com destaque para os pequenos empreendimentos franqueados que operam em todas as regiões do País.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.



Raul Canal

Presidente da Asbraf

NA ASBRAJ, VOCÊ TERÁ



APOIO INSTITUCIONAL

No combate à concorrência desleal e abuso do poder econômico de empresas franqueadoras junto à empresas franqueadas.



REPRESENTATIVIDADE INSTITUCIONAL

Junto às autoridades governamentais, órgãos públicos e privados, entidades, associações de classe e formadores de opinião.



CONTRIBUIÇÃO PARA O APERFEIÇOAMENTO DA LEGISLAÇÃO

Bem como da doutrina, jurisprudência e gestão do modelo de negócio franquia empresarial, fomentando ainda mais o desenvolvimento do franchising no Brasil.



ACESSO À REDE DE BENEFÍCIOS

Oriundos de convênios celebrados pela Asbraj com fornecedores jurídicos, serviços de tecnologias de informação, insumos, acessórios, transportes e cargas.

E MUITO MAIS! VENHA PARA A ASBRAJ

Posicione o QR CODE e veja as classes de associados



UNIÃO, TRABALHO & COMPROMETIMENTO

A FRENTE PARLAMENTAR MISTA DE APOIO ÀS EMPRESAS FRANQUEADAS FOI CRIADA COM O APOIO DA ASBRAF PARA FORTALECER O SISTEMA DE FRANCHISING NO PAÍS

FOTO: SHUTTERSTOCK



FAÇA PARTE. ASSOCIE-SE À ASBRAF

SHS Q. 02, Bl J, Bonaparte Hotel, Mezanino, Brasília - DF
CEP: 70322-901 - Telefone: (61) 3213-2111

www.asbraf.com

 **ASBRAF**
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANQUEADOS