

21. O *FRANCHISING* COMO MODALIDADE DE INVESTIMENTO ESTRANGEIRO E DE TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA

THE *FRANCHISING* AS MODALITY OF FOREIGN INVESTMENT AND TECHNOLOGY TRANSFER

Autores: Ana Carolina Vivarelli Molina, Rodrigo Rodrigues da Luz - Orientador: Prof. Dr. Alfredo José dos Santos

Campus de Franca – Faculdade de História, Direito e Serviço Social – Direito

rodrigodaluz@hotmail.com



Caderno de Pesquisa, Franca, SP, Brasil - eISSN 2179-4286 - está

licenciada sob [Licença Creative Commons](#) 

Palavras-chave: *franchising*. investimento estrangeiro. transferência de tecnologia.

Keywords: *franchising*. foreign investment. technology transfer.

1. INTRODUÇÃO

O *franchising* é um instituto contratual pelo qual o franqueador, detentor da marca e do conhecimento empresarial em relação a certo produto ou serviço, repassa ao franqueado seus conhecimentos mediante pagamento de uma taxa inicial e prestações mensais. Surge desse contrato uma relação interempresarial entre entes que nem sempre estão no mesmo patamar econômico e o *franchising* nada mais é do que uma fórmula de cooperação entre empresas que possibilita ao franqueado, que na maioria das vezes é um comerciante inexperiente, uma diminuição de sua margem de risco e conseqüentemente de insucesso, pois aquilo que ele oferece ao mercado já passou pelo crivo dos consumidores e da concorrência do mercado, resultando, então, ao longo do tempo de atividade, em lucratividade. Fator importante, também, é a transferência de tecnologia e o desenvolvimento econômico que o *franchising* empreende entre regiões de um mesmo país e entre países. Neste sentido, caracteriza-se o *franchising* como uma modalidade de investimento estrangeiro, que, frente aos benefícios oferecidos na relação entre franqueador e franqueado, vem se expandindo intensamente no mundo globalizado.

2. OBJETIVOS

Este trabalho tem como objetivo principal estudar o instituto do *franchising*, bem como o papel que este desempenha na transferência de tecnologia entre regiões de um mesmo país e entre países, além de ser o *franchising* uma importante modalidade de investimento estrangeiro nos dias atuais.

Estudaremos também os principais aspectos do contrato de *franchising*, como suas características principais, econômicas e jurídicas, e a importante função econômica e social desta modalidade de investimento mercantil que cresce cada vez mais ao redor do mundo.

3. METODOLOGIA

3.1 Material e métodos

Serão utilizadas, para todo o desenvolvimento da pesquisa, fontes bibliográficas como doutrinas jurídicas, manuais, artigos nacionais e estrangeiros de periódicos e de revistas, bem como jurisprudência, súmulas dos tribunais superiores, legislação estrangeira e estudos e análises realizadas pela Associação Brasileira de *Franchising*.

Para uma melhor organização do raciocínio e eficiência do trabalho serão utilizados os métodos científicos indutivo, dedutivo, sistêmico, histórico e comparativo.

Pelo método indutivo podemos analisar o objeto em estudo e tirar conclusões gerais, já que o método indutivo é um procedimento generalizador, assim sendo, analisando o surgimento e estruturação do *franchising* nos Estados Unidos, podemos ter uma noção de como ocorreu o processo de estruturação no Brasil.

Com o método dedutivo podemos extrair uma conclusão a partir de premissas gerais. Utilizaremos o método sistêmico para analisar o instituto do *franchising* dentro do sistema jurídico nacional, demonstrando como esse instituto se relaciona e se coordena com os demais institutos contratuais e com os princípios que regem o direito contratual brasileiro, bem como sua importância na dinamização econômica.

Através do método histórico analisaremos a evolução do *franchising* desde o seu surgimento até os dias atuais e todas as transformações ocorridas na prática comercial e no ordenamento legal.

O método comparativo serve para que se evidenciem diferenças e semelhanças seja na experiência jurídica nacional e estrangeira, seja entre as várias fases do direito nacional com reflexos no *franchising* e também em relação aos vários institutos contratuais afins ao *franchising*.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

O *franchising* é um instituto contratual pelo qual o franqueador, detentor da marca e do conhecimento empresarial em relação a certo produto ou serviço, repassa ao franqueado seus conhecimentos mediante pagamento de uma taxa inicial e prestações mensais. Surge desse contrato uma relação interempresarial entre entes que nem sempre estão no mesmo patamar econômico e o *franchising* nada mais é do que uma fórmula de cooperação entre empresas que possibilita ao franqueado, que na maioria das vezes é um comerciante inexperiente, uma diminuição de sua margem de risco e conseqüentemente de insucesso, pois aquilo que ele oferece ao mercado já passou pelo crivo dos consumidores e da concorrência do mercado, resultando, então, ao longo do tempo de atividade, em lucratividade.

O *franchising* se tornou ao longo do tempo uma fórmula rápida e segura de o pequeno empreendedor investir em um negócio próprio, tendo o suporte e amparo de uma marca notoriamente conhecida, uma grande empresa por trás da marca e principalmente o acesso a uma tecnologia e *know-how* já experimentados e de sucesso.

Assim, percebe-se a importância do instituto do *franchising* para o desenvolvimento econômico do país no que se trata de expansão e fixação de empresas e, conseqüentemente, da circulação de capital e movimentação financeira.

Segundo Newton Silveira¹ o *franchising* tem a utilidade de servir como forma de descentralização do capital e de estímulo e apoio a pequena empresa.

Outro fator de extrema importância em relação ao *franchising* e a conexão simbiótica que este guarda com o desenvolvimento econômico da localidade em que se insere é em relação a transferência de tecnologia.

Nos dias de hoje a tecnologia assume as feições de uma mercadoria que pode ser vendida e comprada, além, é claro, de seu valor agregado como produto final de uma pesquisa intelectual e prática que terá como padrões de seu valor econômico, as exclusividades que possuir, a capacidade de maximização de resultados e sua aplicabilidade².

Hodiernamente, a transferência de tecnologia, em questão àquela empreendida pelo *franchising*, representa um importante papel no processo de integração econômica entre países e regiões de um mesmo país, permitindo que países e regiões menos desenvolvidos tenham acesso a tecnologia de ponta. No caso do *franchising*, a tecnologia referida é tanto de produtos e máquinas como de serviços e *know-how*.

¹ SILVEIRA, Newton. O contrato de franchise e a transferência de tecnologia. **Revista do Advogado**, São Paulo, nº30, p.22, dez.1989.

² SANTOS, Alfredo José dos. **Aspectos jurídicos e econômicos da transferência de tecnologia**. 1991. 164f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1991. p.3.

5. CONCLUSÕES

Veremos, inicialmente através do presente trabalho, o surgimento do *franchising* como prática comercial no séc. XIX, através de comerciantes que querendo expandir seus negócios, criavam grandes redes de distribuição de seus produtos e serviços e a grande “explosão” de crescimento que o *franchising* teve após a segunda guerra mundial. Conceituaremos que o *franchising* é um instituto contratual entre franqueador e franqueado no qual o franqueador cede o direito de explorar determinada marca, patente, *know-how*, ao franqueado, mediante remuneração, cada qual mantendo sua independência jurídica, mas com o franqueador prestando toda e total assistência técnica ao franqueado e este seguindo os padrões determinados por aquele.

Verificaremos, também, a importante função econômica e social do *franchising* que hoje é uma prática difundida no mundo inteiro e que somente no Brasil movimentam mais de 46 bilhões de reais por ano, além de se traduzir em um importante meio para o desenvolvimento tecnológico e para a dinamização da economia por todos os estados brasileiros. Além desse aspecto econômico, o contrato de *franchising* constitui um meio extremamente hábil para o empreendedorismo daquelas pessoas que nem sempre possuem o conhecimento necessário para a abertura de um empreendimento comercial, consistindo isso na importância do instituto para a expansão industrial/comercial e fixação de empresas e como consequência a circulação de capital e movimentação financeira, além da transferência de tecnologia e o papel que esta desempenha para integração econômica.

Enfatizaremos que o contrato de *franchising* somente cumprirá sua função econômica quando franqueado e franqueador trabalharem juntos para o sucesso do negócio, ajudando reciprocamente um ao outro, pois, o *franchising* é acima de tudo um instrumento de cooperação entre indivíduos que buscam uma mesma finalidade que é o sucesso da franquia. É claro que existem certos interesses contrapostos, mas trabalhar para que esses interesses difusos de ambas as partes sejam satisfeitos, também é uma finalidade da cooperação entre empresas.

REFERÊNCIA

ABRÃO, Nelson. A Lei da Franquia Empresarial (nº8.955, de 15/12/1994). **Revista dos Tribunais**, São Paulo, V.722, dez. 1995.

ANDRADE, Jorge Pereira. **Contratos de franquia e leasing**. São Paulo: Atlas, 1993.

AZEVEDO, Paulo Furquim de. Contratos – uma perspectiva econômica. In: ZYLBERSZTAJN, Decio; SZTAJN, Rachel. (Coord.). **Direito e Economia**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

BAPTISTA, Luiz Olavo. **Investimentos internacionais no Direito Comparado e brasileiro**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1998.

- BARBOSA, Denis Borges. **Direito de acesso do capital estrangeiro**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 1996.
- BARROSO, Luiz Felizardo. **Franchising e Direito**. 2.ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2002.
- BOJUNGA, Luiz Edmundo Appel. Natureza Jurídica do Contrato de *Franchising*, **Revista dos Tribunais**, São Paulo, v.653, mar. 1990.
- BRAZ, Karime Vergueiro Machado. **Os investimentos estrangeiros diretos**. Dissertação (Mestrado em Direito). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2004.
- CASELLA, Paulo Borba. O fenômeno da franquia: da regulamentação comunitária à prática brasileira, **Revista de Informação Legislativa**, Brasília, ano 26, n.103, jul./set. 1989.
- CASELLI, Graziela Rodrigues. A regulamentação jurídica do investimento estrangeiro e a promoção do desenvolvimento econômico. TCC. Faculdade de História, Direito e Serviço Social. Franca: UNESP, 2006.
- CHERTO, Marcelo Raposo. **Franchising: revolução no marketing**. 2.ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1988.
- CHERTO, Marcelo; RIZZO, Marcus. **Franchising en la práctica**. São Paulo: Makron Books, 1995.
- COSTA, Ligia Maura. GRISI, Celso Cláudio de Hildebrand. Coordenadores. **Negociações internacionais e a globalização**. São Paulo: LTr, 1999.
- CRETELLA NETO, José. **Manual Jurídico do Franchising**. São Paulo: Atlas, 2003.
- _____. **Do Contrato Internacional de Franchising**. Rio de Janeiro: Forense, 2000.
- CRUZ E TUCCI, Cibele Pinheiro Marçal. Teoria geral da boa-fé objetiva. **Revista do Advogado**, ano XXII, n. 68, dez. 2002.
- GOMES, Orlando. **Contratos**. 24.ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001.