

**XXVI ENCONTRO NACIONAL DO
CONPEDI BRASÍLIA – DF**

DIREITO CIVIL CONTEMPORÂNEO

CÉSAR AUGUSTO DE CASTRO FIUZA

OTAVIO LUIZ RODRIGUES JUNIOR

JOÃO COSTA RIBEIRO NETO

Todos os direitos reservados e protegidos.

Nenhuma parte deste anal poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet – PUC - RS

Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim – UCAM

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Maria dos Remédios Fontes Silva – UFRN

Vice-presidente Norte/Centro - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes – IDP

Secretário Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba – UFSC

Secretário Adjunto - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

Representante Discente – Doutoranda Vivian de Almeida Gregori Torres – USP

Conselho Fiscal:

Prof. Msc. Caio Augusto Souza Lara – ESDH

Prof. Dr. José Querino Tavares Neto – UFG/PUC PR

Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini Sanches – UNINOVE

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS (suplente)

Prof. Dr. Fernando Antonio de Carvalho Dantas – UFG (suplente)

Secretarias:

Relações Institucionais – Ministro José Barroso Filho – IDP

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho – UPF

Educação Jurídica – Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues – IMED/ABEDI

Eventos – Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta – FUMEC

Prof. Dr. Jose Luiz Quadros de Magalhaes – UFMG

Profa. Dra. Monica Herman Salem Caggiano – USP

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – UNICURITIBA

Comunicação – Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro – UNOESC

D597

Direito civil contemporâneo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: César Augusto de Castro Fiuza; João Costa Ribeiro Neto; Otavio Luiz Rodrigues Junior - Florianópolis: CONPEDI, 2017.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-423-5

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Desigualdade e Desenvolvimento: O papel do Direito nas Políticas Públicas

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Civil. 3. Contemporaneidade. XXVI Encontro Nacional do CONPEDI (26. : 2017 : Brasília, DF).

CDU: 34



XXVI ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI BRASÍLIA – DF

DIREITO CIVIL CONTEMPORÂNEO

Apresentação

Os artigos contidos na presente publicação foram apresentados no Grupo de Trabalho "Direito Civil Contemporâneo" durante o XXVI Encontro Nacional do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito (CONPEDI), realizado em Brasília, de 19 a 21 de julho de 2017, sob o tema geral: "Desigualdades e Desenvolvimento: O papel do Direito nas políticas públicas", em parceria com os Cursos de Pós-Graduação "stricto sensu" em Direito (mestrado e doutorado) da Universidade de Brasília (UnB), da Universidade Católica de Brasília (UCB), do Centro Universitário do Distrito Federal (UDF) e do Instituto Brasiliense do Direito Público (IDP).

Na presente coletânea, encontram-se os resultados de pesquisas desenvolvidas em diversos Programas brasileiros de Pós-graduação "stricto sensu" em Direito, com artigos selecionados por meio de dupla avaliação cega por pares. São trabalhos surgidos de pesquisas em todas as regiões do país, que retratam parcela relevante dos estudos que têm sido desenvolvidos em Direito Civil no Brasil.

O número de artigos (21 ao todo) demonstra que o Direito Civil tem sido objeto de intensas e numerosas discussões Brasil afora. Os temas são plúrimos e abrangem problemas assaz interessantes. Durante o encontro, os trabalhos suscitaram diversos debates, tendo diversos pesquisadores – de variegadas regiões do país – interagido em torno das questões teóricas e práticas contidas nos textos.

Espera-se que o leitor possa vivenciar uma parte desta discussão por meio da leitura dos textos. Agradecemos a todos os pesquisadores pela sua inestimável colaboração e desejamos uma proveitosa leitura!

Prof. Dr. César Augusto de Castro Fiuza (PUC/MG)

Prof. Dr. João Costa Neto (UnB)

Prof. Dr. Otávio Luiz Rodrigues Junior - USP

A ANULABILIDADE DO CONTRATO DE FRANQUIA: ANÁLISE DA JURISPRUDÊNCIA DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE SÃO PAULO
THE POSSIBILITY OF ANNULMENT OF THE FRANCHISE AGREEMENT: AN ANALYSIS OF THE CASE LAW OF THE COURT OF JUSTICE OF THE STATE OF SÃO PAULO

Igor Longo Fabiani

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo principal a realização de uma análise crítica da jurisprudência majoritária do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo nos casos de anulabilidade do contrato de franquia empresarial pela falta de entrega da Circular de Oferta de Franquia ao candidato a franqueado, por sua entrega sem a antecedência mínima legalmente estabelecida ou pela inserção de informações inverídicas no documento. A análise será realizada a partir de uma interpretação teleológica da Lei nº 8.955/1994, que instituiu no mercado de franquias brasileiro novos princípios gerais.

Palavras-chave: Contratos, Franquia empresarial, Circular de oferta de franquia, Anulabilidade, Transparência

Abstract/Resumen/Résumé

The main objective of this paper is to perform a critical analysis of the case law of the Court of Justice of the State of São Paulo in which were analyzed the possibility of annulment of the franchise agreement due to the failure to present the Franchise Offering Circular to the franchisee candidate, delivering it without the minimum advance legally established or by inserting untrue information in the document. The analysis will be based on a teleological interpretation of Law Nº 8.955/1994, which inserted new general principles in the Brazilian franchise market.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Contracts, Franchising, Franchise offering circular, Annulment, Transparency

1 INTRODUÇÃO

O direito comercial tem como um de seus pressupostos a efetiva compreensão da realidade mercantil, ou seja, os usos e costumes em matéria de direito comercial não são apenas um referencial histórico, ao contrário, efetivamente fazem parte da prática deste ramo do direito, calcado especialmente na observação dos comerciantes (FORGIONI, 2010). A evolução deste ramo do direito se dá em a partir do estudo das soluções encontradas pelos comerciantes para o desenvolvimento de seus negócios, uma vez que não escolhem entre as fórmulas previamente estabelecidas, mas criam novos modelos negociais de acordo com suas necessidades.

Tem-se identificado recentemente uma nova dinâmica empresarial, caracterizada pela “desverticalização” das empresas, que passam a dispensar o controle societário de seus fornecedores, preferindo a adoção de um sistema de vinculação horizontal destas unidades por meio de contratos estáveis, de fornecimento, prestação de serviços e para o escoamento de sua produção.

Esta nova tendência de comportamento dos agentes do mercado pode ser explicada a partir de conceitos econômicos trazidos pela corrente denominada Nova Economia Institucional e, em especial, por sua teoria dos custos de transação.

A teoria dos custos de transação parte da premissa de que a empresa busca a satisfação de suas necessidades na melhor alternativa disponível ao sopesar os custos e benefícios (FORGIONI, 2010). Pode, assim, optar pela internalização do processo ou pela contratação de terceiros, chamada de “opção de mercado”. A tendência atual é a busca da satisfação das necessidades comerciais da empresa no mercado, por meio da contratação de terceiros, fugindo-se da estrutura vertical de controle de todos os aspectos da produção.

Percebe-se, dessa forma, que os contratos empresariais assumem, neste momento, um papel de protagonismo, chegando ao ponto de alguns autores definirem modernamente a empresa como um “feixe de contratos” (COASE, 1990 apud SZTAJN, 2006).

Tradicionalmente, os contratos comerciais, figura que possibilita a atuação das empresas no mercado, são classificados em duas grandes classes: os contratos de intercâmbio e os contratos de sociedade.

De um lado, os contratos de intercâmbio são caracterizados pelos interesses contrapostos dos dois contratantes; cada um visa o seu benefício. No outro extremo, temos os contratos de sociedade, roupagem jurídica que assume a associação de interesses para o desenvolvimento da atividade comercial, em que, diversamente dos contratos de intercâmbio,

são caracterizados pelo fato de os interesses dos contratantes estarem orientados no mesmo sentido. Impera, assim, a reunião de esforços para a consecução dos fins sociais, partilhando os riscos e benefícios do empreendimento.

Entretanto, uma nova categoria passou a ser inserida nesta classificação para abarcar contratos que, apesar de serem utilizados há muito pelos agentes econômicos, não se encaixam perfeitamente em nenhuma das duas categorias acima descritas, pois se situam entre elas. São os chamados contratos de colaboração.

Os contratos de colaboração são a expressão de um novo modo de fazer negócio, em que as empresas, no exercício de suas atividades comerciais, tendem a aliar-se a outras, praticando atos de colaboração. Essa interação interempresarial não se traduz juridicamente em contratos de sociedade e, tampouco, em meros contratos de intercâmbio. Nascem, assim, contratos híbridos, que são, por sua natureza, estáveis, e pressupõem a existência de esforços conjuntos das partes que, embora interdependentes, mantêm-se patrimonialmente autônomas e suportam individualmente os riscos de sua atividade.

Esses contratos de colaboração surgem como uma forma de evitar a celebração de diversos contratos de intercâmbio desconexos, que aumentam os custos de transação e os riscos de mercado, e também de escapar da rigidez dos esquemas verticalizados do controle societário de fornecedores.

Dentre os diversos contratos de colaboração nascidos da prática empresarial, merece destaque por sua importância aquele denominado de “franquia empresarial”, ou “*franchising*”.

O contrato de franquias empresariais é fruto de uma combinação de elementos característicos de diversos contratos, tendo surgido modernamente após a Segunda Guerra Mundial, e experimentando, desde então, um grande crescimento, em especial por conta do desenvolvimento e maturação de um mercado consumidor mais robusto e que demanda mais qualidade dos produtos e serviços que consome.

No Brasil, o contrato de franquias empresariais foi objeto de regulamentação legal específica, por meio da Lei nº 9.885/1994.

A referida legislação, além de instituir obrigações legais àqueles que desejem operar sob o sistema de franquias, traz também, no parágrafo único de seu artigo 4º, uma causa específica de anulabilidade do contrato entabulado entre as partes. Trata-se da possibilidade de anulação do contrato de franquias nos casos em que o franqueador não tenha fornecido ao

franqueado a Circular de Oferta de Franquia¹, no mínimo, dez dias antes da assinatura do contrato ou do pagamento de qualquer taxa.

Esse dispositivo legal, entretanto, é objeto de interpretação vacilante pela jurisprudência do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, Tribunal do qual se retirará a amostragem para a análise ora realizada.

Desse modo, o objetivo do presente artigo é, em um primeiro momento, identificar como a jurisprudência do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo tem interpretado e aplicado o parágrafo único do artigo 4º da Lei nº 8.955/1994. Em seguida, contrapor-se-á a tese adotada pela jurisprudência majoritária do referido Tribunal com uma análise teleológica da legislação.

Para tanto, será realizado, em um primeiro momento, um estudo dogmático da Lei nº 8.955/1994, apresentando os institutos por ela criados ou positivados que sejam importantes para a análise crítica, situando, também, a citada legislação em seu contexto e explicitando seus fins.

Após o estudo dogmático, será utilizado um método empírico de triagem e análise de acórdãos proferidos pelo Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo em ações que visem a anulação do contrato de franquias e tenham como argumento principal o parágrafo único do artigo 4º da Lei nº 8.955/1994. A base de dados utilizada para a separação dos acórdãos será aquela fornecida pelo site oficial do referido Tribunal.

Por fim, far-se-á uma análise crítica da posição majoritária adotada pelo Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, em comparação com o intuito do legislador na edição da lei que regulamenta o contrato de franquias.

¹ Na sequência do texto, a Circular de Oferta de Franquia será caracterizada, demonstrando-se os seus elementos obrigatórios e o intuito do legislador ao criá-la.

2 DA CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO

Antes de ingressarmos na apresentação da regulamentação legal e da forma como a legislação é interpretada pelo Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, é importante caracterizar o contrato de franquia, tendo em vista que a complexidade das relações de franquia na atualidade e a quantidade de obrigações que este contrato comporta são fatores que influenciam a análise conclusiva a ser realizada.

A conceituação do contrato de franquia empresarial, ou *franchising*, é tarefa difícil de ser realizada, dada a forma como nasceu e se desenvolveu o contrato. Antes de sua positivação, o contrato já era amplamente utilizado na prática comercial, na qual as avenças variam de acordo com a necessidade dos contratantes. O amplo espectro de obrigações que o contrato de franquia pode comportar, derivadas de diversos outros tipos contratuais típicos e atípicos (BARROSO, 1997), impede a formulação de um conceito geral e estanque.

No entanto, diversos foram os autores que se empenharam na tentativa de um conceito geral, iniciando-se por Rubens Requião (1978) – que defendia ser o contrato de franquia um contrato semelhante ao contrato de concessão mercantil – e Fabio Konder Comparato (1975), passando por outros, como Nelson Abrão (1984), Adalberto Simão Filho (2000), Marcelo Cherto (1988) e Fran Martins (2010).

Também antes da codificação, a Associação Brasileira de Franchising (ABF) editou o seu Código de Autorregulamentação do *Franchising*, que logo de início tentava conceituar o instituto. No mesmo sentido foi a Lei nº 8.955/1994, trazendo em seu artigo 2º a definição de franquia empresarial – conceito este que é bastante semelhante ao proposto pela ABF por conta de sua ativa participação no processo legislativo³.

Em que pese as diferenças entre os conceitos formulados, em virtude especialmente da época em que foram cunhados e das múltiplas feições assumidas pelo contrato de franquia, existe entre eles uma grande coincidência em relação a alguns elementos, que podem ser considerados essenciais.

O contrato de franquia empresarial, assim, é identificado por ser um contrato comercial de colaboração que visa instituir um sistema de distribuição de bens ou serviços,

² Franquia empresarial é o sistema pelo qual um franqueador cede ao franqueado o direito de uso de marca ou patente, associado ao direito de distribuição exclusiva ou semi-exclusiva de produtos ou serviços e, eventualmente, também ao direito de uso de tecnologia de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvidos ou detidos pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem que, no entanto, fique caracterizado vínculo empregatício.

³ Para detalhes do trâmite legislativo do Projeto de Lei nº 318/1991 da Câmara dos Deputados (PL nº 02/1992 no Senado Federal), que culminou na aprovação da Lei 8.955/1994, ver Luiz Felizardo Barroso (2002).

sendo classificado, portanto, como um contrato de distribuição em sentido lato. Também tem em seu bojo, necessariamente, a cessão, temporária e não exclusiva, de direitos imateriais protegidos pelo registro (marca) e conhecimentos imateriais não protegidos pelo registro (*know-how*).

Este último é de grande importância, uma vez que se reconhece que o contrato de franquia tem a importância econômica atual especialmente porque envolve a transferência do franqueador ao franqueado de todo o *know-how* por trás da atividade empresarial, ou seja, transferem-se as técnicas relativas de reconhecido sucesso desenvolvidas pelo franqueador, que vão desde a instalação da unidade franqueada até a apresentação de técnicas de vendas.

É essencial, assim, que o franqueador transfira ao franqueado todos os conhecimentos que detém sobre o negócio e implante na unidade franqueada todo o sistema de organização empresarial já consagrado pela rede.

Outro elemento essencial ao contrato de *franchising* é a remuneração do franqueador, sendo este contrato nitidamente oneroso, como é a regra dos contratos empresariais (AMENDOEIRA JUNIOR, 2012). Normalmente a remuneração do franqueador se dá pelo pagamento, pelo franqueado, de uma taxa inicial, chamada de “Taxa de Franquia”, pelo benefício de ingressar na rede, e de *royalties* mensais, de forma a remunerar o franqueador pela utilização da marca e dos conhecimentos transferidos.

Por fim, a última característica elementar é a independência jurídica e financeira das partes envolvidas no contrato de franquia, que, apesar de ligadas por um vínculo de estreita parceria, têm liberdade de atuação, nos limites do contrato (REDECKER, 2002).

Desse modo, pode-se conceituar o contrato de franquia empresarial, com base em seus elementos essenciais, como um contrato de colaboração empresarial firmado entre partes juridicamente independentes que institui de um sistema de distribuição de bens e serviços, pelo qual o franqueador cede ao franqueado a licença de uso de sua marca e sinais distintivos e de todo o conhecimento necessário para a implantação e desenvolvimento do empreendimento (*know how*), mediante remuneração.

É importante destacar que a identificação dos elementos essenciais do contrato de franquia empresarial não impede que sejam inseridos no bojo da relação negocial, a depender da necessidade das partes e do modelo de negócio criado pelo franqueador, elementos típicos de outros contratos, como a transferência de tecnologia, cessão de uso de patente, comodato ou locação de bens, dentre outros.

Vale dizer que a existência de elementos eventuais no bojo do contrato não descaracteriza o contrato de *franchising*. Por outro lado, no caso de ausência dos elementos

essenciais em uma relação contratual, dificilmente o instrumento e o sistema instituído a partir dele poderão ser reconhecidos como uma franquia empresarial da forma como concebida atualmente.

3 DA REGULAMENTAÇÃO LEGAL: LEI Nº 8.955/1994

O contrato de *franchising*, no passado, raramente era objeto de disciplina específica nos ordenamentos jurídicos estrangeiros em geral. Tal panorama, a partir da popularização do sistema de distribuição por ele instituído em todo o mundo, vem sendo alterado, pois cada vez mais os países passaram a instituir normas aplicáveis especificamente a este contrato.

A tendência percebida a partir da análise destes diplomas, entretanto, mostra que estas normas não possuem o objetivo de regular os aspectos intrínsecos do contrato de franquia. Ou seja, não dispõem sobre as obrigações das partes e o seu conteúdo contratual mínimo, mas apenas instituem um dever de transparência entre as partes, protegendo-as contra possíveis comportamentos lesivos da outra, e contendo também elementos que visam a defesa da concorrência e do consumidor.

No Brasil não foi diferente. A Lei nº 9.855, promulgada no dia 15 de dezembro de 1994, que disciplina o contrato de franquia empresarial, não se ocupou de estabelecer obrigações que necessariamente deveriam ser assumidas pelas partes. Pelo contrário, deixou à livre negociação das partes, e especialmente aos franqueadores, a estruturação do contrato para que se amoldasse da melhor forma ao negócio desenvolvido e comercializado na forma de franquia.

Como consequência prática da falta de regulamentação específica pela Lei nº 8.955/1994, o contrato de franquia empresarial não é conformado por normas legais explícitas que regulam as obrigações das partes, deixando de estabelecer direitos e deveres às estas, motivo pelo qual se defende que o contrato de franquia continua a ser um contrato atípico⁴, porém nominado.

Aplicam-se, assim, as normas que regem os contratos em geral, positivadas pelo Código Civil, como a função social do contrato e a probidade e boa-fé dos contratantes na negociação, execução e no período após a extinção do contrato. Também se aplicam as regras integradoras específicas dos contratos comerciais, como os usos e costumes empresariais e a real intenção das partes.

⁴ Neste mesmo sentido, podem ser destacados os ensinamentos de Ana Cláudia Redecker (2002), Fabio Ulhoa Coelho (1995) e Maria Helena Diniz (2006). Em sentido contrário, defendem a tipicidade do contrato de franquia os professores Luciano de Camargo Penteado (2007) e Francisco Paulo de Crescenzo Marino (2006). Pode-se defender, ainda, que o contrato de franquia empresarial é um contrato socialmente típico, pois se reiterando na prática, possui uma maneira própria de se formar e se desenvolver, recebendo, em algumas matérias, um tratamento consolidado.

No entanto, em que pese a Lei nº 8.955/1994 não tenha normatizado a relação negocial subjacente ao contrato, a opção do legislador foi, de maneira geral, bem recebida, tendo recebido elogios à extensão da matéria positivada em lei.

De maneira geral, entende-se que foi correta a opção do legislador em deixar espaço para que o seu conteúdo da relação contratual seja fixado através da livre negociação das partes. Chega-se à mesma conclusão, ainda, se for levado em consideração o fato de que o contrato de franquia empresarial pode assumir diversas formas, desde as mais simples até as mais complexas, o que inviabiliza uma previsão legal específica acerca do conteúdo do contrato, sob pena da regulamentação ser considerada deficiente, deixando de fora alguns itens e cláusulas essenciais do *franchising*, ou acabar engessando, no país, este eficiente sistema de distribuição.

Com notável inspiração nas legislações e códigos setoriais estrangeiros⁵ e no princípio da autonomia da vontade, a citada lei tem como objetivo principal instaurar no Brasil um ambiente de transparência nas relações entre franqueadores e franqueados, de forma a proteger, especialmente, o franqueado, instaurando um ambiente de negociação em que este possua todas as informações necessárias para decidir pelo investimento no ingresso em uma rede de franquia.

Seguindo tendência mundial, o diploma legal brasileiro pode e então ser classificado como um “*disclosure statute*”, proveniente do direito norte-americano. Isso significa que, como já afirmado, ele não dispõe sobre normas que regulamentem propriamente o conteúdo da relação jurídica entre franqueador e franqueado, mas foca na imposição de um dever de transparência entre as partes (COELHO, 1995).

No mesmo sentido, Luiz Felizardo Barroso (2002), afirma que a legislação aprovada deixou livre o mercado de franquias no Brasil, tendo institucionalizado as práticas mais salutares internacionalmente reconhecidas, como, por exemplo, o *full and fair disclosure*, impondo a revelação sincera dos dados mais importantes da relação negocial.

O instrumento pelo qual se dá o citado *disclosure*, no âmbito da franquia empresarial, é a Circular de Oferta de Franquia, prevista no art. 3º da Lei 9.855/94.

O mencionado dispositivo estabelece que sempre que um empresário decidir implantar um sistema de franquias ou um franqueador se interessar por ampliar a sua rede, deverão fornecer aos possíveis franqueados, por escrito e em linguagem clara e acessível, a Circular de Oferta de Franquia.

⁵ Como, por exemplo, o Código Deontológico Europeu de Franquia, disponível em: <<http://www.franchise-fff.com/base-documentaire/finish/206/318.html>>. Acesso em 25 abr. 2017.

O artigo 3º da Lei nº 8.955/1994, em seus diversos incisos, prevê o conteúdo mínimo e obrigatório da Circular de Oferta de Franquia. Dento do extenso rol de informações obrigatoriamente concedidas ao franqueado, destaca-se, por sua importância para o sucesso da unidade franqueada, aquelas relativas à descrição da franquia, situação financeira da franqueadora, processos judiciais que questionam o sistema da franquia, investimentos e taxas pagas pelo franqueado, exclusividade territorial, serviços oferecidos pelo franqueador e conhecimentos a serem transmitidos, situação da marca perante o INPI, a relação completa de todos os franqueados e daqueles que se desligaram da rede nos últimos 12 meses – com nome, endereço e telefone – e o modelo de contrato a ser assinado.

A finalidade da Circular de Oferta de Franquia, na lição de Sidnei Amendoeira Júnior (2012), é colocar à disposição dos possíveis franqueados todas as informações e dados pertinentes ao sistema de franquia em que pretende ingressar, propiciando um conhecimento amplo da franqueadora, de suas políticas e perspectivas, além de todos os termos, condições e investimentos do negócio.

Assim a Circular de Oferta de Franquia se afigura, de um lado, um meio de o franqueador apresentar ao candidato a franqueado a sua empresa e o negócio que desenvolveu, passando a este as vantagens econômicas do ingresso em sua rede de franquias e, de outro, uma fonte de informações ao candidato a franqueado, auxiliando-o na decisão de ingressar na rede.

Desse modo, tem-se que o verdadeiro intuito da Lei nº 8.955/1994 é estabelecer no Brasil um ambiente de negócios, no mercado de franquias, que se pautem pela ética e pela transparência entre os franqueadores e franqueados.

Percebe-se nitidamente, na referida lei, um caráter de proteção ao franqueado, pois terá, antes mesmo de celebrar um contrato de franquia e ingressar na rede, acesso a uma grande quantidade de importantes dados sobre o negócio formatado pelo franqueador.

As informações que necessariamente devem constar na Circular de Oferta de Franquia, e que estão pormenorizadamente previstas no extenso rol do artigo 3º da citada lei, tem o intuito de fornecer ao interessado em ser franqueado todas as ferramentas para que o faça de forma consciente, sem ser induzido a erro por um franqueador que pretende somente se locupletar com a venda de unidades franqueadas.

A transparência e a livre decisão do franqueado são, portanto, as linhas orientadoras da legislação que se dedica ao contrato de franquia empresarial.

Justamente por conta dessa finalidade informativa, o art. 4º da Lei da franquia empresarial estatui que a entrega da circular de oferta de franquia deve ser feita no mínimo

dez dias antes da assinatura do contrato ou do pré-contrato de franquia ou, ainda, do pagamento de qualquer taxa pelo franqueado⁶.

A consequência estabelecida para os franqueadores que não cumprem a obrigação de entregar a Circular de Oferta de Franquia com a antecedência mínima exigida e com informações verdadeiras⁷ é a possibilidade de o franqueado arguir a anulabilidade do contrato, exigindo a restituição de todos os valores pagos ao franqueador e a terceiros por ele indicados, devidamente corrigidas, mais perdas e danos, quando for cabível, nos termos do parágrafo único do artigo 4º da Lei nº 8.955/1994⁸.

O legislador, neste ponto, criou uma causa específica de anulabilidade do contrato de franquia empresarial que se harmoniza integralmente com o intuito do texto da regulamentação do contrato de franquia, reforçando a necessidade de se cumprir o *full and fair disclosure*, representado pela entrega da Circular de Oferta de Franquia com antecedência razoável e informações verdadeiras.

Contudo, a jurisprudência majoritária do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo foi firmada no sentido de interpretar restritivamente o artigo 4º da Lei nº 8.955/1994 e seu parágrafo único, não dando a eles aplicação conforme a sistemática da referida legislação, o que se entende equivocado.

⁶Art. 4º A circular oferta de franquia deverá ser entregue ao candidato a franqueado no mínimo 10 (dez) dias antes da assinatura do contrato ou pré-contrato de franquia ou ainda do pagamento de qualquer tipo de taxa pelo franqueado ao franqueador ou a empresa ou pessoa ligada a este.

⁷ Isso porque a Lei nº 8.955/1994, em seu artigo 7º, equipara a veiculação de informações falsas na Circular de Oferta de Franquia à sua não apresentação, estabelecendo, para estes casos, a mesma consequência jurídica, ou seja, a possibilidade de o franqueado pleitear a anulação do contrato e a devolução de todos os valores pagos: “Art. 7º A sanção prevista no parágrafo único do art. 4º desta lei aplica-se, também, ao franqueador que veicular informações falsas na sua circular de oferta de franquia, sem prejuízo das sanções penais cabíveis”.

⁸ Parágrafo único. Na hipótese do não cumprimento do disposto no caput deste artigo, o franqueado poderá arguir a anulabilidade do contrato e exigir devolução de todas as quantias que já houver pago ao franqueador ou a terceiros por ele indicados, a título de taxa de filiação e royalties, devidamente corrigidas, pela variação da remuneração básica dos depósitos de poupança mais perdas e danos.

4 DA JURISPRUDÊNCIA DO TJSP

Para que fosse auferido o entendimento majoritário da jurisprudência do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, foi realizada pesquisa no repositório oficial de acórdãos do próprio Tribunal⁹, utilizando-se, no campo de pesquisa, a expressão “Circular de Oferta de Franquia”.

Foram selecionados acórdãos proferidos em ações judiciais que tinham como objeto mediato o contrato de franquia, e que discutiam especificamente a consequência da falta de entrega da Circular de Oferta de Franquia, da sua entrega sem o respeito à antecedência mínima prevista legalmente ou da entrega do documento veiculando informações inverídicas.

Neste sentido, apesar de existirem acórdãos aplicando literalmente o artigo 4º, parágrafo único, da Lei nº 8.955/1994 e determinando a anulação do contrato de franquia com a devolução de todos os valores pagos pelo franqueado no caso de falta de entrega da Circular de Oferta de Franquia¹⁰, a jurisprudência majoritária no Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo vai no sentido de negar vigência ao estrito texto legal e consagrar outros requisitos que, no entendimento dos desembargadores, devam estar presentes para que o pleito de anulação do contrato seja deferido.

Vale dizer que, para a maioria dos julgadores que compõem as Câmaras do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo incumbidas de julgar a matéria, a “simples” ausência na entrega da Circular de Oferta de Franquia não é suficiente para gerar a consequência determinada pela legislação, ou seja, a anulação do contrato de franquia.

Como exemplos desta interpretação majoritária, foram selecionados os acórdãos proferidos nos processos de nº 0207083-65.2009.8.26.0100, 0025460-56.2013.8.26.0576, 0179518-92.2010.8.26.0100 e 0188753-83.2010.8.26.0100, por exporem com clareza os argumentos defendidos pelos julgadores.

4.1 Dos Argumentos Utilizados

O primeiro e mais utilizado argumento para que se afaste a anulação do contrato de franquia, ainda que a Circular de Oferta de Franquia não seja sequer entregue ao franqueado,

⁹ Disponível em: <<https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/consultaCompleta.do>>. Acesso em 20 abr. 2017.

¹⁰ Como, por exemplo, no processo de número 1068174-84.2013.8.26.0100, disponível em: <<https://esaj.tjsp.jus.br/cposg/open.do>>. Acesso em 20 de abr. 2017.

é a de que o negócio havia sido convalidado tacitamente pelo franqueado ao cumprir as obrigações assumidas no contrato por certo período de tempo.

Dá, assim, aplicação ao artigo 174 do Código Civil¹¹, que afasta a necessidade de confirmação expressa do negócio jurídico anulável quando a parte que poderia arguir a anulabilidade, ciente do vício, conscientemente cumpre com as suas obrigações.

É importante destacar que este entendimento vem sendo aplicado generalizadamente, até mesmo em casos em que o contrato de franquia esteja em vigor por prazo inferior ao de decadência do direito de pleitear a anulação do contrato, que é de dois anos, de acordo com o artigo 179 do Código Civil¹².

Dessa forma, na hipótese de cumprimento do contrato pelo franqueado, ainda que por pequeno prazo – em face da duração esperada de um contrato de franquia – a jurisprudência do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo vem considerando convalidado o negócio jurídico anulável.

Em segundo lugar, é muito utilizado o argumento de que o contrato de franquia somente pode ser anulado quando o franqueado comprovar o prejuízo sofrido pela falta de entrega da Circular de Oferta de Franquia.

Vale dizer que somente poderia ser anulado o contrato caso o franqueado tivesse sofrido prejuízo por não conhecer alguma das informações que deveriam constar na Circular de Oferta de Franquia, que o seu conhecimento não o levasse a celebrar o contrato ou, ainda, que se baseou exclusivamente em informação inverídica existente no documento entregue pelo franqueador para celebrar o contrato, incumbindo ao franqueado o ônus de comprovar estes fatos.

Por fim, o terceiro argumento identificado nos acórdãos consultados é o de que a ausência de apresentação da Circular de Oferta de Franquia, a sua entrega fora do prazo determinado pela Lei nº 8.955/1994 ou a veiculação de informações falsas, seria suprida pela celebração do contrato definitivo.

Assim, a assinatura do contrato de franquia teria o condão de suprir a ofensa aos artigos 3º, 4º e 7º da Lei nº 8.955/1994 cometido pelo franqueador.

Como já adiantado, não se concorda com o entendimento majoritário acima explanado e tampouco com seus argumentos, pois se entende que a interpretação não está de

¹¹ Art. 174. É escusada a confirmação expressa, quando o negócio já foi cumprido em parte pelo devedor, ciente do vício que o inquinava.

¹² Art. 179. Quando a lei dispuser que determinado ato é anulável, sem estabelecer prazo para pleitear-se a anulação, será este de dois anos, a contar da data da conclusão do ato.

acordo com os princípios do texto legal interpretado e tampouco com aqueles que regem o contrato de franquia.

4.2 Da Crítica ao Posicionamento Jurisprudencial

A Lei nº 8.955/1994, aprovada com a finalidade de dispor sobre o contrato de franquia empresarial, assim como as legislações que tratam sobre o mesmo tema em outros países, teve como intuito a criação de um mercado norteado pelos princípios da ética e da transparência entre franqueadores e franqueados.

Por isso, abandonou a regulação específica do conteúdo do contrato de franquia e abordou, na quase totalidade do texto legal, a obrigação de transferência de informações do franqueador para o candidato a franqueado, antes mesmo da assinatura do contrato definitivo, em tratativas comerciais. O instrumento criado para essa transferência é a Circular de Oferta de Franquia, que deverá ser entregue até dez dias antes da assinatura do contrato, do pré-contrato ou do pagamento de qualquer valor ao franqueado, e cujo conteúdo mínimo se encontra expresso na lei.

Tendo-se em vista que a Lei nº 8.955/1994 se preocupou em traçar obrigações pré-contratuais de transparência e *full disclosure*, tem-se que o fornecimento, por parte do franqueador, de todas as informações pertinentes ao negócio por ele formatado se torna especialmente importante. A própria previsão de anulabilidade do contrato, quanto pleiteado pelo franqueado, nos casos de descumprimento do dever legal previsto em seus artigos 3º, 4º e 7º reforça esta importância.

Igualmente, a legislação especial objetiva a proteção do franqueado, por entender ser este o elo mais fraco da contratação, uma vez que – caso não tenha todas as informações disponibilizadas pelo franqueador – não poderá, de outro modo, ter ciência da eficiência do sistema de franquia desenvolvido pelo franqueador.

Entretanto, da análise da jurisprudência majoritária do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, quando instada a se manifestar sobre o contrato de franquia e a sua anulabilidade pela falta ou defeito da Circular de Oferta de Franquia, desrespeita a intenção da lei, consagrando uma interpretação contrária àquela que seria esperada, talvez justamente por não entender o contexto do negócio de franquia ou os fundamentos da legislação em vigor.

O argumento de que a celebração do contrato definitivo de franquia supre a entrega da Circular de Oferta de Franquia é criticável, uma vez que a assinatura no próprio contrato anulável não pode ser utilizada como argumento para que este seja convalidado. Seria o

mesmo que afirmar que a celebração de um contrato com o vício de erro ou dolo pudesse ser convalidado pela própria assinatura do contrato. No caso do contrato de franquia, assim como nos demais casos de vício do negócio jurídico, o contrato definitivo foi celebrado sem que algum dos requisitos essenciais fosse cumprido.

Também a necessidade de comprovação, por parte do franqueado, do efetivo prejuízo que a ausência ou a imprecisão da Circular de Oferta de Franquia causou-lhe não deveria ser utilizado como base para afastar a anulação do contrato de franquia, em primeiro lugar, porque não é uma exigência existente na Lei nº 8.955/1994, sendo decorrente de uma ideia de boa-fé que, no caso, deveria ser aplicada ao inverso.

Em segundo lugar, impõe ao franqueado, reconhecido pela Lei nº 8.955/1994 como a parte mais vulnerável da negociação e que, por isso, necessita de proteção especial, o ônus de comprovar que, caso dispusesse de todas as informações relativas ao negócio, não teria celebrado o contrato.

A lógica da jurisprudência do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, neste ponto, é contrária à da legislação específica. A Lei nº 8.955/1994 reconhece a importância da transparência nas negociações e do repasse ao candidato a franqueado de todas as informações, já presumindo que, na falta destas, o franqueado será prejudicado.

Portanto, ao atribuir ao franqueado o ônus de provar o prejuízo com a falta de informações, os julgadores efetivamente negam vigência ao texto do artigo 4º da Lei nº 8.955/1994 e alteram diametralmente o sentido por ela pretendido, pois se trata de prova difícil de ser produzida, especialmente dada a posição do franqueado na relação de franquia empresarial.

Por fim, também é questionável o argumento da convalidação tácita do contrato de franquia pelo cumprimento, pelo franqueado, das obrigações dele decorrentes, por certo prazo, ainda que inferior ao prazo decadencial de dois anos.

A realidade empresarial demonstra que os primeiros anos de uma empresa são os mais desafiadores¹³. Por isso, não é incomum que empresas se sustentem, por certo prazo, operando em prejuízo financeiro, vislumbrando melhores oportunidades em um futuro próximo.

¹³ Neste sentido, existem pesquisas que mostram que a taxa de mortalidade das empresas nos primeiros anos de operação é alta no Brasil. Disponível em: <<http://www.agr.feis.unesp.br/fsp12082004.php>>. Acesso em 01 mai. 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/2010/10/sebrae-aponta-que-60-das-empresas-fecham-portas-ate-o-segundo-ano.html>>. Acesso em 01 mai. 2017. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/empreendedorismo/noticias/redacao/2016/09/14/de-cada-dez-empresas-seis-fecham-antes-de-completar-5-anos-aponta-ibge.htm>>. Acesso em 01 mai. 2017.

No sistema de franquia ocorre o mesmo. Os franqueados ingressantes na rede estruturam seu estabelecimento com o intuito de lucro futuro, suportando por certo prazo prejuízos financeiros, sendo estes normais até que o *know how* transmitido possa efetivamente ser aplicado, gerando a possibilidade de retorno rápido do investimento.

Desse modo, é inegável que a sonegação de informações essenciais, que deveriam constar na Circular de Oferta de Franquia, são nocivas ao desenvolvimento dos negócios da unidade franqueada.

É aceitável crer que leva certo tempo para que o franqueado note que as informações, às quais já deveria ter tido acesso, efetivamente são importantes para o seu negócio, sendo que sua falta gera implicações negativas ao mesmo, e certamente seriam um fator a ser estudado antes do ingresso no sistema formatado pelo franqueador.

Tem-se como razoável, neste sentido, o prazo decadencial estabelecido no artigo 179 do Código Civil, de dois anos a contar da assinatura do contrato definitivo.

Assim, o simples cumprimento das obrigações assumidas por um prazo que, na realidade empresarial, se mostra exíguo, não significa que o franqueado tenha anuído com a irregularidade cometida pelo franqueador.

Pode-se argumentar que, em determinados casos, a Circular de Oferta de Franquia pode ser dispensada em virtude de ampla negociação havida pelas partes, que discutiram e negociaram todos os aspectos do negócio, estando o franqueado ciente de todas as condições, ainda que o documento não lhe seja entregue. Neste caso e naqueles em que o contrato de franquia é cumprido por longos anos – superior ao prazo decadencial da anulabilidade do ato – entende-se correta a negativa de sua anulação

No entanto, a presunção de desconhecimento dos fatos, ao contrário do que afirma a jurisprudência do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, deve militar em favor do franqueado. Ou seja, pela disposição legal existente não há como afirmar, a priori, que a assinatura do contrato definitivo ou cumprimento do contrato por certo período de tempo fez com que o franqueado anuísse à ilegalidade cometida pelo franqueador. Pelo contrário, deve o franqueador comprovar, no caso concreto, que o franqueado estava ciente de todas as informações necessárias – levando-se como parâmetro aquelas existentes no artigo 3º da lei de franquia – para a celebração do contrato e ingresso na rede.

Somente com a realização da prova neste sentido é que o contrato pode ser considerado convalidado, afastando-se a anulação do mesmo pela falta de entrega da Circular de Oferta de Franquia.

O que se identifica na jurisprudência majoritária do Tribunal paulista é a inversão da presunção trazida pela Lei nº 8.955/1994. A citada legislação, para os casos em que o franqueador deixa de entregar a Circular de Oferta de Franquia, o faz fora do prazo legal ou insere informações inverídicas, presume o prejuízo ao franqueado – punindo o franqueador com a anulação do contrato e obrigando-o a restituir ao franqueado todos os valores pagos por este.

A citada corrente jurisprudencial, por outro lado, parte do princípio que o contrato de franquia empresarial celebrado em desrespeito aos artigos 3º, 4º e 7º da Lei nº 8.955/1994 é válido, sendo exceção os casos em que a anulação é deferida, imputando ao franqueado o ônus de comprovar o prejuízo com a falta de informações, o que se afigura equivocado, tendo-se em vista que o intuito da legislação aprovada, como já destacado, é estabelecer um ambiente de negócios em franquia empresarial que seja ético e transparente, protegendo o franqueado.

5 CONCLUSÃO

Da análise da jurisprudência majoritária do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, pode-se perceber que a sanção de anulabilidade do contrato de franquia, prevista no parágrafo único do artigo 4º da Lei nº 8.955/1994 para os casos em que o franqueador deixar de entregar a Circular de Oferta de Franquia ao franqueado, o fizer fora do prazo determinado ou inserir no documento informações falsas (artigos 3º, 4º e 7º da mesma lei), raramente é aplicada.

Nestes casos, esta corrente jurisprudencial parte da premissa de que o contrato de franquia empresarial celebrado em desrespeito à lei específica é válido, e impõe como condição para a sua anulação, em adição aos requisitos legais, que o franqueado comprove o prejuízo sofrido pela falta das informações e que não assine o contrato ou não cumpra as obrigações assumidas, impedindo, assim, a sua convalidação tácita.

Como exposto, entretanto, este entendimento parte de premissas que são contrárias àquelas consagradas pelo texto legal.

Uma análise teleológica da Lei nº 8.955/1994 demonstra que esta tem como intuito criar no país um mercado de comercialização de franquias que seja ético e pautado na efetiva transparência nas negociações, de modo que o franqueador forneça ao candidato a franqueado todas as informações necessárias para que este tome, conscientemente, a decisão de ingressar no sistema de franquia criado. Pretende, da mesma forma, proteger o franqueado, parte mais vulnerável da relação negocial.

Assim, a presunção que vigora no texto legal é a de que, desrespeitados os seus artigos 3º, 4º ou 7º na celebração do contrato de franquia empresarial, existirá prejuízo ao franqueado, sendo ônus do franqueador a comprovação de sua inexistência.

Ao aplicar a presunção de forma inversa, ou seja, considerar válido o contrato celebrado sem o requisito legal específico, a jurisprudência do Tribunal de Justiça de São Paulo vai de encontro ao sentido da legislação específica, negando-lhe vigência e extirpando a proteção legal deferida ao franqueado.

Sendo certo que os empresários reagem a estímulos externos – como as decisões judiciais – em sua tomada de decisão e no desenvolvimento de suas estratégias negociais, pode-se afirmar que o Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo chancelou a prática de não fornecer a Circular de Oferta de Franquia aos candidatos a franqueado, deixando passar a oportunidade de sinalizar e impor a necessidade de uma atuação conforme a legislação e os princípios da boa-fé e da transparência no mercado de comercialização de franquias.

6 REFERÊNCIAS

ABRÃO, Nelson. **Da franquia comercial (franchising)**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1984.

AMENDOEIRA JÚNIOR, Sidnei. Principais características dos contratos de franchising. In: BRUSCHI, Gilberto Gomes et al. (org.). **Direito Processual Empresarial**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

BARROSO, Luiz Felizardo. Franquia da atividade securitária. **Revista Forense**. Rio de Janeiro: Forense, v. 340, out./nov./dez. 1997

_____. **Franchising e Direito**. 2 ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2002.

CHERTO, Marcelo. **Franchising: revolução no marketing**. 2. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1988.

COASE, Ronald. The Nature of the Firm. 1990, p. 115 apud SZTAJN, Rachel. Notas sobre o conceito de empresário e empresa no Código Civil Brasileiro. **Revista de Direito Privado**, v. 25, p. 233-249, 2006.

COELHO, Fabio Ulhoa. Considerações sobre a lei da franquia. **Revista da ABPI**, nº 16, p. 15-21, mai/jun 1995.

COMPARATO, Fabio Konder. Franquia e concessão de venda no Brasil – da consagração ao repúdio?. **Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro**, São Paulo, n. 18, Nova Série, ano XIV, p. 53-65, 1975.

CREUZ, Luís Rodolfo Cruz; OLIVEIRA, Bruno Batista da Costa. Indenizações no sistema de franquia empresarial. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, v. 852, ano 95, p. 54-84, out. 2006.

CRUZ, Glória Cardoso de Almeida. **Franchising**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1993.

DINIZ, Maria Helena. **Tratado teórico e prático dos contratos**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2006, v. 4.

FERNANDES, Lina Márcia Chaves. **Do contrato de franquia**. Belo Horizonte: Del Rey, 2000.

FORGIONI, Paula. **Teoria geral dos contratos empresariais**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

LORENZETTI, Ricardo Luis. **Tratado de los contratos**. Buenos Aires: Rubinzal-Culzoni, 2004, Tomo I.

MARINO, Francisco Paulo de Crescenzo. Classificação dos contratos. In: JABUR, Gilberto Haddad.; PERERIRA JUNIOR, Antonio Jorge (Coord.). **Direito dos Contratos**. São Paulo: Quartier Latin, 2006.

MARTINS, Fran. **Contratos e obrigações comerciais**. 16. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2010.
PENTEADO, Luciano de Camargo. Redes contratuais e contratos coligados. In: HIRONAKA, Giselda Maria Fernandes Novaes.; TARTUCE, Flávio. (Coord.). **Direito Contratual: Temas Atuais**. São Paulo: Método, 2007.

PODESTÁ, Fábio. Contrato de franquia (franchising). In: HIRONAKA, Giselda M. F. Novaes (org.), MORRIS, Amanda Zoe; BARROSO, Lucas Abreu (coord.). **Direito Civil 3 – Direito dos contratos**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

REDECKER, Ana Cláudia. **Franquia empresarial**. São Paulo: Memória Jurídica, 2002.

REQUIÃO, Rubens. Contrato de franquia comercial ou de concessão de vendas. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, v. 513, ano 67, p. 41-62, jul. 1978.

SILVEIRA, Newton. O contrato de “franchising”. In: BITTAR, Carlos Alberto. (coord.). **Novos contratos empresariais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1990.

SIMÃO FILHO, Adalberto. **Franchising: aspectos jurídicos e contratuais**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

BRASIL. Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 16 dez. 1994.

_____. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil). **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 10 jan. 2002.

_____. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível 1068174-84.2013.8.26.0100. Apelante: JC Comércio de Produtos de Beleza e Máquinas de Depilação LTDA. Apelada: Ellen Cristina Picelli. Relator: Desembargador Caio Marcelo Mendes de Oliveira. São Paulo, 15 jul. de 2016. Disponível em: <<https://esaj.tjsp.jus.br/cposg/open.do>>. Acesso em 20 de abril de 2017.

_____. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação 0207083-65.2009.8.26.0100. Apelante: Unicelli Comércio e Locação de Espaços Destinados A Serviços de Beleza LTDA. Apelada: Fazane Espaço Destinado A Serviços de Beleza S/S LTDA. Relator: Desembargador Manoel de Queiroz Pereira Calças. São Paulo, 20 out. de 2011. Disponível em: <<https://esaj.tjsp.jus.br/cposg/open.do>>. Acesso em 20 de abril de 2017.

_____. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação 0025460-56.2013.8.26.0576. Apelante: Sergio Batista Resende. Apelada: D&R Brasil Franchising LTDA. Relator: Desembargador Francisco Loureiro. São Paulo, 10 nov. de 2015. Disponível em: <<https://esaj.tjsp.jus.br/cposg/open.do>>. Acesso em 20 de abril de 2017.

_____. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação 0179518-92.2010.8.26.0100. Apelante: Instituto de Formação Profissional LTDA. Apelados: GDSL Serviços de Beleza LTDA e Gustavo Albuquerque Drummond dos Reis. Relator: Desembargador Manoel de Queiroz Pereira Calças. São Paulo, 07 out. de 2010. Disponível em: <<https://esaj.tjsp.jus.br/cposg/open.do>>. Acesso em 20 de abril de 2017.

_____. Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação 0188753-83.2010.8.26.0100. Apelante: V. F. Franqueadora de Farmácia e Manipulação LTDA EPP. Apelados: Isabella Bartneck e Bartneck & Weinfurter Farmácia de Manipulação LTDA ME. Relator: Desembargador Wellington Maia da Rocha. São Paulo, 17 ago. de 2012. Disponível em: <<https://esaj.tjsp.jus.br/cposg/open.do>>. Acesso em 20 de abril de 2017.