



# Franchising e Internacionalização das PME's

\* POR FILIPE A. CARNEIRO,

O C.F. ou o business format franchise, inscreve-se no ambiente dos “novos contratos”, resultado da contratação em massa e da necessidade de fazer frente às crescentes necessidades do consumo de bens e serviços. A mobilidade do mercado e a transnacionalidade dos negócios e marcas, surgem então como agentes potenciadores de crescimento deste tipo de contratação.

## Não é possível dissociar uma marca de um produto ou serviço quando se fala de Franchising [...]

Numa brevíssima sinopse histórica acredita-se que a origem desta figura tem sido encontrada nos E.U.A., na fase de reconstrução da América do Norte subsequente à guerra da Secessão – 1892, sendo o exemplo mais remoto e de alguma forma paradigmático caso da General Motors, enquanto empresa pioneira. Sendo que é depois do crash 1929 de Wall Street, sobretudo a partir da década de 50 que começa o período de explosão, mormente

na Área do Fast food, com marcas como McDonald's, sendo talvez o seu expoente máximo e mundialmente conhecido. Foi na década de 80 que a franquia se expande verdadeiramente à Europa. Sendo que, no entanto, e em jeito de conclusão, não se assistiu a uma transposição pura, *qua tale* de contrato de “Franquia Americana”.

Não é possível dissociar uma marca de um produto ou serviço quando se fala de Franchising, já que é sobre a égide de marcas com peso quase institucional e multinacional que se alimentam este tipo de contratos. Na cadeia relacional e no topo da pirâmide surge o Franchisador – pessoa ou empresa que concede os direitos de utilização da “marca” e transfere o seu Know-how para terceiros – o Franchisado, aquele que adquire os direitos para um determinado território demarcado e o explora em lojas próprias. Para o efeito, sobre este recaem como principais obrigações o direito de entrada (1), os Royalties (2), a taxa de publicidade (3), a proibição de cessão da posição contratual (4), a obrigação de abastecimento exclusivo e controlo do franquizador (5), bem com a necessária “comunicação com toda a rede afiliada, muitas vezes gerenciada e sob o controlo de um Master Franchise. Do lado das vantagens ou prerrogativas por parte

do franqueado, destacamos: a transmissão do direito ao uso da marca e demais sinais distintivos (1), a transmissão do saber fazer (2), a assistência técnica (3), a cláusula de exclusividade territorial (4) e a obrigatoriedade de assistência contabilística e financeira (5), da qual nos parece ser mais uma vantagem para o franqueador do que para o franqueado, dado que permite o controlo financeiro, por um lado, dos fluxos de caixa e do volume de encomendas, pelas quais será fácil, ou pelo menos difícil controlar, a realidade económica das empresas afiliadas.

É sempre de referir, por ser evidente que a mundialização dos negócios e até de alguns “pequenos negócios” – as micro-empresas de vocação internacional –, pos-sam propiciar, num futuro mais ou menos longo a viabilidade e até o rejuvenescimento de contratos, como o Franchising, dada a obsolescência de alguns contratos mais clássicos. O primado da liberdade contratual e da crescente e profícua atipicidade dos contratos, potencia que a criação de novos elementos estimule a desejável criatividade contratual, dentro dos limites da proporcionalidade, da ética e do direito. **pp**

\* Advogado

ESCOLA PROFISSIONAL DE ESPOSENDE

ZENDENSINO

hotelaria/restauração + informática + turismo + animação sociocultural

EPE Rua Amorim Campos, 4740-335 FÃO || T 253 962 779 || F 253 963 619 || www.epe.pt || epe@zendensino.pt  
CRVCC Rua Barão de Esposende, nº1 4740-236 Esposende || T 253 966 353 || F 253 966 355 || crvcc@zendensino.pt