

D  
Instituto Mackenzie  
Biblioteca George Alexander  
Direito

# REVISTA DE DIREITO MERCANTIL INDUSTRIAL, ECONÔMICO E FINANCEIRO

Publicação do  
Instituto Brasileiro de Direito Comercial Comparado  
e Biblioteca Tullio Ascarelli  
e do Instituto de Direito Econômico e Financeiro,  
respectivamente anexos aos  
Departamentos de Direito Comercial e de  
Direito Econômico e Financeiro da  
Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo

Edição da  
Editora Revista dos Tribunais Ltda.

# REVISTA DE DIREITO MERCANTIL INDUSTRIAL, ECONÔMICO E FINANCEIRO

*Fundador:*

WALDEMAR FERREIRA

*Diretor:*

PHILOMENO J. DA COSTA

*Diretor Executivo:*

FÁBIO KONDER COMPARATO

*Coordenador:*

WALDÍRIO BULGARELLI

*Redatores:*

ANTONIO MARTIN, CARLOS ALBERTO SENATORE, HAROLDO M. VERÇOSA, JOSÉ ALEXANDRE TAVARES GUERREIRO, MAURO DELPHIM DE MORAES, MAURO RODRIGUES PENTEADO, NEWTON DE LUCCA, NEWTON SILVEIRA, PAULO SALVADOR FRONTINI, RACHEL SZTAJN, VERA HELENA DE MELLO FRANCO.

*Serviços gráficos:* Editora Parma Ltda., Av. Antonio Bardella, 280  
— CEP 07220-020 - Guarulhos, SP, Brasil.

*Edição e distribuição da*

**EDITORA**   
**REVISTA DOS TRIBUNAIS**

Rua Conde do Pinhal, 78 — Caixa Postal 678  
Tel. (011) 37-2433 — Fax (011) 37-5802  
CEP 01501-060 - São Paulo, SP, Brasil

# SUMÁRIO

---

## DOCTRINA

- **Do Regime Jurídico dos depósitos bancários e o “Plano Collor”** —  
Arnoldo Wald ..... 5
- **Negócio Jurídico de “Hedging”** — Nelson Eizirik ..... 13
- **Aplicação extraterritorial das resoluções do Banco Central do Brasil**  
— José Carlos de Magalhães ..... 23
- **Sociedade cooperativa e disciplina da concorrência** — Calixto Salomão  
Filho ..... 27
- **Direito de retirada do acionista no “Fechamento de Capital” de  
companhia** — Renato Ochman e Paula A. Forgioni ..... 38
- **O seguro de responsabilidade do produtor** — José Júlio Borges da  
Fonseca ..... 52
- **O seguro e o “Franchising” a verdade sobre a relação** — Luiz Felizardo  
Barroso ..... 65

## JURISPRUDÊNCIA COMENTADA

- **“Responsabilidade civil do Estado** — Comentários do Prof. Dr. Haroldo  
Malheiros Duclerc Verçosa ..... 75

## **CURRICULUM DOS COLABORADORES DESTE NÚMERO**

### **ARNOLD WALD**

Advogado no Rio de Janeiro e Professor Catedrático de Direito Civil da UERJ.

### **CALIXTO SALOMÃO FILHO**

Advogado.

### **HAROLDO MALHEIROS DUCLERC VERÇOSA**

Doutor em Direito Comercial da USP.

### **JOSÉ CARLOS DE MAGALHÃES**

Professor Associado da Faculdade de Direito da USP.

### **JOSÉ JÚLIO BORGES DA FONSECA**

Advogado.

### **LUIZ FELIZARDO BARROSO**

Professor Adjunto de Direito Comercial da UFRJ.

### **NELSO EIZIRIK**

Advogado no Rio de Janeiro — Membro da Comissão Diretora do Programa Nacional de Desestatização — Ex-Diretor da Comissão de Valores Mobiliários.

### **PAULA A. FORGIONI**

Advogada em São Paulo — Doutorada em Direito Econômico pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo.

### **RENATO OCHMAN**

Advogado em São Paulo — Professor da Fundação Getúlio Vargas.

## O SEGURO E O "FRANCHISING" A VERDADE SOBRE A RELAÇÃO

LUIZ FELIZARDO BARROSO

1. O disclosure, o "franchising" e o seguro — 2. O seguro e o "franchising" — O panorama existente — 3. A falta de uma cultura específica — As necessidades mais sentidas pelo sistema de "franchising" — 4. A cobertura de danos físicos a bens e outros — 5. O grande mercado inexplorado — 6. O "Performance Bond" — 7. Condições para análise visando a fixação do prêmio — 8. A multiplicação dos pontos comerciais. Seu financiamento, sua locação e certeza do recebimento dos alugueres — 9. O seguro fiança locatícia suas coberturas — 10. A contratação do seguro fiança locatícia — 11. O seguro locatício — 12. Conclusão.

### 1. O Disclosure, o Franchising e o Seguro

A abertura total e sincera dos dados empresariais, por parte do Franqueador, será a tônica dos anos 90 no setor de *Franchising* no Brasil.

Além de se inserir na filosofia de conduta da transparência dos atos e fatos, que vai permear, na década de 90, todos os negócios no Brasil, públicos e privados, esta transferência é a consagração do princípio do *disclosure* (abertura ampla total e sincera dos dados empresariais), único antídoto eficaz contra um mau negócio, para aquele que deseja investir suas poupanças, duramente conquistadas, em um negócio relativamente novo no Brasil chamado arrendamento empresarial (como quer o projeto de lei), franquia de negócios ou *franchising*, termo este já consagrado entre nós.

A figura do *disclosure* já existe no mercado de capitais brasileiro, contemplada pelo nosso direito positivo, exigindo das empresas, ao lançar suas ações ou debêntures, que divulguem informes empresariais, os mais amplos

possíveis, como balanços e demonstrações financeiras relativas aos últimos exercícios, prospecção de ganhos e perdas para o futuro, processos judiciais nos quais por acaso estejam envolvidas, quer como autoras quer como rés; enfim toda uma gama de informações gerais que o franqueado vai precisar para ingressar no novo negócio, e também, específicas como sejam: qual o prazo médio de retorno de seu investimento? De quanto irá necessitar, para pagar a taxa de ingresso na cadeia de *franchising* respectiva e para a aquisição de equipamentos e instalações? Que outras taxas pagará, como *royalties* mensais, taxas de publicidade, etc., enfim dados, de cuja ausência, para a tomada de uma decisão de investimento consciente, o nosso investidor em franquias jamais poderá se queixar, se, afinal, não houver feito um bom negócio.

No âmbito do mercado de capitais, o documento exigido das empresas que queiram abrir seu capital, ou lançar novas ações ou debêntures, contendo todos aqueles dados, chama-se, "prospecto". Já das empresas franqueadoras

que estejam à procura de franqueados, ou de novos franqueados, também será demandado pela lei que regulará o setor, a emissão de um documento, com todas aquelas informações. Este documento chamar-se-á de *Circular de Oferta de Franquia*, como de resto também já é requerido nos Estados Unidos da América do Norte, na França e nos demais países do chamado primeiro mundo.

Com a promulgação da Lei que se seguir à aprovação pelo Senado do Projeto de Lei da Câmara dos Deputados, Projeto n. 2, de 1992 (N. 318/91 na Casa de Origem), será exigido do Franqueador, dentre outras providências, que, nesta mesma *Circular de Oferta de Franquia*, indique “especificamente” qual o seguro mínimo que será solicitado ao franqueado.

Donde se concluiu que ao novo Franqueado será demandado que faça alguma espécie de seguro. Mas qual o objetivo deste seguro? Quais os principais riscos a serem cobertos? Quais as características do contrato de seguro a ser firmado? Que espécie de apólice será adotada? Nada disto está dito no Projeto, nem seria o caso a nosso ver, sendo uma questão totalmente nova a ser resolvida a nível de consultoria para, depois, ingressar no mercado.

## 2. O seguro e o *Franchising* — O panorama existente

Diante de mais esta nova realidade mercadológica, onde a competição ultrapassará os limites do tamanho do desconto a ser concedido, as empresas seguradoras que não se adequarem à demanda por coberturas novas e diferenciadas — que permitam as operações com produtos modernos como, por exemplo, *riscos operacionais* e *riscos nomeados*, como é o caso do *seguro ao “franchising”* — estará imediatamente fadada ao insucesso e, a médio prazo, ao desaparecimento do mercado segurador.

As empresas seguradoras, pois, que quiserem se manter em atividade próspera, deverão ir de encontro ao que for de interesse da comunidade e do setor de seguros, visando o desenvolvimento do mercado segurador, garantindo, assim, o seu sucesso.

Até bem pouco tempo quem estabelecia a espécie e a qualidade do produto a ser vendido, ou do serviço a ser prestado, era o seu próprio produtor, a partir de suas conveniências, e sua visão — nem sempre a longo prazo — de que o lucro era a única alma do negócio.

Hoje o ponto de vista é outro e este conceito egoístico começa a fazer água, pois o padrão elcito deve atender às reais e mais específicas necessidades do mercado ou de determinados segmentos, atendendo, exatamente, o desejo do cliente — consumidor.

Destarte, o segurador que desejar operar de forma eficiente e competitiva deverá estar voltado para o cliente final e suas necessidades de cobertura, ao invés de orientar sua atividade, exclusivamente, para o produto que já tenha na sua prateleira.

Sabemos que o sucesso fácil financeiro de determinada modalidade de seguro, está na razão direta de sua massificação. A realidade é outra, porém, já que a atividade seguradora tende, hoje, por exemplo, à regionalização em busca de maior eficiência e redução dos custos inerentes e um controle centralizado.

Com a regionalização advém, necessariamente, u’a melhor identificação dos riscos inerentes ao funcionamento da empresa a ser segurada, estando, assim, abertos os novos caminhos artesanais da atividade seguradora, como forma de competitividade e até mesmo de sobrevivência.

Novos produtos concebidos com ousadia e criatividade, desde que conduzidos com responsabilidade e seriedade técnica, podem e devem ser comerciali-

zados e difundidos, observados, é claro, os preceitos básicos de aceitação, avaliação e controle, que sempre nortearam a atividade seguradora que tenha algo a perder e muito porque zelar, em qualquer parte do mundo.

### 3. A falta de uma cultura específica. As necessidades mais sentidas pelo sistema de *Franchising*

O que está faltando para que a atividade seguradora se volte para o *Franchising* e para que haja um bom volume de negócios compensador — ainda que sem massificação — é o perfeito conhecimento das informações, critérios de avaliação e métodos de cotação, por todas as partes interessadas.

Neste ensaio pretendemos fornecer as informações inerentes à atividade de *franchising*, de modo a possibilitar a fixação dos objetivos e dos principais riscos e bens a serem cobertos.

Da mesma forma em que não é encontrada nos meios financeiros, uma cultura sobre *franchising* — sendo recíproca esta sensação, eis que também não existe na atividade seguradora franqueadora conhecimentos específicos que possibilitem uma demanda franca por fontes de financiamento — não há, tampouco, na atividade seguradora uma cultura mínima sobre *franchising* e, na atividade franqueadora, conhecimentos técnicos que viabilizem a demanda por uma cobertura de seus riscos pelo seguro, possibilitando a dinamização eficaz de seu crescimento.

Quais as necessidades hoje já sentidas pela atividade de *franchising* no Brasil? Que tipos de riscos específicos franqueador e franqueado gostariam de ver cobertos por uma apólice de seguros voltada para a sua condição peculiar de franqueador ou franqueado e, genericamente, de acordo com o seu ramo de negócio?

Afinal, onde o “calo mais aperta”? Sob o ponto de vista do franqueador, o

que mais o estaria preocupando? Seria a “má performance” do franqueado, refletida no não pagamento dos *royalties* mensais devidos? Seria o seguro fiançalocaticia, que possibilitaria ao franqueador contrair financiamento para a aquisição de lojas próprias e alugá-las aos seus franqueados, já que ao menos o retorno do aluguel estaria assegurado?

Seria o seguro de todas e de cada uma das lojas de sua cadcia? Ou o seguro difuso de todas elas por um valor bem menor, mas a abranger cada uma em particular sempre e quando necessário, considerando-se que o infortúnio jamais alcançaria, ao mesmo tempo, um grande número de lojas?

Sob o ponto de vista do franqueador (e até mesmo do franqueado, nas franquias de indústria, como nas de engarrafamento de bebidas Coca-Cola), não seria por acaso o *Seguro de Riscos Operacionais*?

Sob o ponto de vista do franqueado, seria a possibilidade de cessação, um dia, quem o sabe, das atividades do franqueador, inviabilizando o seu negócio no qual investiu todas as suas poupanças e para qual fez uma verdadeira opção de vida?

Seriam meramente as coberturas facultativas tradicionais no mercado e altamente rentáveis para os agentes seguradores?

Seria precaver-se contra as responsabilidades civis inerentes a acidentes em seu estabelecimento comercial, ou provenientes de produtos vendidos ou distribuídos pelo franqueado, principalmente, agora, em face do Código de Proteção do Consumidor?

Seria precatar-se contra reparações pecuniárias em consequência de danos pessoais sofridos por empregados seus, inclusive morte ou invalidez quando em serviço, no que exceder à devida pelo seguro obrigatório de acidentes do trabalho? Ou o próprio seguro de acidentes do trabalho quando de sua privatização?

Seria a cobertura de riscos por acidentes relacionados com a prestação de seus serviços em locais de terceiros, considerados estes como sendo as firmas contratantes de seus referidos serviços?

Seriam as reparações pecuniárias conseqüentes de danos a bens de terceiros confiados à sua guarda e responsabilidade?

Seria o seguro de estabelecimentos de ensino, para a cobertura de riscos por acidentes a professores, alunos e funcionários do próprio estabelecimento?

Seria o seguro de chefe de família, a cobrir todas as suas responsabilidades inerentes a esta sua condição, na hipótese de o franqueado ou mesmo franqueador ser obrigado a parar de trabalhar e, conseqüentemente, de produzir?

Seria sua aposentadoria? Ou, simplesmente um pecúlio?

Seria o seguro saúde seu, de seus dependentes, prepostos e funcionários?

Não seriam, por acaso todas estas coberturas e mais, a título meramente exemplificativo, algumas destas outras coberturas facultativas, para danos físicos, a serem oferecidas em condições especiais ao Segurado do sistema *Franchising*?

#### 4. A cobertura de danos físicos a bens e outros

Incêndio, raio, explosão;  
 Danos elétricos;  
 Vendaval, ciclone, tornado, granizo, alagamento, inundação;  
 Impacto de veículo/queda de aeronave;  
 Responsabilidade civil;  
 Lucros cessantes em decorrência de danos físicos;  
 Fidelidade;  
 Roubo de bens;  
 Roubo de valores;  
 Reembolso de grandes despesas;  
 Anúncios, luminosos, painéis, letreiros;  
 Quebra de vidros e de máquinas;  
 Tumulto; greve; saques em supermercados;  
 Instalação em novo local;

Pagamento de alugueres a terceiros, assegurando o retorno do investimento feito pelo Franqueador na aquisição do imóvel alugado ao Franqueado?

#### 5. O grande mercado inexplorado

Como se vê pelo espectro não exaustivo das modalidades antes citadas, há todo um mercado amplíssimo, praticamente inexplorado pela atividade seguradora, a não ser de modo solto, esparso, disperso, amadorístico, empírico, rotineiro, improvisado, camuflado e cúvido, à espera de ousadia e criatividade: uma só apólice cobrindo as principais modalidades eleitas, facilitando, destarte, a administração do seguro.

Na franquia, o grande mercado da atividade seguradora é, sem dúvida, o franqueado já que ele é o fator multiplicador dos pontos de venda do franqueador que, nada obstante, não deve ser desprezado como segurado, já que representa um fator de indução irresistível e definitivo na relação, a ponto de alguns contratos de franquia no exterior e a própria Circular de Oferta de Franquia Brasileira possibilitar, em uma interpretação extensiva, que o Franqueador faça o seguro que sua atividade demandar, debitando os respectivos prêmios ao Franqueado.

Para pouco mais de 600 Franqueadores existentes no Brasil, atualmente, registra-se a presença de 52.600 pontos de venda, nele compreendidos, também, os estabelecimentos do próprio franqueador, em que pese em número bem menor, ao lado das unidades franqueadas, com um faturamento global do setor, em 1992, de US\$ 38,1 bilhões, neste total compreendidos os postos de abastecimento de combustível, as engarrafadoras de bebidas e as concessionárias de veículo.

Conquanto na prática, infelizmente, ainda presenciamos ser o preço do seguro o fator decisivo na escolha deste ou daquele produto, deste ou daquele segu-



rador, a principal peça na escolha do seguro *Franchising* estará nas vantagens que ele vai incorporar, tais como simplificação na administração dos seguros e serviços que serão agregados às respectivas apólices.

Não nos esqueçamos de que os principais fatores no gerenciamento de riscos são o perfeito controle e as medidas de segurança, a reduzir, enormemente, as possibilidades de sinistro, com reflexos indiscutíveis na rentabilidade da companhia seguradora.

No *Franchising*, por suas características peculiares de atividade formatada, transmitida aos franqueados através de minuciosos manuais de operação e de gerenciamento, as possibilidades da ocorrência de eventos aleatórios, que possam comprometer, irremediavelmente, a propriedade segurada serão sempre mínimas.

Além do que a seguradora poderá sempre incluir na respectiva apólice uma prestação de serviço de gerenciamento de risco pelo segurador, como forma de complementar o esquema interno, por ventura existente, na cadeia de *Franchising* e/ou em cada uma das lojas de franqueados, já que o seguro não deve servir de escusa ou como substituição à adoção, por parte do segurado, de todas as providências tendentes a evitar danos.

Qualquer agente do mercado segurador que vier a investir no *Seguro Franchising* terá seu retorno certamente assegurado, devido à gama imensa de produtos, os mais rentáveis, que podem ser oferecidos, e que certamente serão amplamente aceitos pelo sistema, em franca expansão e prosperidade comprovada, inobstante a recessão do país.

Se a pujança de um setor pode ser medida pelos números, o *franchising* é, sem dúvida, um dos poucos segmentos da economia brasileira a exibir resultados brilhantes em 1992: uma expansão de 33,5% elevou o total de 10 mil unidades em 1991 para mais de 13 mil

este ano, enquanto o faturamento global do setor de franquias formatadas saltou de US\$ 4,1 bilhões para US\$ 5,6 bilhões no mesmo período, o que se traduz num aumento de 36%.

Todavia, o Seguro de Responsabilidade Civil, amplamente difundido no mercado, agora, principalmente com a existência do Código e Defesa do Consumidor — harmonizando as relações de consumo e colocando as partes envolvidas *in casu* franqueador e franqueado, em situação de igualdade — não devem ser confundidos, em uma visão simplista e imediatista, pronta a faturar lucros instantâneos, com o Seguro de Garantia do Cumprimento de um Contrato, verdadeiro anseio da comunidade de franqueadores e franqueados.

A obrigação relacionada com o perfeito cumprimento de um contrato de *Franchising*, por exemplo, que é o que mais interessa ao Setor, já seria objeto de cobertura, por parte da atividade seguradora em outro ramo, o Ramo das Garantias Contratuais, cobrindo, indiretamente, prejuízos patrimoniais e lucros cessantes, não resultantes diretamente da responsabilidade por danos materiais e corporais, de natureza culposa, cobertas pelo Seguro de Responsabilidade Civil.

## 6. O *Performance Bond*

O seguro de Garantia do Cumprimento de Obrigações Contratuais é o seguro mundialmente conhecido como *Performance Bond*, uma das modalidades dos *Construction Contract Bonds* que, por sua vez, faz parte dos *Sureties Bonds*, traduzidos para o português como *Garantias Contratuais*.

Constitui-se o *Performance Bond* na garantia de execução do contrato pela Seguradora, onde figura como garantido o executante construtor, o fornecedor ou o prestador de serviços, *in casu* o franqueado e, como beneficiário do seguro, o franqueador.

Sendo a franquia empresarial 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 do negócio ou sistema operacional desenvolvidos ou detidos pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, (art. 2.º do citado projeto de lei), nada mais justo que o Franqueador, em face de tanto despojamento, queira assegurar-se de que vai, efetivamente, ao longo de um contrato de cumprimento de obrigação continuada, receber a remuneração a que faz jus.

Assim é que os agentes do mercado segurador deverão estar cientes de que atenderão, efetivamente, às necessidades do sistema de *franchising*, abiscoitando lucros altamente compensadores, na medida em que, paralelamente a todas as coberturas de responsabilidade civil e facultativas, antes mencionadas, ofereçam o Seguro de Obrigações Contratuais, com o que se estará garantindo a higidez do respectivo sistema, em uma economia cambiante como a nossa, ainda em busca de sua vocação.

Qual o franqueador que iria recusar um franqueado que apresentasse uma apólice de garantia do desempenho de suas obrigações previstas no contrato de franquia, após, é claro, haver preenchido todos os outros requisitos indispensáveis, apurados em um rigoroso processo de seleção?

É claro que a Seguradora, ao garantir a execução do contrato do afiançado, deverá conhecer, detalhadamente, seus termos, bem como a capacidade, o caráter e o capital do afiançado — franqueado. Mas isto, por acaso, já não é requerido em qualquer contrato de *performance bond*?

Ademais, além de a Seguradora poder valer-se dos serviços especializados de consultores em *franchising*, para poder

assenhorear-se, detalhadamente, de seus termos e de suas implicações jurídico-obrigacionais, terá à sua disposição o contrato de contra-garantia, um dos alicerces do tripé que sustenta o *performance bond*: contrato de *franchising*, chamado de principal, contrato seguro, denominado de garantia e contrato pleno e consentido de ressarcimento, chamado de contra-garantia, e, em alguns casos especiais, uma garantia colateral, constituída por bens livres de ônus ou por direitos líquidos e certos aceitáveis pela seguradora, em valor necessariamente igual, no mínimo, ao valor da importância segurada.

É bem verdade que ao se obrigar contratualmente com um Franqueado, será exigido da Seguradora que ela o conheça e o aceite quase como se fosse seu sócio, no cumprimento de suas obrigações contratuais; daí exigir-se da empresa seguradora ousadia e criatividade, dentro, aliás, das características do novo Plano Diretor para o mercado segurador brasileiro, a demandar maior qualidade dos produtos e novas técnicas operacionais, agora mais do que nunca, para se fazer face à concorrência estrangeira, com a abertura para capital segurador externo, que, aliás, já está batendo à nossa porta.

Seja como for, como apanágio do próprio seguro e *Performance Bond* a Seguradora terá sempre à sua disposição amplos informes para pré-qualificar o franqueado, segundo a tradição dos *bonding*, analisando os 3 *c* do garantido: sua capacidade, seu caráter e seu capital.

Capacidade medida em relação ao conceito da empresa, que deve ser apontada como séria no ramo, comprovar seu desempenho, atestar sua competência profissional e experiência adquirida ao longo de sua existência, e demonstrar possuir recursos humanos e maquinário adequados à realização de seus objetivos sociais.

Caráter, verificado, através de levantamento cadastral completo, tanto quan-

to possível, apurando-se todas as informações sobre seu comportamento junto às entidades financeiras, principais fornecedores, clientes anteriores, fisco, etc.

Capital, avaliando-se a relação entre direitos e obrigações, que deve poder classificar a empresa como líquida e solvente e em condições de apresentar contra-garantias oferecidas por terceiros, seus sócios, acionistas, diretores e outras pessoas físicas ou jurídicas, atentando-se, também, para sua condição financeira, recursos disponíveis, fluxo de caixa, capital de giro, linhas usuais de crédito, etc.

A análise do projeto visa fornecer elementos para a fixação do prêmio comprovando, por conseguinte, sua viabilidade quanto a:

## 7. Condições para análise visando a fixação do prêmio

Condições Técnico — Econômicas: Macro e Micro — Em que setor da atividade econômica está inserido o negócio do franqueador, que será assumido pelo franqueado? Como está se portando e quais as perspectivas para os próximos 3 a 5 anos?

Qual a posição competitiva do franqueador em face de seus concorrentes?

Em que grupo econômico-jurídico-empresarial se insere o franqueador, se é que, de fato, ele está inserido em algum?

Condições Técnico-Jurídicas — Qual o universo jurídico em que gravita o negócio do franqueador, como empresa e como empresa-franqueadora?

Quais as suas responsabilidades em face da legislação que baliza sua atuação?

Que outros diplomas ou instituições norteiam a atuação do Franqueador: Código de Ética? Associação de Classe?

Condições Econômico-Financeiras — Quais os números do projeto de viabilidade econômico-financeira do negócio a ser franqueado? Há um cronograma financeiro quanto ao retorno do inves-

timento? Quanto o franqueado precisaria investir? Em que nível e qual a densidade de dedicação pessoal ao negócio que lhe será solicitada?

Quais os custos de implantação do negócio?

Quais as taxas de ingresso no respectivo sistema, e de publicidade? Quais os *royalties* mensais a serem pagos?

Qual o capital de giro exigido e durante quanto tempo?

Existem fontes disponíveis para financiamento do empreendimento? A que título? Empréstimo? Venture capital? Do próprio franqueador? De terceiros?

Qual a compatibilidade dos recursos com os encargos ao longo do tempo?

Projeto Arquitetônico — Programação Visual — É moderno, atrativo, compatível com o negócio a ser explorado no ponto comercial escolhido?

Qual o custo do projeto?

Qual o custo da respectiva execução?

Em quanto tempo ficará pronto?

Quem arcará com os respectivos custos?

Há financiamento? Há assistência técnico-gerencial até a abertura do estabelecimento?

E mesmo depois para os necessários ajustes?

Condições Mercadológicas — A atividade do franqueador atende às necessidades do mercado em que está inserido ou de determinados segmentos específicos?

É novidade autêntica?

É de concepção ousada?

Está amparada por uma atividade de marketing?

É esta atividade indispensável?

Condições Administrativas — Seleção e Treinamento do pessoal

Dependeria de treinamento intensivo, específico e custoso? A escolha e seleção obedece a critérios técnicos-científicos, inclusive de adaptação ao negócio e sua não rotatividade excessiva ao longo do tempo?

O treinamento é ao longo da vida, mediante reciclagem, ou se restringiria à época que precede à inauguração do estabelecimento?

**Fiscalização** — Terá a seguradora condições e direito à fiscalização da atividade, cuja *performance* é assegurada, visando a verificar a compatibilidade dos dados econômicos-financeiros projetados com a realidade candente do dia a dia, de modo a se saber, inclusive, se estão sendo cumpridas, de parte, as condições e obrigações do contrato de franquia pactuado?

Obs.: A fiscalização não será impositiva ou compulsória mas, certamente, será necessária.

#### 8. A multiplicação dos pontos, comerciais. Seu financiamento, sua locação e certeza do recebimento dos alugueres

Uma palavra sobre o seguro-fiança para o *Franchising*.

Na relação Franqueador/Franqueado o “ponto comercial”, e, mais amplamente, o fundo de comércio tem no imóvel que o abriga seu alicerce nevrálgico de sustentação.

Sem medo de errar, diríamos que certas franquias não dinamizaram, ainda, seu fator de multiplicação pela ausência de condições favoráveis para a aquisição de imóveis próprios à disposição de um programa de incremento do número de unidades a serem franqueadas.

Tão loto o setor de financiamentos e investimentos financeiros no país acorde para o *Franchising*, verá que uma das mais sadias e seguras formas de aplicação será o financiamento da aquisição, por parte do Franqueador, de imóveis comerciais e sua locação aos respectivos franqueados, ou, simplesmente, de alienação de seus próprios imóveis a fundos de pensão, por exemplo, e sua sublocação aos seus franqueados. E, quem o sabe, a aquisição de lojas comerciais pelos fundos de pensão para locação aos

franqueadores e sublocação aos seus franqueados por alugueres até de maior valor, como o permitirá a lei de *franchising*.

A assunção deste tipo de financiamento será tão mais aceita, é claro, na medida em que os franqueadores-locadores ou sublocadores tiverem a certeza de que seus franqueadores-locatários terão asseguradas suas performances, através de um seguro de obrigações contratuais, e/ou mais especificamente, na medida em que a locação respectiva possa ser garantida por um tipo de fiança — o seguro fiança locatícia, já perfeitamente caracterizando pela legislação em vigor.

#### 9. O seguro fiança locatícia suas coberturas

O Seguro Fiança Locatícia tem dois tipos de coberturas: a básica e a adicional. A básica é a cobertura do inadimplemento contratual em consequência do não pagamento pelo locatário dos alugueres e/ou encargos, além dos honorários advocatícios e as custas judiciais, em consequência da ação de despejo ou reintegração de posse promovida pelo locador.

As coberturas adicionais são decorrentes de riscos mais gravosos, em que há necessidade de cobrança de prêmios adicionais ou riscos paralelos, decorrentes da garantia principal.

As coberturas adicionais são: sublocação; locação por temporada; locação de imóveis utilizados por hospitais, unidades sanitárias oficiais, asilos, estabelecimentos de saúde e ensino autorizados e fiscalizados pelo poder público; danos ao imóvel causados pelo locatário; multas.

Garantido o franqueador — que receberá, seguramente os alugueres de seus franqueados — estará este tranquilo quanto ao pagamento das prestações dos financiamentos que vier a assumir para este fim

específico, encorajando-se a contrair outros; mais e mais, até atingir um ponto ideal de expansão de sua cadeia.

Não é desconhecido no mercado que a franquia McDonald's partiu para a aquisição dos pontos comerciais, dando-os em locação aos seus franqueados, como forma de robustecimento de seu ativo e melhoria do perfil de desempenho das ações da "corporation" na Bolsa de Valores de Nova York.

Não é, tampouco, afastado do domínio público, porém, que o McDonald's hoje é segunda imobiliária do mundo, só perdendo para a Igreja Católica em número de unidades imobiliárias, sendo que a renda proveniente dos alugueres tem superado, em muitos casos, e em várias oportunidades, a renda operacional proveniente dos *royalties* pagos pelos franqueados.

Por todos os títulos é esta, pois, uma estratégia empresarial nada desprezível e que ficará ao alcance de qualquer franqueador, se este passar a dispor de financiamento para a aquisição de unidades podendo, ainda, desfrutar do seguro de obrigações contratuais e, até, do seguro de fiança locatícia.

## 10. A contratação do seguro fiança locatícia

O Seguro de Fiança Locatícia, pode ser contratado tanto por pessoa jurídica como física, quer pelo proprietário do imóvel, quer como seu representante (procurador, administradora, etc.).

Quando esta contratação é feita pelo locatário, obrigatoriamente será emitida uma apólice individual, garantindo as relações de contrato entre aquele locatário, por aquele imóvel, junto a seu locador.

Quando a contratação do Seguro é feita pelo locador, a apólice tanto pode ser individual (garantindo um só contrato, um só locatário), como coletiva (garantindo "N" locatários).

O Diário Oficial da União, de 17 de janeiro de 1992, publicou a Circular n. 1, de 14 do mesmo mês, da SUSEP que na forma do art. 36, c, do Dec.-lei 73/66, aprovou as cláusulas de contrato-padrão do seguro de fiança locatícia.

A contratação por Administradora de Imóveis, por *Shopping Center's* ou, *in casu*, pelo Franqueador, será sempre em apólice coletiva, quando se referir a mais de uma unidade dos imóveis administrados ou de propriedade dos contratantes.

No caso de Administradora de Imóveis ela será a estipulante da apólice e Segurados os locadores-proprietários dos imóveis. Já na administração dos *Shopping Center's*, e na administração de uma cadeia de *Franchising*, a administradora e/ou o Franqueador, além de estipulante, pode ser também o Segurado, na qualidade de dono e/ou o sublocador dos imóveis arrendados e, segurado, por excelência, o Franqueado.

Qualquer exclusão de um imóvel da cobertura do seguro, nas apólices da Administradora, deverá ser previamente acertado com a Seguradora. Isto objetiva eliminar a pré-seleção do risco, o que levaria a serem segurados somente os casos de maior possibilidade de sinistro.

Estariam excluídos pela Lei 8245/91, o arrendamento mercantil, em qualquer de suas modalidades, o que, talvez, se constituísse em um óbice ao seguro fiança locatícia no *franchising*, já que este se estabelece nos respectivos imóveis mediante um contrato de locação comercial.

"4. Prejuízos não indenizáveis e riscos exclusivos.

"4.1 O presente seguro não responderá pelos prejuízos resultantes de:

"c. O arrendamento mercantil, em qualquer de suas modalidades".

Queremos crer, porém, que a expressão arrendamento mercantil, refira-se, mais precisa e especificamente, às ope-

rações de *leasing* ou ao aluguel de coisas móveis — que possam ser objeto de *leasing* ou não — como, por exemplo, direito ao fundo de comércio e todos os itens que o constituem, direta ou indiretamente.

O fundo de comércio embora abstrato, ativo não tangível, contém um valor econômico perfeitamente mensurável e que subsiste por força do amparo que lhe empresta a Lei do Inquilinato.

### 11. O seguro locatício

O Seguro locatício já existia antes da Lei 6.649/79, e foi regulamentado pela Resolução n. 14, de 27 de setembro de 1979, do Conselho Nacional de Seguros Privados. Diferentemente das disposições anteriores, agora a Lei 8.245/91, no seu art. 41, diz que abrangerá a totalidade das obrigações do locatário, o que inoconria, eis que circular administrativa limitava a responsabilidade de seguradora a até doze vezes o valor do aluguel e encargos vigentes do contrato.

É preciso não esquecer, pois, que continua existindo uma cobertura de seguro locatício, na modalidade de Crédito Interno, perfeitamente delineada, a nível de Instituto dos Resseguros do Brasil, cujas condições só foram adaptadas às exigências da nova lei e consubstanciadas na Circular SUSEP 001/92, em 14.01.92.

É necessário, igualmente, lembrar que na impossibilidade total de adotar-se o Seguro Fiança Locatícia para arrendamentos mercantis, o Seguro de *Performance* ou de Obrigações Contratuais, já preconizado — assegurando o pagamento dos *royalties* pelo franqueado ao franqueador — poderia abranger, igualmente, o pagamento dos alugueres devidos, eis que esta também é uma obrigação pecuniária, contratualmente estabelecida, da mesma forma que todas

as demais, contornando-se o impedimento legal.

Assim é que, mesmo os contratos de arrendamentos do fundo de comércio, ou de máquinas e instalações; ou mesmo de concessão comercial, poderiam ter, como objeto de seguro, a *performance* do arrendatário ou do concessionário.

### 12. Conclusão

Como foi dito no início, tanto o mercado de *Franchising* como o Segurador, tende à profissionalização; a se sofisticar, não comportando mais soluções prontas, ainda que de meia confecção, amadorísticas, improvisadas, imediatistas e cobiçosas.

Conduzindo ao artesanato técnico, a atividade seguradora hoje em dia mostra-se como um desafio às mentes criativas e ousadas e, porque não dizer, ambiciosa de novos ganhos e de lucros certos, servindo, por outro lado, como um instrumento sadio de prestação de um belo serviço à comunidade, na medida em que se atendam aos anseios e suas necessidades, com seriedade e apuro técnico, receita milenar, aliás, de bons lucros e retorno certo, a curtíssimo prazo, em qualquer atividade empresarial.

São estas as considerações que objetivam estabelecer um balizamento normativo à atividade seguradora, junto ao sistema de *Franchising* no Brasil, de modo a ordenar o que está por vir e coibir iniciativas, alvissareiras, porém improvisadas e camufladas sob uma falsa capa de “Seguro ao *Franchising*”, às quais, infelizmente, já estão se dedicando algumas corretoras de seguro, ávidas por ganhos fáceis e imediatos, conspurcando, todavia, a atividade sadia dos verdadeiros agentes do mercado segurador e ludibriando o sistema *franchising*, como um todo.