

UNIVERSIDADE
AUTÓNOMA
DE LISBOA



DEPARTAMENTO DE DIREITO
MESTRADO/DOCTORADO EM DIREITO

JOÃO MATEUS BORGES DA SILVEIRA

Contrato de franquia: estudo comparativo Brasil-Portugal

Lisboa

2015

LISTA DE ABREVIATURAS

CRFB/88 – Constituição Federal de 1988

LFB – Lei Federal Brasileira

IFA – *International Franchise Association* (Associação Internacional de Franchise)

INFOFRANCHISING - Instituto Português de Informação em Franchising

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	3
2	CONTRATO DE FRANQUIA NO BRASIL E EM PORTUGAL.....	4
2.1	Natureza jurídica.....	4
2.2	Elementos principais do contrato.....	7
2.3	Considerações especiais acerca do contrato de franquia.....	9
3	ANALOGIA E PRINCIPIOLOGIA NO CONTRATO DE FRANQUIA EM PORTUGAL.....	11
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	12
	REFERÊNCIAS.....	14

Contrato de franquia: estudo comparativo Brasil-Portugal¹

João Mateus Borges da Silveira²

Dra Ana Roque³

RESUMO

O presente artigo pretende discorrer sobre o instituto do *Franchising* ou franquia, fenômeno que revolucionou a posição das pequenas empresas e médias nos últimos anos, centrando-se no estudo do instrumento jurídico celebrado para sua efetivação, o contrato de franquia, nos ordenamentos jurídicos brasileiro e português. Inicialmente, discorrer-se-á sobre a disposição normativa do contrato de franquia no Direito Brasileiro e Português, sua natureza jurídica, elementos principais e considerações especiais acerca deste instrumento. A seguir, se investigará a analogia e principiologia do contrato de franquia em Portugal, uma vez que neste país, não há uma previsão expressa do instituto.

Palavras-chave: franchising; contrato de franquia; Brasil; Portugal.

1 INTRODUÇÃO

O sistema de *Franchising* revolucionou a posição das pequenas e médias empresas nos últimos anos, estratificou forças, conquistou mercados, abriu novos postos de trabalho, evoluiu, gerou enormes avanços tecnológicos, diversificou-se em tipos diferentes para melhor adaptar-se a cada ramo de atividade, adequou-se à realidade de cada local; enfim, logrou muitos êxitos.

Conhecer o Contrato de Franquia Empresarial, os desafios do sistema e seus benefícios são de suma importância para compreender os aspectos legais que envolvem o assunto.

A LFB nº 8.955/94, além de definir o instituto no Brasil, estabelece procedimentos indispensáveis às franqueadoras, trazendo providências importantíssimas para a comercialização de franquias. O Contrato de Franquia, instrumento regulado pela lei, formaliza a relação jurídica entre franqueador e

1 *Paper* apresentado à Disciplina Seminário de Investigação de Direito Civil do Curso de Mestrado em Direito da Universidade Autónoma de Lisboa.

2 Discente do Curso de Mestrado em Direito da Universidade Autónoma de Lisboa. Advogado. *Email:* jm@bbadvocacia.com.br. *Master of Law at University of California, Davis.*

3 Docente da disciplina Seminário de Investigação de Direito Civil do Curso de Mestrado em Direito da Universidade Autónoma de Lisboa.

franqueado.

Em Portugal, inexistente uma lei que aborde especificamente o contrato de franquia, razão pela qual na sua tratativa, recorre-se analogicamente ao Decreto-Lei nº 178/86, que trata do regime jurídico do Contrato de Agência.

O *paper* apresentado pretende discutir as particularidades do Contrato de Franquia no Brasil e em Portugal. Neste sentido, o trabalho visa contribuir com o desenvolvimento do sistema de *Franchising*, que emprega milhares de pessoas e diminui, em grande proporção, o risco de investimento.

2. CONTRATO DE FRANQUIA NO BRASIL E EM PORTUGAL

Conforme previsão no próprio artigo 1º da LFB nº 8.955/94, no Brasil, os contratos de franquia são disciplinados por esta Lei, e devem conter, como será discorrido adiante, as informações da circular de oferta de franquia, bem como obedecer a forma prevista na lei.

Além disso, a validade do contrato de franquia no Brasil independente de registro do instrumento perante o cartório ou órgão público, bastando a obediência à forma escrita e a assinatura na presença de 2 (duas) testemunhas, conforme teor do artigo 6º da mesma LFB nº 8.955/94.

Em Portugal, o Princípio da liberdade contratual, contido no art. 405º, n.º 1 do Código Civil Português é o que autoriza a existência de contratos atípicos como o de *Franchising*. Todavia, sua aplicação encontra-se condicionada a outros dispositivos da mesma legislação, a exemplo da culpa na formação dos contratos (artigo 227º), sentido normal da declaração (artigo 236º), integração (artigo 239º), requisitos do objeto negocial (280º), princípio geral de boa-fé na execução do contrato (artigo 762º, nº 2) (INFOFRANCHISING).

2.1 Natureza jurídica

A respeito da natureza jurídica do contrato de franquia, entende a doutrina ser este um contrato autônomo, formado pela junção de elementos de contratos distintos, portanto, um contrato misto: “que resulta da combinação de elementos de

diferentes contratos, formando nova espécie contratual não esquematizada na lei” (GOMES, Orlando, apud FERNANDES, Lina, 2000, p. 62).

Ainda descrevendo o caráter englobante do contrato de franquia, Barroso (1997, p. 183) descreve que esse contrato:

[...] agrega em uma só relação obrigacional bilateral uma licença ou cessão para uso de marca, uma transferência de patente, de tecnologia ou métodos (know-how) ou mesmo um segredo de negócio, eventualmente um contrato de distribuição exclusiva, um mandato, uma representação comercial e mais modernamente um comodato (imóvel, ponto comercial ou imóveis para suporte de atividade franqueada).

Levando-se em consideração a caracterização do contrato de franquia como um contrato de adesão, a LFB nº 8.995/1994 dispõe obrigações que devem ser cumpridas pelo futuro franqueador. Por exemplo, o art. 3º trata da Circular de Oferta de Franquia, que deve ser disponibilizada pelo franqueador com antecedência mínima de 10 (dez) dias antes do fechamento do contrato ou de um pré-contrato.

O teor da Circular de Oferta de Franquia pode ser equiparado às obrigações de *disclosure* da governança corporativa, incidindo em um dever de transparência do franqueador para com o franqueado, parte aderente nesta relação de colaboração empresarial. Fábio Ulhoa Coelho (2009, p. 126) classifica a lei de franquias brasileira como um *disclosure statute*.

Assim, o contrato de franquia possui natureza jurídica complexa, revestindo-se de características de Direito Comercial, quando envolve atos típicos de comércio, ou de Direito Civil, quando limitado à prestação de serviços. É ele um amálgama de várias influências, podendo ser classificado como negócio jurídico:

1) Oneroso: no contrato de franquia empresarial, ambas as partes sofrem um sacrifício patrimonial proporcional à vantagem almejada. O franqueador cede o uso de sua marca, fornecendo mercadorias, tecnologia e/ou treinamento, com apoio gerencial ao franqueado, beneficiando-se com a rede instalada para a distribuição de seus produtos e/ou serviços. O franqueado suporta o pagamento de uma taxa de filiação mais a prestação contínua de royalties (percentagem sobre o faturamento bruto) em troca do uso de uma marca de prestígio, produtos e/ou serviços de boa aceitação no mercado de consumo, com contínuo apoio empresarial do franqueador.

2) Bilateral: os efeitos do negócio jurídico são suportados por ambos os contratantes. É um contrato de reciprocidade (sinalagmático). Tanto o franqueador quanto o franqueado ocupam as posições de credor e devedor, existindo direitos e deveres para ambas as partes.

3) Comutativo: as prestações dos contratantes são previamente conhecidas e guardam entre si uma correspondência de valores, isto é, um equilíbrio contratual, valendo, no caso, a certeza objetiva das prestações. Por isso, pode não ocorrer uma equivalência objetiva das prestações, mas é fundamental, para o contrato, que essa seja, ao menos, subjetiva.

4) Típico (nominado): até a edição da LFB nº 8.995/94, no Brasil, o contrato de franquia empresarial era atípico. Com a edição dessa Lei, o negócio jurídico recebeu uma roupagem legal, passando a ser classificado então como contrato típico ou nominado.

5) Híbrido (misto): o *Franchising* se utiliza de elementos de contratos típicos e atípicos, tais como: a comissão mercantil, compra e venda, concessão mercantil, transferência de tecnologia, *know-how*, etc. O contrato de franquia, como já dito, é um negócio jurídico complexo, no qual pode-se vislumbrar a presença de vários contratos conexos, muitas vezes pertencentes a diferentes ramos do Direito, como é o caso da compra e venda mercantil, referente ao Direito Comercial, e da prestação de serviços, referente ao Direito Civil.

6) *Intuito Personae*: o contrato é sempre personalíssimo, uma vez que são as características pessoais dos contratantes o elemento causal do contrato, isto é, o motivo determinante da aceitação do negócio jurídico pelas partes. O franqueado demonstra interesse pela franquia na medida em que o franqueador ostente uma boa marca, um bom produto, cuja aceitação no mercado seja satisfatória. Por seu turno, o franqueador exige, em alguns casos, experiência do franqueado em certo ramo de atividade. Observa-se, em ambas as partes, a idoneidade financeira.

7) De adesão: no contrato de adesão verifica-se a presença de cláusulas gerais e abstratas. O franqueado recebe um instrumento pré-confeccionado pelo franqueador, que, em raríssimas oportunidades, admite discussão para alterar ou adaptar alguma cláusula contratual. A existência de cláusulas leoninas ou abusivas

pré-fixadas por uma das partes, normalmente o franqueador, leva o franqueado a revisar judicialmente o instrumento.

8) De duração (continuado ou sucessivo): o contrato de franquia traz no seu bojo obrigações sucessivas e permanentes, por tempo certo ou indeterminado. Como refere Bojunga (1990), “a duração do contrato não é sofrida por qualquer das partes, mas querida por elas. A utilidade do contrato é proporcional à sua duração”.

O prazo do contrato de franquia deve determinar um período suficiente para a recuperação do capital investido pelo franqueado. O direito à renovação deve ser minuciosamente fixado no instrumento já que, preenchidos os requisitos exigidos do franqueado, será gerado um direito em favor desse e não mais mera expectativa. Dessa forma, a renovação da franquia empresarial pode ocorrer quando prevista no contrato ou quando proposta pelo franqueador. Como o *Franchising* é um contrato de trato sucessivo, é aplicável a ele a Teoria da Imprevisão.

9) Consensual: para a formação do contrato de franquia empresarial é suficiente a declaração de vontade das partes. Consensual não é aquele contrato em que ocorre o consenso, que é o elemento primordial de todos os contratos, mas aquele pelo qual o consenso, sempre necessário, é suficiente para que o acordo seja firmado.

10) Não-solene: a doutrina é praticamente unânime em afirmar que o contrato de franchising é não-solene. Entretanto, por força do que dispõe a LFB nº 8.995/94, ao exigir a presença de duas testemunhas instrumentárias, embora sem necessidade de registro do contrato, vimos prejudicada a não-solenidade do mesmo, o que é reforçado ainda pela imposição da forma escrita ao instrumento para a sua validade.

11) Escrito: por força do artigo 6º da LFB nº 8.995/94, o contrato de franquia empresarial, se celebrado no Brasil, deve ser escrito.

2.2 Elementos principais do contrato

No contrato de franquia comercial, consideramos como elementos principais as partes, o objeto, o preço (remuneração) e o prazo. Tais elementos devem ser minuciosamente especificados no instrumento a fim de serem evitados

problemas futuros.

As partes no contrato de franquia empresarial são o franqueador e o franqueado. O franqueador é a empresa comercial que deve dispor de um produto ou serviço de assegurada comercialização, podendo ser ele próprio o produtor, ou um distribuidor geral que se encontre autorizado a dispor da marca ou produto e permitir sua comercialização por outrem. Por sua vez, franqueado é o comerciante individual ou a empresa comercial que adquire o pacote de *Franchising* do franqueador, com a finalidade de fazer a distribuição de produtos e serviços cuja marca é de propriedade do franqueador. A franquia empresarial torna-se assim uma operação comercial uma vez que franqueador e franqueado devem ser comerciantes.

O objeto do contrato de franquia, ou melhor, o escopo do instrumento é a exploração de uma marca ou produto com assistência técnica do franqueador, cujo campo assistencial deve ser descrito no contrato. Por esses motivos, podemos notar o caráter híbrido desse contrato envolvendo, por vezes, compra e venda e prestação de serviços.

É necessário que os produtos enviados ao franqueado para revenda estejam garantidos por uma marca devidamente registrada e que o franqueador tenha poderes para conceder a comercialização dos mesmos à outras pessoas.

O preço ou remuneração pela concessão da franquia ao franqueado pode consistir de uma taxa inicial de filiação, que pode ser cobrada ou não, até o pagamento ao franqueador de uma percentagem sobre o lucro das vendas (*royalties*), pontos esses que devem ficar bem definidos no instrumento de contração.

Por último, quanto ao prazo, pode ser determinado ou indeterminado, com ou sem direito à renovação.

2.3 Considerações especiais acerca do contrato de franquia

Partindo-se da premissa a qual a franquia empresarial abrange um vasto número de artigos que podem servir à comercialização, além de possuir um enorme campo de ação, as cláusulas contratuais serão as mais variadas possíveis, de

acordo com a natureza dos produtos envolvidos e do interesse das partes.

O tema mereceu a reflexão de Kursh (apud MARTIN, 1990, p. 69), ao afirmar que: “Não é agora, nunca foi, e provavelmente será algo semelhante a um contrato ‘padrão’ ou ‘médio’ ou um ‘contrato típico de franquia’”⁴.

Todavia, sintetizando o rol de cláusulas contratuais do *Franchising*, necessário apontar aquelas essenciais à garantia de um bom negócio, não importando a forma que posteriormente venha a adquirir. É mister assegurar a real vontade das partes quando do momento da celebração do acordo. Quanto mais informativo e completo se apresentar o instrumento, mais eficiente será a tarefa hermenêutica do julgador em caso de conflito de interesses dos contratantes.

A título de ilustração, a *Small Business Administration*, de Washington, elaborou uma lista das cláusulas mais usuais do contrato de *Franchising*, incluindo nada menos do que trinta cláusulas. Em um sentido até mais protetivo, a Associação Brasileira de Franchising, apoiada pela *International Franchise Association*, elaborou um Código de Ética contendo normas para esse tipo de contrato. A variedade de cláusulas possíveis é imensa, fato esse que levou também o Conselho de Desenvolvimento Comercial, vinculado ao Ministério da Indústria e do Comércio a elaborar um modelo-padrão de contrato de franchising. Mesmo não sendo uma cláusula própria do contrato de franquia, caso o mesmo venha a ser celebrado no Brasil, não podemos nos eximir de fazer referência à LFB nº 8.995/94, mais precisamente ao seu art. 3º, o qual impõe ao franqueador a entrega ao franqueado de uma "Circular de Oferta de Franquia", contendo certas informações sobre o negócio, informações essas que posteriormente irão se configurar em cláusulas contratuais (IFA)

Assim, são cláusulas essenciais ao contrato de franquia comercial: a descrição do objeto do contrato, o qual vai ser a cessão da marca para exploração comercial, cuja patente se encontra registrada no INPI; a estipulação da concessão do franqueador à empresa franqueada do direito de exploração da marca, cuja titularidade pertence ao primeiro, podendo a franqueada fazer uso dessa patente em seus impressos, ou qualquer processo de veiculação publicitária, com expressa

⁴ Tradução livre do autor: “There is not now, never has been, and probably will be anything resembling a 'standard' contract or 'average', or 'typical' franchise contract”.

autorização do franqueador; o limite territorial para fixação da franquia; exclusividade de atuação dentro do limite territorial fixado, a ser garantido e assegurado pelo franqueador; prazo de vigência da concessão, com início e término, se determinado; preço, ou seja, estipulação da taxa de filiação, se houver, bem como do pagamento mensal, bimestral, anual, ou outro, com fixação do percentual sobre o faturamento bruto, até um certo dia do mês, a título de royalties; cumprimento de tabela de preços desenvolvida pelo franqueador; assistência técnica, financeira ou qualquer outra a ser fornecida pelo franqueador, com descrição minuciosa de como será realizada essa assistência; proibição da franquia de trabalhar com outros bens não produzidos pelo franqueador ou por ele não autorizados; impossibilidade de transmissão da franquia e das obrigações contratuais, ou possibilidade de cessão com anuência do franqueador; se possível a transmissão do contrato, estabelecer o direito de preferência do franqueador na aquisição do negócio; inexistência de vínculo empregatício entre as partes; inexistência de solidariedade entre as partes no que diz respeito às obrigações da franqueada para com terceiros; direito do franqueador de intervir na contabilidade e supervisionar os livros da franqueada; não-violação de segredos referentes à produção, distribuição, comercialização etc., por parte da franqueada; garantias bancárias contra terceiros a serem realizadas pela franqueada em instituição financeira aprovada pela franqueada; seguro de responsabilidade, por defeitos nos produtos, a ser efetuado pela franqueada em seguradora aprovada pela empresa franqueadora; obrigação do franqueado em frequentar cursos ministrados pelo franqueador, para os quais o franqueado poderá ou não arcar com as despesas de transporte, acomodação e alimentação; dever do franqueador em prover o franqueado com manuais técnicos atualizados, sem taxa extra por esse material; cumprimento do franqueado das normas de higiene e conduta previstos pelo franqueador; contratação, pelo franqueado, de pessoal treinado; quotas de vendas mínimas a serem atingidas pelo franqueado; obrigação do franqueador de arcar com toda a despesa de publicidade e de fazer veicular tal publicidade de tempos em tempos; fixação de horários de funcionamento do estabelecimento comercial; uso de uniforme-padrão por parte dos empregados do franqueado; formas de pagamento pela franquia; garantias de cumprimento do contrato; aprovação do franqueador para a compra de equipamentos; depósito do

lucro das vendas em banco autorizado pelo franqueador; modalidades de venda, isto é, aceitação ou não de pagamentos com cartões de crédito (quais), cheques, pagamento parcelado, etc.

Dependendo da modalidade da franquia e do interesse das partes, o contrato pode receber nova feição com a inserção de novas cláusulas. Aponta-se, contudo, para a necessidade de uma descrição especificada dos elementos essenciais do contrato para o bom funcionamento do sistema.

3 ANALOGIA E PRINCIPIOLOGIA NO CONTRATO DE FRANQUIA EM PORTUGAL

Discorreu-se anteriormente neste trabalho que, em Portugal, o contrato de franquia é um contrato atípico, razão pela qual deve-se recorrer à analogia e aos princípios do Direito para seu entendimento.

Como princípio autorizador da existência de contratos atípicos como o de franquia, destaca-se a “liberdade contratual”, contida no artigo 405º, n.º 1, do Código Civil Português. Todavia, sua aplicação encontra-se condicionada a outros dispositivos da mesma legislação, a exemplo da “culpa na formação dos contratos” (artigo 227º), “sentido normal da declaração” (artigo 236º), “integração” (artigo 239º), “requisitos do objeto negocial” (artigo 280º), “princípio geral de boa-fé na execução do contrato” (artigo 762º, n.º 2) (INFOFRANCHISING).

Nessa mesma seara, diante do princípio constitucional da “liberdade de iniciativa econômica privada” (artigo 61º, n.º 1, da Constituição da República Portuguesa), o princípio da liberdade de contratar (art. 405º, n.º 1 do Código Civil Português) deve estar em consonância, especialmente às cláusulas do contrato que franquia que imponha uma limitação à liberdade do franqueado. Deve haver uma previsão legal para que essa limitação não seja abusiva, integrando-se o sistema normativo. Tomemos como exemplo as típicas cláusulas de restrição da concorrência, em especial a proibição de concorrência pós contratual, obrigação de compras e restrições territoriais. As mesmas possuem previsão no regime jurídico estatuído na LFB n.º 18/2003, de 11 de Junho – Regime Jurídico da Concorrência – e no Regulamento (CE) n.º 2790/1999, de 22 de Dezembro, sendo que o desvio ao

respectivo enquadramento pode, em algumas circunstâncias, como a imposição de preços, levar à nulidade de todo o contrato de *Franchising* e a pesadas coimas. Nas palavras de Henri Lacordaire: “entre o forte e fraco a liberdade escraviza e a lei liberta” (INFOFRANCHISING).

Ainda como possível condicionante do princípio da liberdade contratual ressalta-se que se o contrato de franquia não foi alvo de negociações, sempre será aplicado o regime jurídico das Cláusulas Contratuais Gerais, introduzido pelo Decreto-Lei 446/85. Em Portugal não existe a obrigação de sistematizar informações pré contratuais, nomeadamente por um Documento de informação, razão pela qual se torna importante o disposto nos artigos 5º e 6º do Decreto quanto à obrigação de as cláusulas contratuais serem comunicadas e explicadas ao franqueado com a antecedência adequada à complexidade do contrato (INFOFRANCHISING).

Considerando-se a celebração e execução de um contrato de franquia um “ato de “comércio”, serão também aplicáveis as normas constantes do Código Comercial Português. Tem sido ainda ponto assente na doutrina e jurisprudência portuguesa que ao contrato de franquia é aplicável, analogicamente, o regime jurídico do Contrato de Agência, consagrado no Decreto-Lei n.º 178/86. Com efeito, no crescente número de acórdãos dos tribunais superiores portugueses relativos a contratos de franchising, é recorrente a aplicação analógica ao regime jurídico do Contrato de Agência (INFOFRANCHISING).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As empresas possuem uma função social no plano ideal e real, enquanto fruto de uma realidade sócio-político-econômica. O Direito, enquanto ser processual em integração com a dinâmica econômica e social, se compromete com a realidade contemporânea, razão pela qual se faz necessária a mútua contextualização entre Direito e o sistema de franquia. Ademais, o sistema de franquias possui importância sobremaneira para a economia global, fazendo-se necessário a observância das normas por parte das empresas franqueadoras que almejam assegurar as articulações da evolução quantitativa no sentido de gerar revoluções qualitativas.

Compreende-se ainda que as noções gerais do contrato de franquia nos

ordenamentos jurídicos brasileiro e português demonstram a importância da sua regulação e do equilíbrio da tratativa entre franqueador e franqueado, objetivando o êxito do negócio e a segurança jurídica do contrato.

Ainda no que se refere ao contrato de franquia, no Brasil, há uma lei própria regulamentando-o, enquanto em Portugal aplica-se por analogia as disposições quanto ao Contrato de Agência, razão pela qual carece o ordenamento jurídico português de uma regulamentação própria para tão importante instituto.

REFERÊNCIAS

BARROSO, Luiz Felizardo. **Franquia da atividade securitária**. Revista Forense. Rio de Janeiro: Forense, v. 340. out./nov./dez. 1997, p. 183.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988** [Em linha]. [Consult. 26 Nov. 2015]. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm.

_____. **Lei n.º 8.955/1994** – Dispõe sobre Contrato de Franquia Empresarial (*Franchising*) e dá outras providências. [Consult. 26 Nov. 2015]. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8955.htm.

_____. **Lei n.º 10.406/2002: Código Civil** [Em linha]. [Consult. 26 Nov. 2015]. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm.

BOJUNGA, Luiz Edmundo Appel. Natureza jurídica do franchising. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, v.653, p.54-68, mar. 1990.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial: direito de empresa**. 13 ed. São Paulo: Saraiva, v. 1, 2009.

INFOFRANCHISING. **Instituto Português de Informação em Franchising**. [Consult. 26 Nov. 2015]. Disponível em: <http://www.infofranchising.pt/content.aspx?menuid=56&eid=57>.

FERNANDES, Lina. **Do Contrato de Franquia**. Belo Horizonte: Del Rey, 2000.

IFA. **International Franchise Association**. Disponível em: <http://www.franchise.org>. Acesso em 26 nov. 2015.

MARTIN, Fran. **Contratos e obrigações comerciais**. Rio de Janeiro: Forense, 1990.

PORTUGAL. **Código Civil e legislação complementar**. 19ª ed. Lisboa: Quid Juris sociedade editora, 2014. ISBN 978-972-724-672-4.

_____. **Constituição da República Portuguesa**: Lei Constitucional n.º 01/2005, de 12 de agosto. 2ª ed. reimp. Lisboa: Quid Juris sociedade editora, 2012. ISBN 978-972-724-586-4.

_____. DECRETO-LEI N° 446/85. [Consult. 26 Nov. 2015]. Disponível em: http://www.pgdlisboa.pt/leis/lei_mostra_articulado.php?nid=837&tabela=leis.

_____. DECRETO-LEI N° 178/86 (Com as alterações introduzidas por DL n.º118/93 de 13/04). [Consult. 26 Nov. 2015]. Disponível em:

<http://www.fd.unl.pt/Anexos/Investigacao/4520.pdf>.

_____. REGULAMENTO (CE) 2790/1999, DE 22 DE DEZEMBRO. **Relativo à aplicação do n.º 3 do artigo 81.º do Tratado CE a determinadas categorias de acordos verticais e práticas concertadas.** [Consult. 26 Nov. 2015]. Disponível em: http://www.concorrenca.pt/vPT/A_AdC/legislacao/Paginas/RegulamentoUE-n2790-1999Comissao-22Dezembro1999.aspx.

_____. LEI N.º 18/2003, DE 11 DE JUNHO – **Regime Jurídico da Concorrência.** Revogada pela Lei n.º 19/2012, de 8 de maio. [Consult. 26 Nov. 2015]. Disponível em: http://www.concorrenca.pt/vpt/a_adc/legislacao/documents/nacional/lei_da_concorrenca_18_2003.pdf.