

## Prestação de informações financeiras do negócio

De acordo com os ditames da boa-fé contratual, o franchisador está obrigado a fornecer a quem se propõe com ele celebrar um contrato de franchising todas as informações e elementos necessários e suficientes sobre o negócio. Nisto assentará os pressupostos contratuais, ou seja, a vontade das partes em contratarem e neles se avaliará uma eventual violação culposa ou responsabilidade pré-contratual (culpa "in contrahendo"). Nesse sentido, o douto aresto do Supremo Tribunal de Justiça de 12 de Dezembro de 2009 diz-nos que quanto maior for a força negocial de uma parte e menor a capacidade ou possibilidade da contraparte negociar o contrato, maior é a responsabilidade pelo cumprimento das regras da boa-fé nos preliminares contratuais, mormente a prestação de informações relevantes e essenciais à formação da vontade da outra parte em contratar.

Ora este princípio geral da boa-fé, refere ainda o referido acórdão, desdobra-se em vários deveres de atuação, designadamente de informação, clareza e lealdade e que o interesse protegido pelo normativo do artigo 227.º do Código Civil é a boa fé, a confiança de quem negocia para a conclusão do negócio, sendo que aquele que induz a confiança terá de ser responsabilizado se a trai, já que o Direito tem cada vez mais uma componente ética traduzível na sempre atual máxima romanista "alterum non laedere".

Não é, pois, aceitável que um franchisador se apresente aos candidatos ao seu franchising sem prestar as necessárias informações financeiras do negócio. Todavia, deverá fornecer ao candidato toda e qualquer informação? Pensamos que não e que alguma cautela se impõe relativamente a informações que possam ser consideradas sensíveis em termos concorrenciais. Assim, o franchisador deverá ter o devido discernimento e idoneidade para prestar ao candidato as necessárias informações financeiras sobre o negócio, de modo a habilitar este a tomar uma decisão consciente e esclarecida, sem comprometer dados que pela sua sensibilidade concorrencial devam ser mantidos confidenciais.

Importa não esquecer que, nos dias de hoje, é muito simples qualquer pessoa aceder às contas de qualquer sociedade, bastando para o efeito, via internet, solicitar a respetiva certidão de prestação de contas, pelo que o volume de vendas e resultados operacionais são públicos. E se uma sociedade não tem as suas contas publicadas, não merece desde logo confiança, porquanto estar em vias de uma dissolução administrativa.

Não vemos, assim, razão para que o franchisador, numa determinada etapa das negociações, não forneça ao candidato o respectivo código de acesso às certidões das contas dos últimos 3 anos. Desde logo porque, numa clara demonstração de transparência negocial, veria reforçada a confiança e boa-fé negocial.

É frequente entregar-se ao candidato modelos de contas de exploração previsionais do negócio com a linha das receitas em branco. E isto, no nosso entender, nada tem de má-fé ou segundas intenções. Na verdade, por força de algumas decisões de tribunais em França e Espanha, entre outros, houve franchisadores condenados a indemnizar franchisados, por responsabilidade pré-contratual, na medida em que se considerou que o volume de vendas indicado aos franchisados na apresentação do negócio consistira em verdadeiras expectativas contratuais. Isto apesar das cautelas dos franchisadores, ao informarem que

aqueles valores eram meros indicadores, não sendo reveladores de qualquer promessa contratual. Pois bem, a verdade é que o tribunal considerou, naqueles casos concretos, que o volume de vendas apresentado, e pela forma como o foi, foi determinante para o franchisador conseguir convencer o candidato a com ele celebrar o contrato de franchising, já que nele criou reais expectativas de que o negócio correria dentro daqueles valores.

Esta questão, para os franchisadores mais atentos, leva-os a desenvolver modelos de informação económico-financeira sobre o negócio rodeada de cautelas, sem, no entanto, descuidar a informação necessária aos pressupostos contratuais. Deste modo, o franchisador, após se assegurar devidamente da obrigação de confidencialidade do candidato, poderá fornecer-lhe os elementos económico-financeiros da sua unidade piloto ou de outras unidades, mas obrigará o franchisado a estudar e apresentar uma conta de exploração previsional para a unidade que pretende explorar, atenta a sua localização e mercado. Para tal, fornecer-lhe-á apenas os indicadores da rede e os elementos sobre os custos variáveis e alguns dos fixos. Competirá ao candidato, uma vez feita por ele a respectiva análise e estudo de mercado, elaborar a referida conta de exploração, competindo-lhe a ele estimar as vendas e, conseqüentemente, os custos variáveis e determinar os fixos atendendo à idiossincrasia do local. Com esta prática, conseguiram uma inversão do ónus, podendo-se dizer que o candidato é que passou a criar expectativas de vendas e receitas ao franchisador, onde ele se basearia, muitas das vezes, para orçamentar o fundo de publicidade da rede.

Cavaleiro Machado Advogado Assessor Jurídico da APF cavaleiromachado@vvaadvogados.com www.vvaadvogados.com

---

Consulte mais notícias em: [www.vidaeconomica.pt](http://www.vidaeconomica.pt)