

**CAVALEIRO MACHADO**

Cavaleiro Machado - Advogado  
CM & Associados  
Assessor Jurídico da APF  
cavaleiro@cm-law.eu

## Informações prestadas pelo franchisor

De acordo com os ditames da boa-fé contratual, o franchisor 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 de contratar, sendo que será sobre esses pressupostos que se avaliará uma eventual violação culposa ou responsabilidade pré-contratual (*culpa in contrahendo*) por banda de quem prestou as informações. Nesse sentido, é jurisprudência firmada pelos nossos tribunais superiores 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, segundo abundante jurisprudência, este princípio geral da boa fé 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 franchisor se apresente aos candidatos ao seu franchising sem prestar as necessárias informações sobre o sistema que pretende franchisar, em especial as financeiras do negócio. Porém, deverá o franchisor fornecer ao candidato, desde logo, toda e qualquer informação sobre o negócio? Sobre este aspecto mantemos a nossa posição de que o franchisor se deve rodear de alguma cautela relativamente a informações que possam ser consideradas sensíveis em termos concorrenciais. Assim, o franchisor 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 concorrenciais 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 facilmente acessíveis por apenas € 5,00 (cinco euros) por cada ano pedido. E se uma sociedade não tem as suas contas publicadas, não merece desde logo confiança,

porquanto tal omissão poder resultar numa dissolução administrativa da sociedade. Não vemos, assim, razão para que o franchisor, numa determinada etapa das negociações, não forneça ao candidato o respetivo 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 consistia em verdadeiras expectativas contratuais. Recentemente o Tribunal da Relação de Lisboa decidiu noutro sentido, considerando que, no caso concreto, a informação sobre as vendas era meramente previsional e disso o franchisado tinha sido informado. A verdade é que, em muitos casos, o volume de vendas apresentado e pela forma como é apresentado é determinante para o franchisor conseguir convencer o candidato a com ele celebrar o contrato de

franchising, uma vez que cria no franchisado reais expectativas sobre o volume de vendas do negócio.

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 franchisor, 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 respetiva análise e estudo de mercado, elaborar a referida conta de exploração, competindo-lhe a ele estimar as vendas e consequentemente 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 franchisor, onde ele se basearia, muitas das vezes, para orçamentar o fundo de publicidade da rede.

PUB

## Empreendedor nacional tem 35 anos, é licenciado e com profissão instável

O empreendedor-tipo nacional já tem o seu perfil traçado: é urbano, adepto da Internet e vê o lançamento de um projeto próprio como solução de empregabilidade. A Associação Acredita Portugal determinou, através dos resultados do seu concurso de empreendedorismo, aquele que considera ser o perfil dos empreendedores portugueses.

A iniciativa, que quer ajudar ideias de negócio a chegar ao mercado, já chegou a milhares de pessoas, candidatos nas cinco edições da iniciativa, o que permite recolher uma ampla amostragem do universo empreendedor nacional.

O concurso de Empreendedorismo da Acredita Portugal contou com mais de 120 mil candidatos nas cinco edições da iniciativa até ao momento. O nível de participação alcançado permite definir o perfil do empreendedor português tipo: licenciado, com 35 anos de idade e uma distribuição equilibrada entre sexos.

Com uma situação profissional instável – estudante, desempregado ou com um trabalho precário, concorre à iniciativa apenas com uma ideia inicial de negócio mas à qual se espera dedicar a tempo inteiro.

Os seus conhecimentos sobre empreendedorismo assentam apenas no senso comum e em informação pesquisada online, sem formação formal na área, o que pode ajudar a explicar alguma falta de confiança para colocar a sua ideia em prática, apesar da vontade de adquirir mais conhecimento e da motivação para se comprometer com o projeto idealizado.

Para Pedro Queiró, CEO da Acredita Portugal, “os dados relativos às anteriores edições do Concurso da Acredita Portugal são o reflexo mais óbvio da relevância desta iniciativa e da sua capacidade transformacional junto dos empreendedores com quem entramos em contacto”.

Assim, “o processo de avaliação desenvol-



**Estudante, desempregado ou com trabalho precário, o empreendedor nacional procura no seu negócio uma forma de vingar, refere Pedro Queiró, CEO da Acredita Portugal.**

vido no âmbito do concurso, implementado através do software pedagógico DreamShaper, possibilita completar alguma escassez de conhecimento e definir uma visão mais completa de cada projeto, das suas possibilidades de evolução e viabilidade no mercado. Esta relevância faz com que metade dos candidatos que passam por este processo afirmem que este potenciou bastante a probabilidade de lançarem o seu projeto”.

São dois os concursos desenvolvidos pela Acredita Portugal: o Realize o Seu Sonho, com as categorias de Comércio e Serviços, Indústria e Empreendedorismo Social, e o InovPortugal, com as categorias Novas Ideias, Web/Mobile e Alta Tecnologia, que funcionam em paralelo.

O concurso Realize o Seu Sonho é aberto a qualquer pessoa, independentemente da sua idade, nível de formação ou ideia; o concurso InovPortugal destina-se a empreendedores de alto impacto, com projetos de rutura, inovação tecnológica e ambição global.



REDUZIDO INVESTIMENTO

### UM NEGÓCIO COM VANTAGENS À FLOR DA PELE!



Conheça os nossos Centros de Estética

Fotodepilação/Depilação / Tratamentos corporais / Unhas

#### SEJA O NOSSO PRÓXIMO PARCEIRO

- Espaço reduzido
- Apoio de marketing permanente
- Formação técnica periódica
- Reduzido investimento

Saiba também como transformar o seu espaço actual num Centro Legs&nails!

Conheça este novo modelo de conversão em franchising.

info@legsandnails.pt  
229395009  
www.legsandnails.pt

ONEBIZ