



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

Franchisar em Espanha

Espanha continua a mostrar-se o mercado internacional mais acessível para uma marca portuguesa iniciar a sua expansão internacional. Importa, todavia, não descurar a devida análise e estudo dos mercados regionais com maior potencial de crescimento e acolhimento da marca e produtos que se pretenda distribuir, para, com base nesse estudo, decidir os critérios de expansão, bem como o modelo de franchising internacional mais adequado (Franchising Direto; Area Developer; Joint Venture; Master Franchising). Seja qual for o modelo escolhido, ter-se-á que ter em linha de conta (e orçamentação) a adequação do sistema de franchising à legislação espanhola e consequente adaptação (e criação, como é o caso do Documento de Informação ou Disclosure Document) dos necessários documentos para o efeito. Documentos, diga-se desde já, redigidos em espanhol e de preferência nas línguas oficiais das respetivas regiões autónomas. É, assim, de todo aconselhável uma primeira aproximação às Câmaras de Comércio das regiões autónomas tidas por alvo, de modo a aquilatar as sensibilidade e demandas regionais.

Importa esclarecer que em Espanha não existe um regime jurídico do contrato de franchising, mas sim um diploma legal que regula o exercício da atividade comercial em regime de franchising e a comunicação de dados ao registo de franchisadores, o Real Decreto 201/2010, de 26 de fevereiro. Esta lei apenas regula as informações pré-contratuais do contrato de franchising e regula o Registo de Franchisadores. Ou seja, os aspectos específicos do contrato de franchising, da sua execução e extinção,

não são regulados por nenhum diploma em especial. A lei espanhola, no artigo 2º, nº 1, do citado diploma, define claramente o conceito e alcance do contrato de franchising, sendo de salientar que (i) a transmissão de um saber-fazer próprio, substancial e identificável e (ii) a prestação contínua, por parte do franchisor ao francheado, de assistência comercial e/ou técnica durante a vigência do contrato são pressupostos legais para o exercício de uma atividade comercial em regime de franchising.

Deste quadro normativo, saliente-se a obrigação para o franchisor, com uma antecedência de três meses em relação ao início da sua atividade em Espanha, de proceder à sua inscrição no Registo de Franchisadores (central ou da respetiva comunidade autónoma). Todavia, de acordo com a redação do artigo 5º, nº 4, do citado diploma legal, estão isentos da obrigação de comunicação de dados ao Registo os franchisadores estabelecidos noutros Estados-Membros da União Europeia que operem em regime de livre prestação sem estabelecimento permanente em Espanha, bastando-lhes a comunicação ao registo do início da sua atividade em Espanha.

Nos termos do disposto no artigo 3º do citado diploma legal, com uma antecedência de 20 dias úteis, relativamente à assinatura do contrato de franchising ou pré-contrato, ou à entrega por parte do futuro francheado ao franchisor de qualquer pagamento, o franchisor ou o Master Franchisor deverá dar por escrito ao potencial francheado a seguinte informação verídica e não enganosa:

- O respetivo nome ou razão social, domicílio e dados de inscrição no Registo de

Franchisadores, assim como, quando se trate de uma sociedade comercial, qual o capital social resultante do último balanço, com indicação de que se encontra totalmente realizado ou em que proporção e os dados de inscrição no Registo Comercial, quando aplicável;

- Identificação do documento que ateste poder ser utilizado em Espanha, e estar em vigor, o título de propriedade ou licença de utilização da marca e signos distintivos da entidade franchisadora e dos eventuais recursos contra aqueles, se os houver, com indicação, em todo o caso, da duração da licença, bem como de quaisquer processos judiciais em curso relativamente à marca;
- Descrição geral do setor de atividade objeto do negócio de franchising, que abarcará os dados mais importantes daquele;
- Experiência da empresa franchisadora, que incluirá, entre outros dados, a data de criação da empresa, as principais etapas da sua evolução e desenvolvimento da rede de franchising;
- Conteúdo e características do franchising e da sua exploração, que compreenderá uma explicação geral do sistema do negócio objeto do franchising, as características do "Saber-fazer" e da assistência comercial ou técnica permanente que o franchisor dará aos seus francheados, assim como uma estimativa dos investimentos e despesas necessários para o arranque do negócio tipo. No caso de o franchisor entregar ao potencial francheado individual previsões de vendas ou resultados de exploração do negócio, estas deverão estar

baseadas em experiências ou estudos, que estejam suficientemente fundamentados;

- Estrutura e extensão da rede em Espanha, que incluirá a forma de organização da rede de franchising e o número de estabelecimentos existentes em Espanha, distinguindo os explorados diretamente pelo franchisor dos que operem sob o regime de cedência de franchising, com indicação do número de habitantes onde se encontrem situados e o número de francheados tenham deixado de pertencer à rede em Espanha nos últimos dois anos, com indicação se a cessão se produziu por força do termo do contrato ou se por outras causas de extinção;
- Elementos essenciais do Contrato de Franchising, que acolherá os direitos e obrigações das respectivas partes, duração do contrato, condições de resolução e, quando aplicável, de renovação do mesmo, contrapartidas económicas, cláusulas de exclusividade, e limitações à livre disponibilidade do francheado sobre o negócio objeto de franchising;

As empresas que pretendam instalar-se em Espanha deverão acautelar atempadamente a obtenção do N.I.E. (Número de Identidad de Extranjero, artigo 206.º do Reglamento de la Ley Organica 4/2000 aprovado pelo Real Decreto 557/2011) junto de um dos escritórios do Consulado-Geral de Espanha em Portugal, sendo tal documento indispensável à prática de qualquer ato de comércio, nomeadamente a abertura de uma simples conta bancária ou estabelecimento de uma sucursal ou filial em Espanha.

Engel & Völkers quer cinco novas unidades em Portugal

A rede de imobiliária de segmento alto Engel & Völkers pretende abrir cinco novas agências, este ano, em Portugal, chegando aos 120 colaboradores, e conseguir um volume de transações de 400 milhões de euros no nosso país em 2017.

A estratégia da marca passa por centrar-se essencialmente nas zonas turísticas de referência do país, sendo que Albufeira é uma das localizações para a abertura de cinco novas unidades em Portugal, em 2016.

Segundo Kilian González Fontboté, diretor de Vendas e Expansão para Espanha e Portugal da E&V, durante um encontro com os jornalistas em Lisboa, o plano de expansão ambicioso prevê 18 novas licenças até ao final do ano e mais 20 até 2017 no conjunto da Península Ibérica.

No ano passado, a imobiliária fechou o ano com um volume de 150 milhões de euros, um crescimento de 122% em relação ao ano anterior, e agora a expectativa é que o volume de vendas "cresça 6% por cada agência em 2016". O ano 2016 deverá duplicar os resultados do ano passado.

Entre as novidades estão Albufeira ou a Baixa de Lisboa, numa altura em que "Portugal tem-se tornado num mercado-chave e importante para a E&V. O setor tem vindo a recuperar nos tempos mais recentes, com os preços a aumentar de uma forma surpreendente", e completa ainda que "verifica-se um interesse muito notório na reabilitação de imóveis antigos, em particular nas zonas históricas das cidades, que voltam a ser muito procuradas para habitação".

Isto porque "a abertura dos bancos à concessão de crédito tem feito com que as pessoas continuem a comprar. Além disso, o território é limitado, o que faz com que os preços subam".

A evolução dos preços médios na Península Ibérica ronda cerca de 5% nas zonas

litorais desde o ano passado, e 3% nas zonas urbanas de ambos os países. "Vão continuar a subir", prevê o responsável.

O turismo é outro dos fatores que estão a contribuir muito para o aumento da procura, e Fontboté deu inclusive o exemplo do Porto, que cada vez tem mais investimento estrangeiro. Há que não esquecer os "golden visa", o facto de os preços serem bastante económicos a comparar com o resto da Europa, e as fracas rentabilidades que os depósitos a prazo oferecem atualmente.

Apesar de se focar num mercado premium, a prioridade da E&V é sempre não tanto o próprio segmento de mercado, mas "a qualidade dos imóveis", sendo que a empresa trabalha com francheados, e aposta nas vantagens do bom conhecimento do mercado local. A ideia da marca é focar-se essencialmente nas zonas turísticas de referência do país, alargando a cobertura de norte a sul, estando em implementação lojas em Albufeira, Almada, Comporta, Lisboa-Baixa, Litoral Alentejano, Porto-Foz, Sintra e Vilamoura. A rede vai também chegar à Madeira nos próximos anos.

Atualmente, os estrangeiros pesam 60% nas vendas da E&V em Portugal, mas Manuel Neto, licenciar partner da agência do Parque das Nações, explica que "os portugueses pesam cada vez mais, depois da abertura dos bancos à concessão de crédito". Estes procuram imóveis "de valores mais baixos" e estão agora "mais atentos ao dinheiro que investem".

Do lado dos estrangeiros, são mais significativos os mercados francês (que sozinho representa 50% do mercado estrangeiro), brasileiro, do Norte da Europa, e australiano, a mais recente novidade sentida pela imobiliária. Os chineses também continuam a procurar imobiliário para investir em Portugal.

PUB

MORANGOS
UM LUGAR PARA CRESCER

Creche
Jardim de infância
Academia
Fun park

**JÁ SE ENCONTRAM ABERTAS AS INSCRIÇÕES PARA O PRÓXIMO ANO LETIVO
DESCOBRIR A MORANGOS MAIS PRÓXIMA DE TI!**

WWW.MORANGOS.PT