FRANCHISING

Concurso Nacional de Jovens Empreendedores estimula empreendedorismo jovem

Está já em marcha a 1ª edição do Concurso Nacional de Jovens Empreendedores, o qual visa promover o empreendedorismo criativo e empreendedorismo social, fomentando a geração de ideias e de negócios inovadores.

Promovido pela Fundação da Juventude, este concurso destina-se a jovens estudantes do ensino secundário e universitário e irá colocar em competição duas categorias distintas.

Por um lado, visa eleger os melhores projetos desenvolvidos por jovens do ensino secundário, abrindo, também, a participação a todos os jovens que se encontrem a frequentar o ensino profissional. Numa outra categoria estarão em concurso os projetos desenvolvidos por jovens universitários, com idades compreendidas entre os 18 e 25 anos.

Com destaque para o empreendedorismo criativo e empreendedorismo social, o Concurso Nacional de Jovens Empreendedores procura distinguir e premiar a inovação, a criatividade e o talento dos jovens, estimulando a capacidade analítica, o espírito crítico, a capacidade de expressão e de argumentação e a criatividade em contexto de deteção de oportunidades de negócios.

A avaliação de todos os trabalhos, submetidos a concurso até 10 de maio, cabe a um grupo de jurados que, após avaliação dos projetos, mediante critérios definidos, irá selecionar os 50 trabalhos que irão participar na Mostra Nacional de Jovens Empreendedores. Os projetos selecionados serão divulgados na plataforma do concurso.

A Mostra Nacional de Jovens Empreendedores realiza-se de 5 a 7 de Junho e reúne no Centro de Congresso de Alfândega, no Porto, os 50 melhores projetos de empreendedorismo criativo e empreendedorismo social (25 referentes ao ensino secundário e 25 referentes ao ensino superior), selecionados a partir do Concurso Nacional de Jovens Empreendedores.

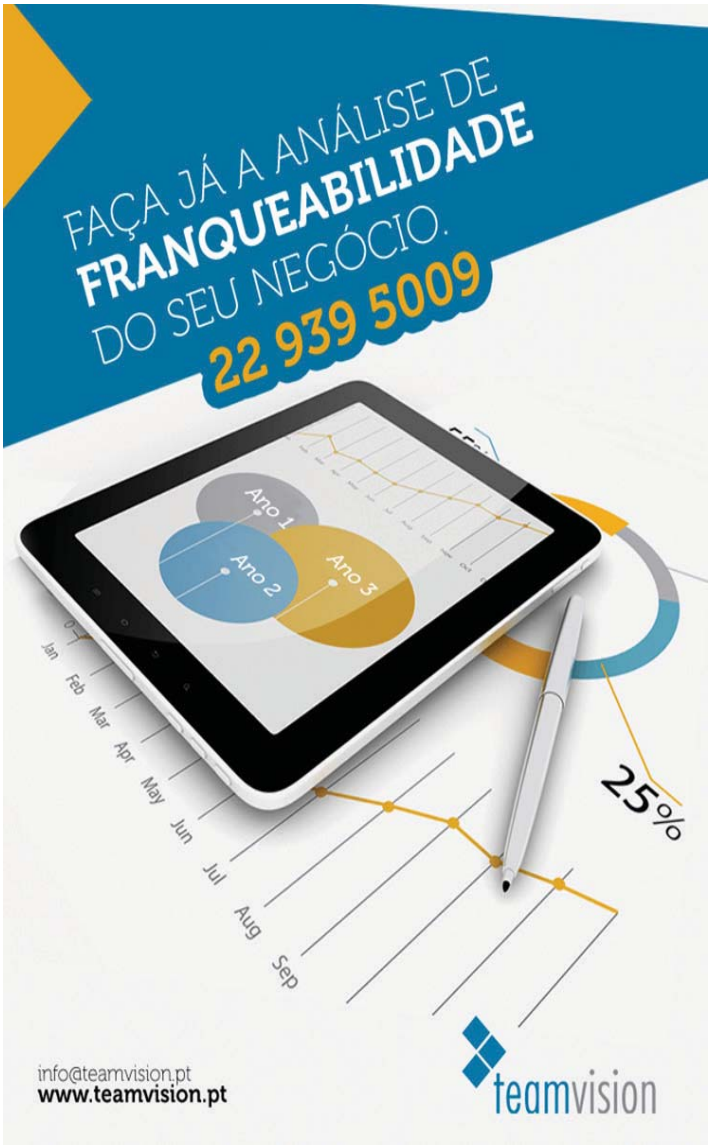
Durante três dias, um painel de jurados compostos por empresários, gestores e representantes de instituições ligadas ao empreendedorismo irão avaliar os projetos em exposição.

A cada jovem empreendedor será atribuído um espaço próprio onde, durante a Mostra Nacional de Jovens Empreendedores, terá a oportunidade para apresentar o projeto ao júri e ao público em geral que poderá visitar a mostra.

Para os melhores projetos de cada uma das categorias há prémios no valor total de cerca de 17 mil euros, que incluem inscrições num Programa Avançado em Empreendedorismo apoiado pelo Santander Totta (destinados a distinguir os trabalhos com maior potencial do impacto económico) e vales de incubação gratuita nos Ninhos de Empresas do Porto ou Lisboa da StartUP Juventude.

Concurso está aberto a jovens do ensino secundário e profissional, bem como a estudantes universitários.

PUB



ERNESTO CARVALHO
Advogado
Assessor Jurídico da APF.
e-mail: ernestopontescarvalho@gmail.com

O êxito comercial do franchisado como obrigação contratual do franchisador

A liberdade contratual assume um papel importantíssimo na celebração do contrato de franchising, uma vez que o nosso sistema jurídico não dispõe de uma disciplina jurídica que lhe seja própria, motivo pelo qual as partes devem preocupar-se em clausular todos os direitos e deveres que impendam para cada uma, em ordem a salvaguardarem as suas posições.

Não obstante a nossa doutrina adoptar várias definições de contrato de franchising, a verdade é que não existe falta de consenso quanto aos seus elementos característicos, particulares e essenciais e que possibilitam a distinção em relação a outros contratos. E de entre estes elementos destacamos: a atribuição ao franchisado da prerrogativa de fruição da imagem empresarial do franchisador, a transmissão do "know-how" e a prestação da assistência técnica, o controlo e fiscalização do franchisado e, por fim, a onerosidade.

Por estarmos perante um verdadeiro contrato, são várias as obrigações que decorrem para cada uma das partes, e para o franchisador essas obrigações não vão além daquelas que se revelem úteis e necessárias para a prossecução do fim do contrato.

Os elementos característicos, particulares e essenciais que acabámos de referir funcionam como limite às suas obrigações, ficando apenas adstrito a transmitir o capital técnico necessário à prossecução do fim do contrato, não lhe sendo exigível que transmita ao franchisado outras informações que extravasem aquele desiderato, ainda que sejam cruciais para o êxito comercial do franchisado.

Ora, uma parte do êxito comercial do franchisado resulta das boas práticas de gestão e organização que leva a efeito, quer ao nível da organização contabilística, controlo e reposição de stocks, política de encomendas, quer ao nível do recrutamento de pessoal.

Com efeito, em princípio, não é de qualificar como obrigação contratual do franchisador, a não ser que o contrato assim o preveja, nem mesmo nas situações em que, em momento anterior ao da celebração do contrato, o franchisador apresenta ao franchisado um estudo económico de viabilidade do negócio, nos termos do qual, embora a título previsional, preveja a obtenção de determinados resultados.

Isto porqu, o estudo apresentado não tem a virtualidade de garantir ao franchisado, uma vez integrado na rede, que as projeções nele inseridas venham a concretizar-se e, além do mais, não reveste natureza essencial do contrato e não corresponde a nenhuma obrigação do franchisador, na medida em que a álea inerente ao negócio tem a virtualidade de qualificar as obrigações do franchisador como obrigações de meios, e não de resultado. Ou seja, o franchisador não está vinculado a um resultado preciso (êxito comercial do franchisado), mas apenas a empregar as diligências necessárias no sentido da obtenção desse resultado, e uma vez que o franchisado está sujeito, como qualquer comerciante, ao risco da sua atividade, não pode imputar ao franchisador o insucesso da sua empresa, igualmente porque a sua independência jurídica não o permite.

Todavia, as regras da boa fé e da confiança devem nortear todas as negociações tendentes à celebração do contrato e uma vez desrespeitadas podem dar lugar a responsabilidade que será imputada à parte incumpridora, como acontece no caso de o franchisador realizar ou concretizar certas estimativas ou projeções que sabe não poderem vir a acontecer e, desse modo, levar o franchisado a contratar, o que de outra forma não aconteceria, e, aqui, a expectativa assume-se como uma garantia do franchisado.