

O QUE É FRANQUIA?

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO	3
PÚBLICOS ALVO	3
CAPÍTULO 01 – O QUE É FRANQUIA?	4
01.01. Origem do Sistema de Franquias	4
01.02. Gerações das Franquias	4
01.02.01. Franquias Simples	4
Primeira Geração	4
Segunda Geração	4
01.02.02. Franquias de Negócios Formatados	5
Terceira Geração e Gerações Superiores	5
01.02.03. Evolução do Sistema – Breve Resumo	6
01.03. Conceito de Franquia – De acordo com a Lei 8.955/94	7
01.03.01. Terminologias Adotadas	7
01.03.02. O que diferencia do “sistema de franquias” do sistema de “permissão”, “concessão” e “licenciamento”?	8
Conceitos	8
Características	9
CAPÍTULO 02 – COMO TORNAR-SE UM FRANQUEADOR	10
02.01. Etapas	10
02.02. Por Que Utilizar o Sistema de Franquia ?	11
02.03. Quais as Vantagens para o Franqueador?	11
02.04. Quais os Desafios para o Franqueador?	11
02.05. Quais as Principais Responsabilidades do Franqueador?	12
CAPÍTULO 03 – COMO ADQUIRIR UMA FRANQUIA?	13
03.01. Como Conhecer o Sistema de Franquia	13
03.02. Auto-análise	13
03.03. Definição da Franquia	14
03.03.01. Perguntas que Devem ser Feitas ao Franqueador	15
03.04. Processo Normalmente Utilizado Pelas Empresas Franqueadora na Seleção de Franqueados	15
03.05. Quais as Vantagens para o Franqueado	16
03.06. Responsabilidade do Franqueado	16
03.07. Comprou a Franquia e Agora?	16
ANEXOS	
Lei de Franquias – 8955/94	17
A ABF – Associação Brasileira de Franchising	20

APRESENTAÇÃO

A cartilha **O QUE É FRANQUIA?** foi idealizada pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, com o objetivo de esclarecer e conscientizar sobre o conceito de franquia ao público interessado, além de servir como uma ferramenta para a disseminação do sistema no Brasil.

O conteúdo da cartilha está direcionado para dois grupos de potenciais interessados em conhecer com maior profundidade o sistema de franquias e suas particularidades quando aplicado na prática.

Por um lado o potencial franqueador, um empresário que quer promover o crescimento de sua empresa e que tem dúvidas do tipo: Como transformar minha empresa em uma franqueadora? O que devo fazer?

De outro lado, o potencial franqueado, em sua maioria pequenos investidores, que querem montar seu negócio próprio e enxergam no sistema de franquias uma oportunidade. Estes investidores têm dúvidas do tipo: Que franquia abrir? Como analisar? Como ter certeza do comprometimento do franqueador? Entre outras que podem surgir.

A cartilha **O QUE É FRANQUIA?** pretende, de forma objetiva, esclarecer para interessados, as principais características do sistema de franquias, bem como tirar dúvidas de potenciais franqueadores e franqueados sobre como ingressar com segurança no mundo das franquias.

PÚBLICOS ALVO

Grupo I - Empresários e empresas de pequeno, médio e grande porte, que já atuam no mercado há pelo menos cinco anos, e que desejam expandir através da criação de uma rede para outras regiões, estados e municípios dentro e fora do Brasil.

Grupo II – Pessoas que desejam constituir um negócio próprio ou participar de uma rede de franquias como franqueado.

Grupo III – Outras pessoas, inclusive membros do Poder Legislativo, Executivo e Judiciário, Entidades de Classe, e outras entidades Governamentais e de economia mista que desejem conhecer os fundamentos de um sistema de franquias.

CAPITULO 01 – O QUE É FRANQUIA?

01.01. Origem do Sistema de Franquias no Mundo

Pesquisando a história, encontramos exemplos de práticas comerciais que se assemelham ao sistema de franquias desde o século XII, em Londres. Mas, de forma geral, considera-se que o sistema de franquias começou nos EUA após a guerra civil, quando a empresa de máquinas de costura Singer estabeleceu uma rede de revendedores.



O sistema de franquias não resultou de um momento de inventividade de uma pessoa criativa. Desenvolveu-se, a partir de soluções encontradas por empresários, em resposta aos problemas que enfrentavam nos seus negócios, quem vêm servindo de modelo para outros negócios. A evolução, portanto, vem acontecendo de forma natural, paralelamente à globalização dos negócios.

01.02. Gerações das Franquias

O sistema de franchising vem evoluindo desde então, sempre buscando melhorar e consolidar essa relação “ganha-ganha” entre franqueadores e franqueados.

01.02.01. Franquias Simples

- **Primeira Geração**



Neste primeiro estágio, as franquias caracterizam-se por possuírem apenas a licença restrita de uso da marca e distribuição do produto, com ou sem exclusividade. Há pouco ou quase nenhum suporte operacional e mercadológico. São designadas também “Franquia de Marca”.

- **Segunda Geração**

Neste modelo, além da licença restrita de uso da marca e distribuição de produtos com ou sem exclusividade, os franqueados recebem algum suporte para a operação do negócio. Geralmente são direcionados a comprarem produtos do franqueador, único fornecedor, e os royalties podem já vir embutidos no preço dos produtos.

O apoio inicial dado aos franqueados se restringe ao projeto de identidade visual, arquitetônico e aspecto da comercialização do produto, e quase nada de transferência de know-how em gestão do negócio. Os franqueados empreendedores acreditam que o sucesso de seu negócio reside no sucesso do produto que esta vendendo.

Muitas redes perceberam que, ao possibilitarem maior suporte aos franqueados, sua rede de franquias e marca tinham maiores oportunidades competitivas e dessa maneira, promoveram a evolução do sistema criando modelos de franquia de negócios formatados.

01.02.02. Franquias de Negócios Formatados



• Terceira Geração e Gerações Superiores

É concedido pelo franqueador ao franqueado a licença restrita de uso da marca, os direitos de distribuição de produtos ou serviços próprios ou de terceiros, com exclusividade dentro de determinados limites territoriais, agregado a um sistema de gestão e operação do negócio comprovadamente de sucesso. O suporte operacional do franqueador é intenso e há monitoramento da operação dos franqueados para que estes permaneçam dentro de padrões pré-definidos.

Ray Kroc revolucionou os negócios nos Estados Unidos criando o sistema de franquia empresarial com a rede McDonald's. Ele defendia o princípio de que "o verdadeiro produto de um empreendimento não é o que, mas como você vende" e que "o verdadeiro produto de uma empresa é a própria empresa".



O apoio, suporte e orientação, passaram a ser contínuos e consistentes, sempre buscando uma padronização da operação da rede. O empreendimento passou a ser encarado como o produto, e a franquia e franqueado como os mais importantes clientes.

O "**sistema de franquia empresarial**" não parou de evoluir, com foco cada vez mais forte no relacionamento, sempre visando soluções para que empresários e empreendedores tenham sucesso em seus negócios.



01.02.03. Evolução do Sistema – Breve Resumo

Década	Acontecimentos
50	Surgiram as redes McDonald's, Burger King, KFC, Dunkin Donuts e outras. Grande explosão nos EUA.
60	Conflitos e leis. Alguns movimentos no Brasil (Yázigi, CCAA e poucas outras).
70	Internacionalização - dos EUA para fora. Mais movimento no Brasil (Ellus, Água de Cheiro, Boticário...).
80	Globalização. Surge a ABF. Franchising "explode" no Brasil.
90	Efeito da globalização cada vez mais forte no mundo dos negócios. As franquias de serviços começam a se destacar no Brasil. Franqueados mais exigentes, buscando por mais informações e por conhecer melhor o franqueador. O efeito da internet nos negócios e no relacionamento entre franqueado e franqueador cada vez maior. Ascensão e crise no sistema de franquias no Brasil. Aprovação no congresso da Lei 8955.
2000 em diante	Mais consistência, franqueados e franqueadores melhor preparados. Tendência: crescimento mais lento e mais saudável Maior profissionalização do sistema.

01.03. Conceito de Franquia - De acordo com a Lei 8.955/94

“Franquia empresarial é o sistema pelo qual um franqueador cede ao franqueado o direito de uso da marca ou patente, associado ao direito de distribuição exclusiva ou semi-exclusiva de produtos ou serviços e, eventualmente, também ao direito de uso de tecnologia de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvidos ou detidos pelo franqueador, mediante a remuneração direta ou indireta, sem que, no entanto, fique caracterizado vínculo empregatício.”

01.03.01. Terminologias Adotadas

Franqueador: É a pessoa jurídica que autoriza terceiros (os franqueados) a fazerem uso restrito de uma marca cujos direitos são próprios. Nos sistemas mais avançados, também são transmitidos padrões e conhecimentos necessários para a operação bem sucedida do negócio. O conhecimento transmitido permite a um franqueado implantar, operar e administrar seu próprio negócio



Franqueado: Pessoa física ou jurídica que adquire uma franquia.

Franquia: Pessoa jurídica que participa de determinada rede, utilizando-se do sistema de franquias de um franqueador. O termo ainda designa sistema ou contrato de Franquias.

Território: Área de atuação de uma franquia determinada em contrato firmado entre as partes, com garantia de exclusividade ou preferência do franqueado.

Royalties: Remuneração do franqueador em contra partida à cessão e manutenção dos direitos da franquia ao franqueado

Fundo de Propaganda :

É um fundo cooperado, administrado pelo franqueador, podendo ter também a participação de franqueados, constituído especificamente para viabilização de ações de marketing e publicidade da rede.

Circular de Oferta de Franquia:

Documento obrigatório pela lei de franquias 8.955 que contém todos os dados e informações necessárias para o candidato a franqueado poder analisar a oportunidade de investimento em determinada franquia.

01.03.02. O que diferencia o “sistema de franquias” de “permissão”, “concessão” e “licenciamento” ?

▪ Conceitos

Permissão	Concessão	Franquias	Licenciamento
Delegação a título precário, mediante licitação, de prestação de serviços públicos, feita pelo poder concedente à pessoa física ou jurídica que demonstre capacidade para seu desempenho, por sua conta e risco (lei 8987/95).	Delegação de serviço público, feita pelo poder concedente, mediante licitação, na modalidade de concorrência, à pessoa jurídica ou consórcio de empresa que demonstre capacidade para seu desempenho, por sua conta e risco e por prazo determinado (lei 8987/95).	Sistema pelo qual um franqueador autoriza por meio de contrato, um franqueado a usar marcas e outros objetos de propriedade intelectual, sempre associados ao direito de produção ou distribuição exclusiva ou semi-exclusiva de produtos ou serviços, e também ao direito de uso de métodos e sistemas de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvidos ou detidos pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem que, no entanto, se caracterize relação de consumo, formação de um mesmo grupo econômico ou vínculo empregatício, seja em relação ao franqueado ou seus empregados, ainda que durante o período de treinamento (lei 8955/94).	É o contrato que se destina a autorizar o uso por Terceiros de marca ou outros direitos de propriedade intelectual nos termos da lei (lei 9279/96).

Características

	Permissão	Concessão	Franquias	Licença
Precariedade	Precário	Não é precário	Não é precário	Não é precário
Prazo	Determinado	Determinado (longo prazo)	Variável porém determinado	Variável porém determinado
Contratação	Exige licitação	Exige licitação	Negociação entre as partes	Negociação entre as partes
Disponibilidade a terceiros	Processo de habilitação eventualmente aberto por períodos pré-determinados	Processo de habilitação eventualmente aberto por períodos pré-determinados	Processo de habilitação sempre disponível a critério do franqueador	Processo de habilitação sempre disponível a critério do licenciador
Seleção dos candidatos	Critérios objetivos de escolha pré-definidos	Critérios objetivos de escolha pré-definidos	Critérios de escolha pré-definidos	Critérios de escolha pré-definidos
Personalidade	Pessoa física e jurídica	Pessoa jurídica	Pessoa física e jurídica	Pessoa física e jurídica
Divulgação das informações	Publicidade plena das regras do negócio prévia ao processo seletivo	Publicidade plena das regras do negócio prévia ao processo seletivo	Publicidade restrita das regras do negócio prévia ao processo seletivo	Negociação entre as partes
Restrições	Quando o objeto de delegação é monopólio de serviço público, não é objeto de franqueamento	Quando o objeto de delegação é monopólio de serviço público, não é objeto de franqueamento	Quando o objeto de delegação não é monopólio de serviço público, é objeto de franqueamento	Negociação entre as partes
Fundamentação	Delegação temporária de prestação de serviços públicos	Delegação temporária de prestação de serviços públicos	Autorização temporária do uso a terceiros de know how e marca e produtos/ serviços	Autorização temporária de direito de uso a terceiros de marca e/ou produtos/ serviços

CAPÍTULO 02 – COMO TORNAR-SE UM FRANQUEADOR ?

02.01. Etapas

O empresário que deseja expandir o seu negócio utilizando o sistema de franquias deve antes avaliar se está preparado para a expansão.

A expansão de negócios requer estrutura física, recursos financeiros humanos, e um planejamento muito bem feito. Isso requer uma análise profunda das reais condições da empresa antes de iniciar o processo de venda de franquias. A concessão de franquias ainda requer uma preparação específica da empresa no sentido de salvaguardar o negócio.

Os passos mínimos recomendados para qualquer empresário que deseja utilizar o sistema de franquias para expansão são:

1ª Etapa: Conhecer todas as particularidades do sistema de franquias: a lei, as jurisprudências e alguns casos de sucesso e de insucesso.

2ª Etapa: Avaliar a franqueabilidade do negócio. Este estudo deve contemplar:

- Análise das condições da empresa e posicionamento da marca e dos produtos no mercado;
- Avaliação do mercado e concorrentes;
- Verificação da viabilidade econômico-financeira da operação do franqueado;
- Definição do plano de expansão, quantas unidades serão abertas, em quanto tempo e em quais regiões;
- Definição dos investimentos necessários para colocar em prática o plano de expansão, estrutura física e de pessoal e o respectivo horizonte de retorno desse investimento.



3ª Etapa: Desenvolver e formatar a operação das franquias de acordo com os padrões técnicos e de qualidade pré-definidos.

- Devem ser elaborados manuais de procedimentos contendo as normas da franquia.
- Os manuais serão desenvolvidos de acordo com as particularidades do negócio, por exemplo: Manual de Gestão, Manual de Produtos, Manual de Marketing & Vendas, etc.

A padronização dos processos do negócio possibilitará o crescimento e operação uniformes da rede, e percepção do mercado consumidor de maneira mais rápida.



4ª Etapa: Validar o Sistema Formatado.

O sistema formatado deve ser, antes de lançado no mercado, testado e validado ao menos através de uma unidade piloto. Tal procedimento permite a correção de alguns aspectos do sistema projetado antes da implementação.

02.02. Por Que Utilizar o Sistema de Franquia?

Sob o ponto de vista do Franqueador, o sistema de franquias é uma estratégia segura para expandir seu conceito de negócio e marca.

Trata-se de um canal de distribuição exclusivo e direto, que poderá ter um crescimento rápido através de recursos financeiros e humanos de terceiros, administração descentralizada e oportunidade de entrar em cidades, estados e países desconhecidos operacionalmente pelo franqueador, proporcionando uma maior penetração de mercado.



02.03. Quais as Vantagens para o Franqueador?

As principais vantagens são:

- A expansão em rede é feita com investimentos menores que os necessários quando com capital próprio, pois o franqueado financia grande parte da expansão;
- Concentra-se na produção e no desenvolvimento de novos produtos e serviços;
- Os franqueados são parceiros altamente motivados, atingindo performance superior que unidades próprias
- Há a criação de um canal de distribuição leal e diferenciado;
- Alia a marca e o know-how à força de trabalho e relacionamentos locais dos franqueados, fortalecendo cada vez mais a marca;
- Há uma descentralização de estrutura que gera benefícios de custos fixos menores do que com unidades próprias;
- Possibilita ganhos de economia de escala;
- Com a ocupação de mercado mais rápida, o sistema permite abrir várias unidades simultaneamente em diferentes mercados;
- Viabiliza mais as ações de marketing.

02.04. Quais os Desafios para o Franqueador?

A expansão através do sistema de franquias gera desafios para o empresário/franqueador na gestão da rede e no relacionamento com o franqueado, entre eles:

- Se o projeto de franquia não for corretamente concebido poderá não apresentar sustentabilidade a médio e longo prazos

- A administração do negócio passa a ter uma participação dos parceiros franqueados, direta ou indiretamente e independente da vontade do franqueador;
- A liderança será testada a todo momento;
- Se não tiver uma boa estrutura de suporte e de seleção de franqueados, corre o risco de ser penalizado pelo mau desempenho dos franqueados, por exemplo:
 - Vazamento de informações, perda de sigilo;
 - Risco de perda do padrão operacional;
 - Uso indevido da marca, entre outros.

02.05. Quais as Principais Responsabilidade do Franqueador?

Em relação ao negócio:

Para obter sucesso com o sistema de franquias, o franqueador será responsável por:

- Possuir um negócio com rentabilidade comprovada através de unidades próprias e compatível com a operação franqueada;
- Possuir marca própria;
- Possuir experiência na operação e gestão do negócio a ser franqueado;
- Inovar sempre, de forma a manter a competitividade de seus produtos e negócio no mercado;
- Desenvolver novas tecnologias e metodologias;
- Realizar pesquisas constantes para analisar mudanças, tendências, etc.;
- Desenvolver novos produtos e fornecedores.

Em relação ao franqueado:

É de responsabilidade do franqueador providenciar suporte aos franqueados conforme formatado em seu sistema de franquias, e à complexidade da operação.

- Transferir o know-how adquirido ao longo dos anos de operação para os futuros parceiros/franqueados;
- Autorizar o direito de uso da marca e sistema de franquia conforme regras pré-definidas;
- Estruturar uma área de suporte e apoio ao franqueado com profissionais capacitados para garantir a operação das unidades de acordo com a necessidade de seu projeto de franquias;
- Gerar, sempre que possível, ganhos de economia de compras em escala;
- Monitorar os padrões de qualidade de todos os processos e franquias.

CAPÍTULO 03 – COMO ADQUIRIR UMA FRANQUIA?

O primeiro passo para quem deseja adquirir uma franquia é analisar cada oportunidade.

Muitas pessoas não conseguem sair do sonho de ter um negócio próprio à decisão efetiva de concretizar este sonho. Alguns, por insegurança na escolha do negócio que melhor resultado trará e a forma como deve a ele se dedicar.

Tais dúvidas e inseguranças só serão sanadas mediante uma pesquisa profunda das oportunidades oferecidas, das empresas e dos empresários que estão por trás de cada negócio franqueado.

A escolha da franquia deve envolver o seguinte processo realizado pelo candidato:

- Conhecimento do sistema de franquias;
- Auto-avaliação;
- Avaliação do negócio;
- Avaliação do investimento necessário;
- Conhecimento da empresa franqueadora.

03.01. Como Conhecer o Sistema de Franquias

O candidato deve procurar conhecer as principais particularidades do sistema de franquias. Ele pode obter informações através dos sites de franquias, entre eles o da ABF - Associação Brasileira de Franchising - e revistas especializadas, por exemplo o Guia de Franquias editado pela Editora Empreendedor encontrado nas bancas de jornais.

Tanto nos sites como nas revistas, o candidato vai encontrar matérias sobre franquias de sucesso, sobre problemas entre as redes, além da divulgação das oportunidade de negócio. O importante é começar entender um pouco mais sobre as vantagens e desvantagens dessa forma de fazer negócio.

03.02. Auto-análise

Após a análise de todas as vantagens e desvantagens do sistema de franquias, o candidato precisa fazer uma auto-análise, primeiro para definir se tem ou não o perfil para ser um franqueado e, depois definir o melhor tipo de franquia para o seu investimento.



Pontos a serem considerados:

- **Características pessoais** – Qual o tipo de atividade ou negócio que melhor se encaixa a seu perfil?
-
- **Capacidade de investimento** – quanto tem de disponibilidade financeira para aplicar no negócio e manter uma reserva para os primeiros meses de operação?
-
- **Habilidades e conhecimentos** – quais habilidades ou conhecimentos adquiridos ao longo dos anos e que podem ser utilizados para agregar valor à operação do negócio;
- **Objetivos de vida a curto, médio e longo prazo** – os contratos de franquia são geralmente de cinco anos; é importante o candidato avaliar quais são seus objetivos neste período, uma vez que a rescisão do contrato de franquia exige o cumprimento de algumas regras estipuladas pela franqueador, por exemplo, ele geralmente tem preferência pelo ponto e o franqueado/comprador deve ser aprovado também por ele.
- **Disponibilidade e vontade de aprender** – o franqueado ideal às vistas do franqueador é aquele que quer aprender sempre, e está disposto a seguir regras e recomendações sobre a operação do negócio; portanto, o candidato deve avaliar até que ponto ele tem perfil e vontade para tal;
- **Dedicação ao negócio e vontade de ganhar dinheiro (ambição)** – o fato de ser um franqueado não quer dizer que o negócio vai andar sozinho, ou ainda que o franqueador vai resolver todos os problemas de sua unidade; é preciso dedicação, garra e muito trabalho para obter resultados. A vantagem, entretanto, é o fato de já entrar em um negócio com marca e conceito consolidado no mercado, o que torna as chances de sucesso bem maiores.
- **Persistência, determinação e visão de médio e longo prazo** - para não ficar desmotivado com o negócio logo nos primeiros meses, é preciso conhecer bem as projeções de resultado da franquia. Nenhum negócio começa dando resultados positivos, a maioria leva de seis meses a um ano para atingir o ponto de equilíbrio (receita = despesas), e de um ano e meio a dois anos para gerar resultados, fato que pega os candidatos imediatistas e desinformados de surpresa.
- **Lastro financeiro para investir e resistir** – pelo motivo citado no item anterior, o candidato deve avaliar se tem realmente lastro financeiro para sustentar a operação em funcionamento até atingir o ponto de equilíbrio e começar a gerar resultados.

Uma recomendação importante para o candidato é não tomar decisão no momento de emoção ou de encantamento com o negócio. Para não correr este risco, deve pedir orientação a um especialista para fazer todas as análises financeiras de forma racional, desprovida de qualquer fator emocional. A compra de uma franquia não deve ser por impulso, e sim um ato consciente, muito bem pensado.

03.03. Definição Da Franquia

Feita a análise pessoal, o próximo passo será a definição do negócio que mais se encaixa com ao perfil do candidato, portando ele deve:

- Identificar os negócios nos segmentos que mais se identificam com seu perfil;
- Definir em que região, cidade ou município pretende instalar o negócio;
- Selecionar alguns dos negócios e iniciar a busca de informações, conhecendo as empresas franqueadoras, a estrutura dessas empresas, quantos anos de mercado, a imagem e o conceito da marca e as franquias instaladas;
- Pedir informações sobre investimentos necessários e detalhes do sistema de franquia de cada franqueadora selecionada;
- Conhecer quais as taxas a serem pagas e os serviços oferecidos;
- Conhecer com profundidade os números do negócio. Pedir ajuda e fazer as simulações de resultados – investimento, prazo de retorno, lucratividade média, capital de giro necessário, etc.;
- Conhecer alguns franqueados e ex-franqueados e obter informações do mesmo sobre o negócio;
- Analisar com o apoio de um advogado especializado no sistema de franquias a Circular de Oferta de Oferta de Franquia-COF e o Contrato de Franquia;
- Envolver a família no processo de decisão.

03.03.01. Perguntas Que o Candidato Deve Fazer ao Franqueador

- Quais os principais desafios do negócio
- Unidades próprias em funcionamento
- Unidades que fecharam: quantas e porque
- Estrutura da franqueadora
- Estrutura para crescimento/expansão
- Raio de atuação da franquia: mínimo para colocar outra unidade próxima
- Perfil de franqueado
- Mobilidade para franqueado
- Exigência de dedicação do franqueado
- Nível de autonomia
- Tipo de assistência e suporte (aprovação de ponto/ tempo de treinamento/ manuais operacionais/conselho de franqueados)
- Em quanto tempo se instala a loja
- Suporte para inauguração



- Frequência de visitas à unidade franqueada
- Fundo de propaganda: como é aplicado
- Existe e-commerce
- Dimensionamento de equipe – quantidade de turnos turnos
- Projeção de faturamento mensal médio
- Pró-labore

03.04. Processo Utilizado Pelas Empresas Franqueadora na Seleção de Franqueados?

Geralmente o processo é acionado a partir do primeiro contato do candidato com a empresa, que procede da seguinte forma:

- Envia material com informações básicas sobre o sistema e solicita cadastro ao candidato;
- Analisa o cadastro do candidato;
- Solicita referências;
- Realiza entrevista pessoal;
- Apresenta o negócio de forma mais detalhada e tira dúvidas;
- Analisa o perfil;
- Realiza novas entrevistas do candidato com diferentes profissionais na empresa;
- Aprova ou não o candidato;
- Se aprovado entrega a Circular de Oferta de Franquias e Minuta do Contrato;
- Aguarda decisão do candidato;
- Assina contrato de franquia.

03.05. Quais as Vantagens para o Franqueado?

- Participa de uma marca consolidada e de prestígio;
- Conta com a experiência do Franqueado: minimiza os riscos;
- Possibilidade maior de troca de experiência;
- Inicia a operação com métodos profissionais de gestão e com acompanhamento;
- Economia de escala;
- Orientações permanente sobre a operação da unidade – treinamentos e manuais;
- Foco nos resultados.

03.06. Responsabilidade do Franqueado

- Único responsável pelos resultados da franquia;
- Investir e reinvestir no negócio;
- Assegurar a gestão com pessoal qualificado e com perfil adequado;
- Remunerar o franqueador pelo uso do sistema – pagamento dos royalties;
- Seguir e preservar as regras do sistema;

- Contribuir para o aperfeiçoamento do sistema fornecendo feedback para o franqueador.

03.07. Assinatura do Contrato e Próximos Passos?

Na assinatura do contrato o candidato deve solicitar ao franqueador um cronograma dos próximos passos e esclarecimentos dos detalhes sobre o suporte que vai receber até a inauguração da franquia.

Boa Sorte!!!

.....////.....

Referências Bibliográficas

- A Essência do Franchising – Martin Mendelsohn
- Franqueando seu negócio – Prof. John Stanworth e Prof. David Purdy, afiliados ao IFRC – Centro Internacional de pesquisas em Franchising (International Franchising Research Center)
- Material de site da ABF
- O Mito do Empreendedor – Michael E. Gerber
- Guia Oficial Franquias 2005
- Site www.abf.com.br
- Site www.guiadofranchising.com.br

ANEXOS

A Lei de Franquias – 8955

Lei nº 8.955/94, de 15 de dezembro de 1994.

Dispõe sobre o contrato de franquia empresarial (franchising) e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, "Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:"

Art. 1º - Os contratos de franquia empresarial são disciplinados por esta Lei.

Art. 2º - Franquia empresarial é o sistema pelo qual um franqueador cede ao franqueado o direito de uso de marca ou patente, associado ao direito de distribuição exclusiva ou semi-exclusiva de produtos ou serviços e, eventualmente, também ao direito de uso de tecnologia de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvidos ou detidos pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem que, no entanto, fique caracterizado vínculo empregatício.

Art. 3º - Sempre que o franqueador tiver interesse na implantação de sistema de franquia empresarial, deverá fornecer ao interessado em tornar-se franqueado uma Circular de Oferta de Franquia, por escrito e em linguagem clara e acessível, contendo obrigatoriamente as seguintes informações:

I - histórico resumido, forma societária e nome completo ou razão social do franqueador e de todas as empresas a que esteja diretamente ligado, bem como os respectivos nomes de fantasia e endereços;

II - balanços e demonstrações financeiras da empresa franqueadora relativos aos dois últimos exercícios;

III - indicação precisa de todas as pendências judiciais em que estejam envolvidos o franqueador, as empresas controladoras e titulares de marcas, patentes e direitos autorais relativos à operação, e seus subfranqueadores, questionando especificamente o sistema da franquia ou que possam diretamente vir a impossibilitar o funcionamento da franquia;

IV - descrição detalhada da franquia, descrição geral do negócio e das atividades que serão desempenhadas pelo franqueado;

V - perfil do "franqueado ideal" no que se refere a experiência anterior, nível de escolaridade e outras características que deve ter, obrigatória ou preferencialmente;

VI - requisitos quanto ao envolvimento direto do franqueado na operação e na administração do negócio;

VII - especificações quanto ao:

a) total estimado do investimento inicial necessário à aquisição, implantação e entrada em operação da franquia;

b) valor da taxa inicial de filiação ou taxa de franquia e de caução; e

c) valor estimado das instalações, equipamentos e do estoque inicial e suas condições de pagamento;

VIII - informações claras quanto a taxas periódicas e outros valores a serem pagos pelo franqueado ao franqueador ou a terceiros por este indicados, detalhando as respectivas bases de cálculo e o que as mesmas remuneram ou o fim a que se destinam, indicando, especificamente, o seguinte:

Cartilha - O Que é Franquia?

Proibida a reprodução conforme Lei 9610 de 19/02/1998

2005

- a) remuneração periódica pelo uso do sistema, da marca ou em troca dos serviços efetivamente prestados pelo franqueador ao franqueado ("royalties") ;
- b) aluguel de equipamentos ou ponto comercial;
- c) taxa de publicidade ou semelhante;
- d) seguro mínimo; e
- e) outros valores devidos ao franqueador ou a terceiros que a ele sejam ligados;

IX - relação completa de todos os franqueados, subfranqueados e subfranqueadores da rede, bem como dos que se desligaram nos últimos doze meses, com nome, endereço e telefone;

X - em relação ao território, deve ser especificado o seguinte:

- a) se é garantida ao franqueado exclusividade ou preferência sobre determinado território de atuação e, caso positivo, em que condições o faz; e
- b) possibilidade de o franqueado realizar vendas ou prestar serviços fora de seu território ou realizar exportações;

XI - informações claras e detalhadas quanto à obrigação do franqueado de adquirir quaisquer bens, serviços ou insumos necessários à implantação, operação ou administração de sua franquia, apenas de fornecedores indicados e aprovados pelo franqueador, oferecendo ao franqueado relação completa desses fornecedores;

XII - indicação do que é efetivamente oferecido ao franqueado pelo franqueador, no que se refere a:

- a) supervisão de rede;
- b) serviços de orientação e outros prestados ao franqueado;
- c) treinamento do franqueado, especificando duração, conteúdo e custos;
- d) treinamento dos funcionários do franqueado;
- e) manuais de franquia;
- f) auxílio na análise e escolha do ponto onde será instalada a franquia; e
- g) "layout" e padrões arquitetônicos nas instalações do franqueado;

XIII - situação perante o Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI das marcas ou patentes cujo uso estará sendo autorizado pelo franqueador;

XIV - situação do franqueado, após a expiração do contrato de franquia, em relação a:

- a) "know how" ou segredo de indústria a que venha a Ter acesso em função da franquia; e
- b) implantação de atividade concorrente da atividade franqueador;

XV - modelo do contrato-padrão e, se for o caso, também do pré-contrato-padrão de franquia adotado pelo franqueador, com texto completo, inclusive dos respectivos anexos e prazo de validade.

Art. 4º - A Circular Oferta de Franquia deverá ser entregue ao candidato a franqueado no mínimo 10 (dez) dias antes da assinatura do contrato ou pré-contrato de franquia ou ainda do pagamento de qualquer tipo de taxa pelo franqueado ao franqueador ou a empresa ou pessoa ligada a este.

Parágrafo único. Na hipótese do não cumprimento do disposto no caput deste artigo, o franqueado poderá argüir a anulabilidade do contrato e exigir devolução de todas as quantias que já houver pago ao franqueador ou a terceiros por ele indicados, a título de taxa de filiação e "royalties", devidamente corrigidas, pela variação da remuneração básica dos depósitos de poupança mais perdas e danos.

Art. 5º - (Vetado).

Art. 6º - O contrato de franquia deve ser sempre escrito e assinado na presença de 2 (duas) testemunhas e terá validade independentemente de se levado a registro perante cartório ou órgão público.

Art. 7º - A sanção prevista no parágrafo único do art. 4º desta Lei aplica-se, também ao franqueador que veicular informações falsas na sua Circular de Oferta de Franquia, sem prejuízo das sanções penais cabíveis.

Art. 8º - O disposto nesta Lei aplica-se aos sistemas de franquia instalados e operados no território nacional.

Art. 9º - Para os fins desta Lei, o termo franqueador, quando utilizado em qualquer de seus dispositivos, serve também para designar o subfranqueador, da mesma forma que as disposições que se refiram ao franqueador aplicam-se ao subfranqueado.

Art. 10º - Esta Lei entra em vigor 60 (sessenta) dias após sua publicação.

Art. 11º - Revogam-se as disposições em contrário.

A ABF – Associação Brasileira de Franchising

Atuação

A Associação Brasileira de Franchising é uma entidade sem fins lucrativos, criada em 1987.

Hoje a ABF desfruta de um grande prestígio e de uma imagem consolidada no mercado. Possui cerca de 600 associados, divididos entre franqueadores, franqueados e prestadores de serviços que, nos últimos anos, vêm participando de diversas ações para o desenvolvimento do sistema no Brasil.



Representada por duas Diretorias Seccionais no Rio de Janeiro e em Minas Gerais, além de uma Diretoria Regional em Pernambuco, a ABF aumentou a sua atuação em âmbito nacional. Nesses anos, a entidade dedicou-se à realização de inúmeras atividades, sempre visando beneficiar associados, promovendo conferências, simpósios, seminários, palestras, cursos, além de encontro de formação técnica sobre o Franchising.

No panorama internacional, a ABF vem se destacando por seu perfil empreendedor. A associação é membro-fundador do WFC (World Franchise Council), entidade que congrega as mais importantes associações no mundo, bem como a da FIAF (Federação Ibero-Americana de Associações de Franchising). Integra ainda o quadro da IFA (International Franchise Association), além de ser membro correspondente da Federação Européia de Franchising.

Missão

Sua missão é divulgar, defender e promover o desenvolvimento técnico e institucional deste moderno sistema de negócios.

Para isso, congrega todas as partes envolvidas na franquia - franqueadores, franqueados, consultores e prestadores de serviços - em torno de um ideal comum: o Franchising forte, próspero e ético.

Operação no Brasil

Além de prestar todos os serviços de apoio, informação e assessoria, a ABF oferece um amplo calendário de cursos e eventos destinados, principalmente, às pessoas que desejam ingressar no Sistema de Franchising como Franqueados, Franqueadores ou Prestadores de Serviços.



Periodicamente, a diretoria realiza reuniões abertas a todos os associados, criando uma linha direta para o debate de idéias e discussão de assuntos do setor. Através de um amplo contato com a imprensa, a ABF procura transmitir informações acerca do Sistema de Franchising, seu funcionamento, vantagens, novidades e tudo o mais que possa interessar ao público em geral.

Internamente, as novidades e opiniões são divulgadas através do ABF em Ação (periódico informativo) e do Portal do Franchising (site da ABF). Outra importante atividade é o relacionamento com instituições públicas e privadas, visando criar parcerias e novas possibilidades para o desenvolvimento seguro e acelerado da franquia no Brasil, através de financiamentos, incentivos, legislação e programas de apoio gerencial nas mais diversas áreas.

Objetivos da ABF

- Promover a defesa do sistema de Franchising junto às autoridades constituídas, órgãos públicos, entidades e associações de classe.
- Incentivar o aprimoramento das técnicas de atuação de seus associados, através de permanente intercâmbio de informações, dados, idéias, experiências, bem como a elaboração e divulgação de pesquisas, cursos, palestras, seminários, eventos e feiras. Atua, também, publicando e divulgando, constantemente, assuntos atualizados da área, e prestando serviços aos associados.
- Estabelecer padrões para a prática de Franchising no Brasil, de modo a moralizar o mercado e garantir a seriedade do sistema.
- Manter o intercâmbio constante com entidades congêneres situadas no exterior, inclusive promovendo e participando de congressos, seminários, debates, e qualquer evento desta ordem, desde que seja de interesse dos associados.