MICROFRANQUIAS

GUIA DE ORIENTAÇÃO 2014

O QUE É | COMO AVALIAR OPORTUNIDADES | DICAS PRÁTICAS | PRINCIPAIS CUIDADOS

ELABORADA EM MARÇO DE 2014

ABF ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING

SEBRAE

Este guia foi elaborado pela Associação Brasileira de Franchising com o apoio do Sebrae, consultoria especializada em Franchising & Varejo.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO ____ 03

COMO USAR ESTE GUIA ____ 04

QUEM É QUEM NO FRANCHISING ____ 05

O QUE SÃO MICROFRANQUIAS ____ 06

AS MICROFRANQUIAS COMO NEGÓCIO E OPORTUNIDADE ____ 07

AS VANTAGENS ____ 09

O PASSO A PASSO PARA SE TORNAR UM MICROFRANQUEADO DE SUCESSO ____ 10

AVALIAÇÃO FINANCEIRA DE UMA MICROFRANQUIA ____ 15

EXEMPLO DE PLANILHA FINANCEIRA ____ 20

ORIENTAÇÕES SOBRE FINANCIAMENTOS PARA A SUA MICROFRANQUIA ____ 21

OS PRINCIPAIS CUIDADOS A TOMAR ____ 24

A LEI DE FRANQUIAS ____ 30

A CIRCULAR DE OFERTA DE FRANQUIA ____ 31

O CONTRATO DE FRANQUIA E SUA IMPORTÂNCIA ____ 36

A OPÇÃO DE MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL ____ 39

CONCLUSÕES ____ 40

APÊNDICE ____ 42

INTRODUÇÃO

Este guia tem o objetivo de trazer informações fundamentais para que os interessados em adquirir uma microfranquia possam estar melhor preparados para avaliar esta oportunidade e tomar sua decisão com mais segurança, buscando ter maiores chances de sucesso no negócio em que entrar.

É importante saber quais são as principais questões a serem consideradas na avaliação de uma microfranquia para evitar decepções em relação ao negócio e à opção de ser um empresário.

Neste guia você encontrará um roteiro com os passos que deverá seguir antes de adquirir uma microfranquia, além de outras questões da vida de empresário para sua reflexão, até sua tomada de decisão.

Uma microfranquia traz oportunidades e desafios que exigem preparo e muita dedicação.

Esperamos que este guia possa auxiliá-lo a seguir pelo caminho mais acertado para o seu sucesso!

COMO USAR ESTE GUIA

Este guia está organizado por capítulos tratando de temas específicos que podem ser consultados separadamente, embora todo seu conteúdo seja de interesse de quem deseja conhecer melhor o universo das microfranquias e avaliar as oportunidades que elas oferecem.

Ao longo do conteúdo deste guia, algumas informações que trazem orientações adicionais estarão marcadas com os símbolos abaixo:

ATENÇÃO

Quando houver uma informação ou uma situação que exija atenção especial.

IMPORTANTE

Quando houver questões que podem afetar sua decisão quanto a se tornar um microfranqueado ou o sucesso do seu negócio.

DICA

Quando houver informações práticas que facilitem a realização de uma tarefa.

QUEM É QUEM NO FRANCHISING

Para entender o que são e como funcionam as microfranquias, vamos dar uma breve definição de cada um dos integrantes deste formato de negócio.

FRANQUEADORA

É a empresa que detém a marca, a tecnologia ou modelo de negócios e, em alguns casos, a fabricação e/ou o fornecimento dos produtos do negócio da microfranquia. É ela que seleciona, se relaciona no dia a dia e dá suporte ao microfranqueado.

MICROFRANQUIA

É o direito, concedido pela franqueadora ao microfranqueado, de operar um negócio sob uma marca estabelecida. Também representa um conjunto de conhecimentos em relação à operação e gestão do negócio, envolvendo desde a implantação de uma unidade do negócio, sua divulgação, o relacionamento com fornecedores de produtos e serviços necessários para o funcionamento deste negócio e o atendimento aos clientes.

MICROFRANQUEADO (OU FRANQUEADO)

É a pessoa que adquire uma microfranquia e se torna o responsável por sua implantação, operação e gestão. O microfranqueado é um empresário que, adotando um modelo de negócio criado pela franqueadora e seguindo suas orientações e regras, obtém sua renda a partir do lucro que o seu negócio produzir.

FORNECEDORES

São empresas que vendem produtos e prestam serviços para a microfranquia.
Numa rede de microfranquias em alguns casos é possível que a franqueadora indique fornecedores selecionados para a atender às microfranquias, e até mesmo consiga fazer negociações especiais de preços e condições de pagamentos em benefício dos microfranqueados, resultando em benefícios para o negócio.

CLIENTES OU CONSUMIDORES FINAIS

São as pessoas ou empresas que compram os produtos revendidos pela microfranquia ou contratam os seus serviços, conforme cada caso. Tudo o que o microfranqueado faz deve ter o objetivo de atender bem e deixar o cliente satisfeito.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING – ABF

A ABF é uma entidade sem fins lucrativos, fundada em 1987, e tem como objetivo contribuir, fomentar e primar pelo desenvolvimento técnico do sistema de franchising no Brasil.
Hoje, a ABF possui mais de 1.200 associados, divididos entre Franqueadores, Franqueados e Colaboradores do sistema de Franchising.
A ABF promove inúmeras atividades com foco em agregar valor e gerar benefícios para seus associados e aos interessados no sistema de franchising. Isso se dá por meio de conferências, simpósios, seminários, palestras, cursos, encontros de formação técnica sobre o Franchising, celebração de convênios, feiras, convenções e no desenvolvimento de materiais como este Guia de orientação.

O QUE SÃO MICROFRANQUIAS

Microfranquias são negócios replicados por meio do modelo de franchising e que exigem um investimento inicial inferior ao das franquias tradicionais. Como referência, a Associação Brasileira de Franchising – ABF adota como padrão o valor de três vezes o PIB anual per capita (Produto Interno Bruto anual médio por habitante do país) como valor máximo de investimento para o negócio se classificar como microfranquia.

Em valores de 2014, esta referência é de aproximadamente R$80.000,00 (Veja a composição deste cálculo no capítulo de Referências ao final deste guia de orientação). Ou seja, as franquias que tenham investimento inicial estimado em até R$80.000,00 podem ser chamadas de microfranquias.

Fora a questão do investimento inicial, as microfranquias são exatamente iguais às franquias convencionais, possuindo os mesmos diretos e obrigações, assim como riscos e desafios de um negócio como os demais.

Outro ponto em relação às microfranquias é que comumente se pensa que são negócios para trabalhar de casa ou na rua, nos clientes, sem a necessidade de uma sede ou escritório comercial. De fato, muito dos negócios que são microfranquias não exigem um ponto comercial, reduzindo bastante as despesas operacionais do negócio. Porém, isto depende muito mais do tipo de negócio do que do fato de ser microfranquia ou não.

Negócios de prestação de serviços, que são executados no local do cliente e que não precisam necessariamente de um ponto comercial, podem vir a aumentar sua capacidade de se divulgar, atender melhor aos interessados e crescer se tiverem um ponto comercial. Esta avaliação deve ser feita em conjunto com a franqueadora, que possui experiência para orientar o microfranqueado para este tipo de decisões do negócio.

AS MICROFRANQUIAS COMO NEGÓCIO E OPORTUNIDADE

As microfranquias costumam ser vistas como oportunidade de transformar empregados em empresários com maior facilidade, pela menor necessidade de investimento inicial para abrir o negócio. Para quem está procurando novas oportunidades, é algo que pode soar como solução viável e rápida. Isto pode ser verdade, mas é preciso tomar cuidado com o fato de que se tornar um microfranqueado é deixar o mundo do emprego para entrar no mundo do trabalho como empreendedor.

Empreender significa investir dinheiro para trabalhar, assumir custos e despesas de um negócio, e o risco deste negócio não dar certo, em troca da possibilidade de ter ganhos maiores. Ou, simplesmente pode significar não ter mais patrão, mantendo uma renda que sustente bem a si próprio e à sua família.

Tudo isto pode ser possível, com um bom negócio e muito trabalho. Porém, antes disso, o mais importante é ter o perfil adequado para ser empresário, ou seja, aceitar correr riscos, assumir responsabilidades adicionais e trabalhar muito, mesmo quando não houver condições de levar dinheiro pra casa no final do mês.

Outro ponto interessante é que uma microfranquia pode se tornar um negócio com um faturamento semelhante ao de uma franquia tradicional ou até maior. Não é porque tem um investimento inicial menor que o negócio será pequeno para sempre. Há microfranquias que crescem, precisam contratar funcionários, atingem um faturamento alto e podem gerar lucros bem acima da média salarial de um funcionário de uma empresa, e até mesmo maior do que os lucros de uma franquia tradicional em alguns casos.

Além disso, uma microfranquia, ao criar oportunidades para que empreendedores realizem seus projetos e desejem montar o seu próprio negócio, também empregando outras pessoas, será promovido um efeito multiplicador com resultados muito positivos de aumento da renda e melhoria da qualidade de vida destas pessoas.

Segundo dados do CAGED – Cadastro Geral de Empregados e Desempregados, do Ministério do Trabalho e Emprego, o conjunto das micro e pequenas empresas no Brasil gera mais empregos do que o conjunto das empresas médias e de grande porte.

Na prática, pequenos negócios desta natureza existem há muito tempo, sendo operados por trabalhadores autônomos, profissionais liberais e microempresários, que atuam sozinhos ou empregam outras pessoas para o desenvolvimento de suas atividades. Apenas como alguns exemplos, podemos citar a prestação de serviços de manutenção hidráulica, elétrica, de jardins e piscinas, pequenas reformas residenciais, assistência técnica para eletrodomésticos e equipamentos de informática, aulas particulares de informática, de idiomas e de reforço escolar, corte, costura e reforma de roupas, cuidadores de idosos, entrega de documentos e de pequenas cargas, e assim por diante.

São negócios que por não exigir necessariamente uma loja ou um ponto comercial, nem a manutenção de altos estoques de produtos, têm menor necessidade de investimento e de capital de giro.

Neste contexto, as microfranquias, como negócios previamente estruturados e já testados, podem aumentar as chances de sucesso de microempreendedores, por meio da transferência de conhecimento sobre a operação e gestão destes pequenos negócios aos microfranqueados, além de permitir que atuem sob uma marca mais forte e conhecida.

Outro aspecto relevante das microfranquias é a formalização destes negócios, uma vez que vivemos no Brasil num ambiente em que ainda parte dos negócios funcionam na informalidade, notadamente entre as empresas de micro e pequeno portes. Ao replicar pequenos negócios por meio de microfranquias, há muito mais chances destes microempreendedores terem acesso a orientações e informações quanto às exigências para se exercer uma atividade remunerada ou abrir e manter uma empresa em conformidade com a lei, tendo acesso aos benefícios sociais (INSS, Auxílio maternidade, etc.).

AS VANTAGENS

A primeira vantagem de adquirir uma microfranquia em relação a iniciar um negócio novo por conta própria é a de abrir um negócio que já tenha sido testado e se provado lucrativo, além de atuar com uma marca que já esteja estabelecida no mercado.

Ao adquirir uma microfranquia, na maior parte dos casos a franqueadora repassará ao microfranqueado, por meio de treinamentos e materiais de apoio, como manuais ou guias, o seu conhecimento para a operação do negócio, contendo detalhes que podem significar o seu sucesso. Ter este conhecimento logo de início da operação é uma grande vantagem, pois permitirá que o microfranqueado domine a operação mais rapidamente, o tornando capaz de gerar mais receitas e aumentando suas chances de sucesso.

O suporte da franqueadora varia de caso para caso, e também depende do quanto cada negócio exige que o microfranqueado tenha de conhecimentos técnicos e habilidades específicas para tocar o negócio.

A seguir estão listados os principais itens que podem ser oferecidos pela franqueadora para os seus microfranqueados, aos quais um microempreendedor não teria acesso se abrisse um negócio por conta própria.

- ✓ Apoio para a busca e seleção de pontos comerciais (para os negócios que exigem um ponto comercial para sua operação);
- ✓ Capacitação sobre produtos e serviços da microfranquia e processos da operação do negócio;
- ✓ Software e outras ferramentas de apoio para operação e gestão do negócio;
- ✓ Consultoria de campo (visitas periódicas à microfranquia para ajudá-la a avaliar o desempenho do negócio e orienta-la sobre como melhorar os seus resultados);
- ✓ Apoio na divulgação da marca e dos produtos e serviços;
- ✓ Desenvolvimento e atualização dos conhecimentos e técnicas de operação e gestão do negócio;
- ✓ Negociação com fornecedores frequentes de produtos e serviços que sejam necessários para a operação das microfranquias, buscando descontos nos preços e condições especiais de pagamentos;
- ✓ Pesquisa, monitoramento e atualização de informações sobre o mercado de atuação das microfranquias, que sejam importantes para o seu contínuo desenvolvimento e manutenção de suas vantagens competitivas.

O PASSO A PASSO PARA SE TORNAR UM MICROFRANQUEADO DE SUCESSO

No mercado existem centenas de microfranquias em diversos ramos de atuação, oferecendo oportunidades de ter um negócio de sucesso para diferentes perfis de futuros empresários e preferências pessoais quanto à atividade desenvolvida.

Ao considerar a aquisição de uma microfranquia, a primeira e mais importante orientação é a de não tomar uma decisão por impulso, sem possuir as informações necessárias para esta decisão tão importante para sua vida. A entrada para o mundo dos negócios leva a mudanças muito grandes da vida do empresário, portanto é importante dedicar um tempo para pesquisar e se informar para decidir com maior segurança qual caminho seguir.

As microfranquias podem oferecer muitas oportunidades, porém aqueles que estiverem melhor preparados terão maiores chances de serem bem sucedidos.

IMPORTANTE

Não deixe de ler o capítulo neste guia sobre "Os Principais Cuidados a Tomar" para se tornar um microfranqueado.

A seguir são apresentados cinco passos que poderão ajudá-lo a se tornar um microfranqueado de sucesso. Leia-os com atenção e procure seguir cada um deles, mesmo que antecipadamente você considere já ter avançado e tomado sua decisão.

1 PASSO 1

PENSE NO QUE VOCÊ GOSTA DE FAZER E NO QUE VOCÊ QUER PARA A SUA VIDA

Reflita sobre o que você gosta de fazer, qual tipo de atividade lhe dá prazer, e sobre o que você realmente quer para sua vida. Este é o primeiro passo pois é a partir desta reflexão que sua decisão deve começar a ser tomada, tanto quanto a se tornar um microfranqueado como sobre qual o tipo de negócio que sua microfranquia será.

Se o que você busca é maior liberdade, está disposto a correr alguns riscos e quer alcançar uma renda maior do que a que você tem atualmente, adquirir uma microfranquia pode ser um bom caminho a seguir.

Porém, se você não abre mão da segurança ter uma renda mensal estável e garantida, fica mais confortável seguindo ordens de um superior, ou mesmo não considera ter muito talento para lidar com pessoas e clientes, talvez seja melhor investir em sua carreira profissional trabalhando numa empresa que lhe ofereça boas oportunidades de crescimento, que suas chances de sucesso serão maiores.

2 PASSO 2

LISTE & SELECIONE AS MICROFRANQUIAS EXISTENTES MAIS ATRATIVAS PARA VOCÊ

Faça um levantamento das microfranquias oferecidas na cidade que você mora ou onde planeja morar, que sejam do ramo de atividade ou que estejam mais próximas do que você definiu no passo 1.

Aqui existe a tentação de ser seduzido por outros tipos de negócios que, embora não sejam exatamente o que você gosta de fazer, oferecem oportunidades de ganhos bastante atrativas. É verdade que um negócio é pra dar dinheiro. Está correto, este é um dos objetivos principais. Porém, fazer algo que você não gosta pode levá-lo a ser infeliz em seu negócio, ainda que dê um bom dinheiro. Nesta situação você vai se forçar a continuar tocando o negócio, mas isso poderá prejudicar a própria operação do negócio e até lhe trazer problemas pessoais. Portanto, procure listar inicialmente as microfranquias dos tipos de negócios que você mais se identifique.

Além disso, procure avaliar o cenário econômico do segmento de negócio das microfranquias consideradas. Se o setor estiver em crescimento haverá mais chances de sucesso para o seu futuro negócio. Mudanças no comportamento do público ou na legislação também podem impactar diretamente alguns setores.

Em 2013, por exemplo, a PEC (Projeto de Emenda Constitucional) das domésticas fez com que aumentasse a procura por serviços de limpeza e lavanderia nas residências. Mudanças como esta podem alavancar ou travar um negócio.

3 PASSO 3
AVALIE AS MICROFRANQUIAS SELECIONADAS POR VOCÊ

Da lista das microfranquias selecionadas no passo 2, consulte o website de cada uma delas e verifique o que eles exigem como pré-requisitos para a aquisição de sua microfranquia.

Os primeiros itens a considerar são o perfil pessoal exigido, o investimento inicial necessário estimado (incluindo a taxa de franquia ou taxa inicial cobrada pela franqueadora) e as cidades e bairros que estão disponíveis em cada rede para a abertura de novas microfranquias. Se você não se encaixa nestes primeiros pré-requisitos, nem siga avaliando aquela microfranquia específica.

Naquelas em que você se qualifica, continue a pesquisa e levante outras informações básicas que todas as franqueadoras divulgam publicamente, como o faturamento médio de uma unidade microfranqueada, qual o lucro esperado e outras características do negócio, como a necessidade de ponto comercial para a operação, horários obrigatórios de funcionamento do negócio, entre outros. Avalie se estas características do negócio estão dentro do que você está disposto a assumir e se o lucro esperado do negócio é compatível com suas necessidades ou planos de crescimento financeiro para sua vida.

Por exemplo, caso você por algum motivo pessoal, familiar, profissional ou religioso não puder exercer atividades aos finais de semana e o negócio da microfranquia tiver que funcionar nestes dias, ou se as maiores chances de faturamento forem nestes dias, você talvez deva avaliar as outras oportunidades.

DICA

Para facilitar a avaliação das microfranquias selecionadas, monte uma tabela colocando lado a lado os itens listados no passo 3 para cada uma delas, comparando cada item separadamente e depois no conjunto. Fica mais fácil organizar as informações e se lembrar de tudo na hora de avaliar qual lhe parece ser o melhor negócio

4 PASSO 4
ENTRE NO PROCESSO DE SELEÇÃO

Faça contato com a franqueadora e entre no processo de seleção da microfranquia melhor avaliada no passo 3. O ideal, quando houver mais de uma microfranquia selecionada por você, é se inscrever em todas elas.

No processo de seleção acontecerá a avaliação de ambos os lados. Do franqueador quanto a você como candidato à microfranquia, e sua avaliação do franqueador como uma empresa que possui uma marca reconhecida, que está bem estruturada para lhe oferecer o suporte adequado e que mantenha boa relação de negócios com os seus microfranqueados.

De sua parte, avalie todas as informações fornecidas pela franqueadora e não hesite em perguntar sobre quaisquer questões que não tenham ficadas claras. Ao longo do processo de seleção, você deverá ter acesso a informações adicionais e mais detalhadas sobre o negócio e o que a franqueadora se propõe a oferecer aos microfranqueados em termos de suporte. Os pontos mais importantes são a estrutura e a forma como a franqueadora repassa os conhecimentos e técnicas do negócio para o microfranqueado, como programas de treinamento, manuais e outras ferramentas de apoio (uma extranet para a rede, por exemplo), e outras estruturas de apoio, como consultoria de campo, apoio em marketing para a rede. Além disso, leia atentamente a Circular de Oferta de Franquia – COF e certifique-se de que não fique nenhuma dúvida em relação à regras, obrigações e a descrição do negócio. A COF, de forma geral, costuma ser entregue depois que você tiver avançado para as últimas etapas do processo de seleção da microfranquia.

Também procure dar especial atenção às solicitações da franqueadora quanto à informações e documentos. As franqueadoras adotam critérios próprios de seleção, e quanto mais você puder provê-la das informações que ela necessita, também maiores serão as suas chances de continuar no processo de seleção e ser aprovado ao final.

ATENÇÃO

Para obter orientações mais detalhadas para a avaliação de uma oportunidade de microfranquia, consulte os capítulos "Avaliação Financeira de uma Microfranquia – Exemplo de DRE", "Os Principais Cuidados a Tomar" e "A Circular de Oferta de Franquia – COF" deste guia.

5 PASSO 5

PREPARE-SE, IMPLANTE E INICIE O SEU NEGÓCIO

Após sua aprovação pela franqueadora para se tornar um microfranqueado e a assinatura do pré-contrato ou do contrato de franquia, haverá uma série de tarefas a serem cumpridas para o início efetivo do seu negócio. Entre elas estão:

- ✓ A abertura de empresa (obtenção de um CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas);
- ✓ Abertura da empresa na Junta Comercial e obtenção de um CNPJ na Receita Federal ou obtenção do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ e todos os registros e licenças necessárias para a operação do negócio;
- ✓ A contratação de pessoal para a formação da equipe de sua microfranquia (caso o negócio exija);
- ✓ A participação nos treinamentos iniciais oferecidos pela franqueadora, a busca de um ponto comercial (caso o negócio exija);
- ✓ A compra de produtos, equipamentos e outros materiais de apoio à operação do negócio.

IMPORTANTE

Não deixe de participar de todos os treinamentos oferecidos pela franqueadora. Além disso dê igual atenção para tanto para os treinamentos de operação como de gestão da microfranquia. Apenas o conhecimento técnico da operação não garantirá o sucesso do seu negócio.

Caso sua microfranquia exija dedicação de tempo integral e exclusiva, você também precisará se desvincular de sua atividade profissional anterior.

A franqueadora poderá oferecer treinamentos sobre a operação e gestão da microfranquia, conforme o critério de cada uma. A aplicação de treinamentos pela franqueadora não é obrigatória pela lei do franchising. Porém, o início efetivo das atividades de sua microfranquia dependerá muito velocidade com que você cumpra com estas tarefas de preparação do negócio.

DICA

Defina junto com a franqueadora um plano de atividades prevendo todas as tarefas necessárias a serem realizadas até que sua microfranquia comece a funcionar e a atender clientes, dando um prazo para cada uma delas.

AVALIAÇÃO FINANCEIRA DE UMA MICROFRANQUIA EXEMPLO DE PLANILHA FINANCEIRA

A avaliação financeira de uma microfranquia é um dos itens de maior relevância para a decisão de entrar para o negócio. A seguir são apresentados os principais itens que você deve considerar na vida financeira de sua microfranquia, e um exemplo de uma planilha financeira para você montar uma avaliação de uma microfranquia.

ENTRADAS DE DINHEIRO (RECEITAS DO NEGÓCIO)

As receitas do negócio ou receitas de vendas são obtidas pelas vendas do negócio.
No caso de um negócio de revenda de produtos é a soma do total de vendas (preço unitário dos produtos X a quantidade de produtos vendidas), valendo a mesma regra no caso da prestação de serviços (valor unitário de um serviço X a quantidade de serviços prestados ou de clientes atendidos).

SAÍDAS DE DINHEIRO

As saídas de dinheiro são formadas por um conjunto de obrigações financeiras de diferentes tipos. As principais são descritas a seguir:

Impostos

São pagos para os governos, sejam da esfera federal, estadual ou municipal. Dependendo de cada tipo de negócio, se de revenda de fabricação de produtos, revenda de produtos ou da prestação de serviços, os impostos podem ser diferentes. A maioria dos impostos é paga mensalmente e são calculados conforme as receitas de vendas, ou podem ter regras diferentes para o cálculo dos valores dos impostos.

Para informações detalhadas sobre os impostos a serem pagos especificamente no negócio da microfranquia que você está avaliando, consulte a franqueadora.

Taxas da microfranquia

São as taxas pagas à franqueadora, com uma frequência definida na circular de oferta de franquia e no contrato de franquia (em geral são mensais), e são principalmente a taxa de royalties e a taxa de marketing. Cada franqueadora pode ter uma regra específica para estas taxas. As taxas podem ter um valor fixo mensal, independente das receitas da sua microfranquia, ou podem ser calculadas como um porcentual (%) sobre as receitas de vendas de cada mês ou até sobre o valor total de compras de produtos de revenda da microfranquia.

A taxa de royalties remunera a franqueadora sobre a marca e o modelo de negócios que ela desenvolveu e cede para o microfranqueado, e também para sustentar a estrutura de suporte que a franqueadora mantém para oferecer treinamentos, consultoria de campo e atendimento aos microfranqueados.

A taxa de marketing tem o objetivo de formar um fundo de recursos que serão investidos em ações de marketing do negócio e na rede. Com toda a rede contribuindo, é possível criar materiais e campanhas de divulgação que as unidades microfranqueadas não conseguiriam sozinhas.

ATENÇÃO

Podem incidir outros tipos de taxas e regras que não estão mencionadas neste guia de orientação.

ATENÇÃO

Todas as taxas cobradas precisam estar mencionadas na circular de oferta de franquia e no contrato de franquia.

ATENÇÃO

Os valores da taxa de marketing pagos pelos franqueados são usados para campanhas para toda rede e para a divulgação da marca no mercado, enquanto que o desenvolvimento de ações locais de divulgação em cada unidade microfranqueada pode ser custeado pela própria microfranquia ou eventualmente com uso de recursos do fundo, conforme as regras de cada rede. Além disso, em alguns casos, parte dos recursos poderá ser empregada para outras despesas internas da franqueadora relacionadas diretamente ao marketing.

A taxa de franquia ou taxa inicial é paga somente uma vez na assinatura do contrato de franquia e deve estar na conta do investimento inicial na microfranquia. Esta taxa pode ser paga novamente na renovação do contrato de franquia.

ATENÇÃO

Em muitos casos é possível que a taxa de franquia seja cobrada novamente na ocasião da renovação do contrato de franquia. Esta regra pode variar de uma rede para outra, e deve estar prevista no contrato de franquia.

Custos e despesas

Os custos são saídas de dinheiro relacionadas a gastos com os produtos revendidos ou com produtos e materiais de apoio para a prestação de serviços, conforme cada negócio.

As despesas se referem às saídas de dinheiro relacionadas aos recursos necessários para a operação do negócio. As principais despesas são:

- ✓ **Equipe da microfranquia (quando existente);**
  Salários, encargos e benefícios.
- ✓ **Aluguel do ponto comercial ou escritório e IPTU (quando existente);**
  Valor do aluguel, outras taxas do imóvel e o Imposto Predial e Territorial Urbano – IPTU.
- ✓ **Divulgação local do negócio;**
- ✓ **Informática;**
- ✓ **Manutenção;**
  Máquinas e equipamentos;
  Manutenção predial da estrutura física do ponto comercial ou escritório (quando existente).
- ✓ **Financeiras;**
  Tarifas bancárias;
  Taxas pelo uso de máquinas de cartão de crédito e de débito;
  Juros pagos por empréstimos de curto prazo, como capital de giro.
- ✓ **Administrativas.**
  Contabilidade;
  Material de escritório;
  Materiais de limpeza (quando necessário).

Pró-labore

É o valor que o dono do negócio, o microfranqueado, prevê de retirada mensal para se manter.
É como se fosse o "salário" do empresário.

INVESTIMENTO INICIAL

O investimento inicial envolve todo o dinheiro necessário para a entrada no negócio, implantação e início da operação. Este investimento também é chamado de capital inicial.
Os principais itens de investimento inicial são:

- ✓ Taxa de franquia ou taxa inicial paga à franqueadora;
- ✓ Abertura de empresa (obtenção do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ e todos os registros e licenças necessárias para a operação do negócio);
- ✓ Obras e reformas do ponto comercial ou escritório (quando for o caso);
- ✓ Máquinas, equipamentos e outros materiais de apoio para a operação do negócio;
- ✓ Compra de produtos para a formação do estoque inicial (quando for o caso);
- ✓ Ações de divulgação inicial de abertura do negócio (quando for o caso).

ATENÇÃO

Algumas franqueadoras também podem cobrar pelo treinamento inicial e, nestes casos, estes valores devem ser considerados no investimento inicial.

Cabe uma ressalva importante em relação ao investimento necessário. O valor investido numa microfranquia pode ser menor do que numa franquia tradicional, mas ainda assim ser significativo em relação ao perfil econômico ou de renda do microempreendedor. Por exemplo, um investimento de R$30.000,00 para quem possui R$10.000,00 em economias guardadas, tem o mesmo peso relativo que um investimento de R$300.000,00 para quem tem R$100.000,00 em economias guardadas. Em ambos os casos, neste exemplo, o investimento é de três vezes o capital próprio disponível para a abertura do negócio, o que significa ter que pegar empréstimos. Na hipótese do negócio não se tornar bem-sucedido e fechar, além de perder o dinheiro que tinham guardado, ambos teriam uma dívida duas vezes maior (na verdade seria maior do que isso devido aos juros dos empréstimos e demais obrigações a pagar relativas à operação do negócio) que as economias que tinham antes de abrir o negócio. Sob esta perspectiva, o empreendedor do negócio de R$30.000,00 não estaria melhor do que o de R$300.000,00 somente por estar devendo menos, pois ambos estariam com uma dívida bastante alta em relação ao respectivo patrimônio que cada um tinha antes de abrir o negócio.

INVESTIMENTOS E DÍVIDAS

Investimentos são valores de compras de máquinas, equipamentos, reformas do ponto comercial ou escritório.

Dívidas são os pagamentos referentes a empréstimos contraídos pela empresa, seja para a abertura do negócio ou em outros momentos da vida da empresa. As compras de máquinas, equipamentos, reformas do ponto comercial ou escritório que sejam financiadas devem ser lançadas como dívidas.

LUCRO

O lucro da microfranquia, também chamado de lucro líquido, é a diferença entre as receitas de vendas e o conjunto formado pelos custos, despesas e os investimentos e dívidas contraídas pelo negócio, num período considerado.

Na prática, é o dinheiro que sobra após o pagamento de todas as contas do negócio. Quanto à lucratividade, que é o porcentual do faturamento total que sobra no dia a dia da operação do negócio, as microfranquias podem ter um desempenho um pouco melhor do que uma franquia convencional, por ter menos despesas na operação. Por exemplo, se o negócio não precisar ter um ponto comercial ou escritório fora de casa não haverá necessidade de pagar um aluguel e, no caso de serviços, não tem estoques de produtos para gerenciar.

FLUXO DE CAIXA E CAPITAL DE GIRO

Uma das questões mais importantes nos controles financeiros de uma microfranquia ou de qualquer negócio é o fluxo de caixa. Na prática, o fluxo de caixa é o dinheiro que sobra na conta corrente e/ou em dinheiro vivo no caixa da empresa ao final de cada dia.

Dentro de um mês, mesmo que as receitas de vendas sejam maiores que todas as saídas de dinheiro (e portanto havendo lucro), é possível que ao longo do mês falte dinheiro para o pagamento de contas nas datas de vencimento, e a conta corrente fique negativa no banco.

Vamos ver um exemplo: uma microfranquia tem receitas de vendas de R$30.000,00 num mês e tem um total de contas a serem pagas de R$25.000,00 no mês, haverá um lucro de R$5.000,00. Estes valores para o pagamento de custos e despesas são chamados de capital de giro.
Porém, na prática, as contas têm que ser todas pagas até o dia 20 do mês, enquanto que a maioria das vendas e das entradas de dinheiro, digamos, R$20.000,00, acontecem somente após o dia 20. Neste caso, até o dia 20 terão saído R$25.000,00 do caixa da empresa e terão entrado até então somente R$10.000,00. Ficam faltando R$15.000,00, deixando a conta negativa no banco. Para cobrir a conta negativa será preciso pegar dinheiro emprestado do banco (financiamento de capital de giro), até que entre dinheiro de vendas para cobrir este saldo negativo. O problema é que nesta situação o banco cobra juros altos, que acabam aumentando as despesas da empresa e reduzindo o seu lucro. Quando esta situação sai do controle e os valores emprestados do banco para este capital de giro, a empresa pode começar a ter prejuízos e com o tempo a levar o negócio a quebrar.
A solução é ter um controle diário do fluxo de caixa do negócio, e sempre que possível fazer reservas, ou seja, deixar dinheiro guardado ou disponível na conta corrente para pagar as contas do dia a dia sem necessidade de pegar dinheiro emprestado, e evitar o pagamento de juros ao banco.

CAPITAL DE SUBSISTÊNCIA

Quando o negócio começa a funcionar, provavelmente as vendas nos primeiros meses ainda serão menores que o seu potencial máximo. Ou seja, levará alguns meses até que as vendas atinjam o nível ideal esperado e necessário para que o negócio dê lucro.

Durante estes meses, as saídas de dinheiro serão maiores que as entradas de dinheiro, e neste período não será possível retirar dinheiro da empresa. Portanto, é importante que o microfranqueado preveja um “capital de subsistência” para se manter e sustentar sua família até que o negócio comece a gerar renda.

Para efeitos de planejamento, deve ser previsto um mínimo de 6 meses sem tirar dinheiro do negócio.

RETORNO DO INVESTIMENTO

Indica o retorno sobre o capital investido na microfranquia. É como se comparando com colocar o dinheiro na caderneta de poupança ou num fundo de investimento no banco, fossem os juros recebidos sobre este investimento. No caso da microfranquia, estes “juros” são a soma dos lucros a cada ano de operação do negócio em relação ao investimento realizado.

É medido em valor percentual (%) e deve ser calculado anualmente.

Por exemplo:

Tomemos uma microfranquia na qual foram investidos R$80.000,00, incluindo a taxa de franquia, equipamentos, estoque inicial de materiais e capital de giro necessário até que a unidade atinja o ponto de equilíbrio (ponto em que as entradas de dinheiro se igualam às saídas de dinheiro, passando a dar lucro).

Se o lucro total desta unidade, no período de um ano, alcançar R$60.000,00, basta dividir o lucro anual pelo total de investimento e multiplicar o resultado por 100, para se obter o valor da rentabilidade anual do negócio em percentual.

Rentabilidade anual = 60.000 ÷ 80.000 = 0,75 × 100 = 75% ao ano.

EXEMPLO DE PLANILHA FINANCEIRA (APÊNDICE)

Veja o exemplo de uma planilha financeira simplificada que você poderá montar para a avaliação do negócio.

PLANILHA FINANCEIRA

COLOQUE OS VALORES TOTAIS APURADOS EM CADA MÊS PARA CADA UMA DAS CONTAS
PREENCHA AS CÉLULAS EM AZUL E SOMENTE COM NÚMEROS POSITIVOS

	ANO 1												TOTAL ANO	%
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ		
ENTRADAS DE DINHEIRO (RECEITAS DO NEGÓCIO)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VENDAS DE PRODUTOS														
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS														
SAÍDAS DE DINHEIRO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
IMPOSTOS														
TAXA DE ROYALTIES														
TAXA DE MARKETING														
OUTRAS TAXAS														
CUSTOS DOS PRODUTOS VENDIDOS														
CUSTOS DE MATERIAIS P/ A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS														
EQUIPE (SALÁRIOS, ENCARGOS E BENEFÍCIOS)														
ALUGUEL (+IPTU E OUTRAS TAXAS DO IMÓVEL)														
MARKETING (DIVULGAÇÃO LOCAL)														
MANUTENÇÃO (PREDIAL, MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS)														
FINANCEIRAS (TARIFAS BANCÁRIAS E JUROS DE EMPRÉSTIMOS)														
ADMINISTRATIVAS														
PRÓ-LABORE														
PAGAMENTO DE DÍVIDAS														
LUCRO LÍQUIDO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

INVESTIMENTO INICIAL TOTAL	-
TAXA DE FRANQUIA OU TAXA INICIAL	
ABERTURA DA EMPRESA	
OBRAS E REFORMAS	
MÁQUINAS, EQUIPAMENTOS E MATERIAIS	
ESTOQUE INICIAL DE PRODUTOS	
DIVULGAÇÃO DE INAUGURAÇÃO	

ORIENTAÇÕES SOBRE FINANCIAMENTOS PARA A SUA MICROFRANQUIA

Uma das mais importantes questões envolvidas na abertura de uma microfranquia é o investimento necessário. No capítulo anterior sobre avaliação financeira, foram tratados os temas "Investimento Inicial" e "Capital de Subsistência". Relembrando, o primeiro é o valor total necessário para comprar, implantar e iniciar a microfranquia, enquanto que o capital de subsistência são os valores que o microfranqueado precisará para pagar os custos e despesas de seu novo negócio, além de do dinheiro necessário para sustentar a si mesmo e à sua família, até que o negócio tenha receitas suficientes para pagar as contas da empresa e sobrar dinheiro para levar para casa.

A questão é que nem sempre um futuro microfranqueado terá todo o dinheiro necessário, de recursos próprios, para abrir o negócio e se sustentar até a maturação do negócio. Esta é uma situação bastante comum, e neste caso uma das opções é a busca de financiamento bancário. Embora o ideal seja abrir o novo negócio sem pegar dinheiro emprestado, o financiamento bancário pode viabilizar a abertura de sua microfranquia caso você não disponha dos recursos necessários.

Porém, é preciso saber que um financiamento bancário se torna uma dívida que deverá ser paga em dia para o banco. Para que um financiamento bancário não passe de uma solução para um problema, é preciso entender algumas regras para tomar uma decisão correta e fazer um bom planejamento financeiro do negócio.

A seguir você encontrará as principais questões que precisarão ser consideradas ao buscar um financiamento bancário para sua microfranquia.

FINANCIAMENTOS BANCÁRIOS SÃO CONCEDIDOS PARA TODOS?

Não. Os bancos possuem critérios para avaliar as solicitações de financiamentos. Para reduzir o seu risco, os bancos avaliam o histórico de crédito do solicitante, seu histórico bancário, sua capacidade de pagamento, bens que possui, entre outros aspectos.

QUAL O VALOR MÁXIMO QUE EU POSSO CONSEGUIR DE FINANCIAMENTO PARA MINHA MICROFRANQUIA?

Cada banco possui sua regra quanto ao valor máximo, que é definido caso a caso ou como um porcentual (%) do valor total necessário para abrir o negócio. Em geral os bancos financiam um valor menor que o total necessário.

QUANTO CUSTA UM FINANCIAMENTO BANCÁRIO?

O custo de um financiamento bancário são os juros cobrados pelo banco. Os juros são os valores pagos além do próprio valor emprestado. Em outras palavras, os juros são o "preço" a ser pago pelo financiamento, além da devolução do próprio valor emprestado.

Portanto, quanto menores forem os juros cobrados pelo banco, menor será o custo do financiamento.

ATENÇÃO

Além dos juros, que são definidos como um porcentual (%) incidente sobre o valor devido, o prazo para pagamento também influencia muito no valor total dos juros a serem pagos. Quanto maior for o prazo para pagamento do empréstimo, mais juros serão pagos, e portanto maior será o preço pago pelo empréstimo. Assim, tome cuidado com prazos muito longos, que, embora tenham parcelas mensais de menor valor, no total acumulado da dívida o preço pago pelo empréstimo será bem maior.

QUAL É O VALOR QUE EU DEVERIA FINANCIAR PARA A ABERTURA DE UMA MICROFRANQUIA?

Quanto menor for o valor financiado, menos juros serão pagos ao banco. Portanto, ao selecionar uma microfranquia, compare a necessidade de investimento inicial com os recursos financeiros que você tem disponível para investimento. O investimento na franquia deverá ser compatível com os seus recursos disponíveis e com sua capacidade de pagamento após a implantação da microfranquia.

ATENÇÃO

Como orientação, o ideal é que você financie até 50% do valor total do investimento necessário da microfranquia, para que o seu endividamento não seja muito alto.

O QUE O BANCO VAI EXIGIR DE MIM PARA ME CONCENDER UM FINANCIAMENTO?

O banco pode exigir garantias de pagamento do empréstimo, desde um fiador até um imóvel ou um carro, que será alienado ao banco até que a dívida seja quitada.

TENHO ALGUMA VANTAGEM AO INVESTIR NUMA MICROFRANQUIA EM VEZ DE ABRIR UM NEGÓCIO POR CONTA PRÓPRIA QUE NÃO SEJA UMA MICROFRANQUIA (OU UMA FRANQUIA CONVENCIONAL)?

Sim, há várias franqueadoras que firmam convênios especiais com os bancos que possuem financiamentos para franquias, oferecendo aos seus microfranqueados condições diferenciadas.

Hoje no Brasil existem diversos bancos, tanto dos governos quanto bancos privados, que oferecem linhas de financiamentos voltadas para franquias (ou microfranquias), com condições diferenciadas de taxas de juros, prazos de pagamento, exigências de garantias e nos critérios de aprovação.

DICA

- *O Banco do Brasil, a Caixa Econômica Federal – Caixa e o Banco do Nordeste oferecem linhas especiais. Alguns bancos privados também possuem financiamentos para franquias;*
- *Procure analisar todas as opções oferecidas pelos bancos para verificar a que melhor se enquadre na sua necessidade;*
- *Questione e avalie junto ao franqueador da marca se este empréstimo é compatível com realidade do negócio da microfranquia que você está adquirindo.*

OS PRINCIPAIS CUIDADOS A TOMAR

A decisão de se tornar empresário e a avaliação de uma microfranquia exigem alguns cuidados, para que você saiba exatamente qual o tipo de negócio em que você está entrando e quais são os desafios que terá que enfrentar, e para evitar surpresas.

HISTÓRIO DO NEGÓCIO E DA FRANQUEADORA

Busque informações sobre o negócio e a franqueadora, sobre como surgiu, qual foi sua trajetória até agora, quanta experiência tem com o negócio, quando o negócio começou a ser franqueado etc.

A Circular de Oferta de Franquia – COF deve trazer estas informações. Porém, não se limite somente à COF, busque informações adicionais, peça a opinião de pessoas que sejam clientes daquela marca.

IMAGEM DA MARCA DA MICROFRANQUIA

Procure avaliar qual é a imagem que a marca tem no mercado e o quanto é divulgada e conhecida na cidade em que você pretende abrir sua microfranquia.

Nem todas as microfranquias já possuem uma marca largamente conhecida. É possível em alguns casos que seja uma marca ainda nova e pouco conhecida, e até mesmo que você venha a ser um dos primeiros franqueados. Isso não é necessariamente ruim. Todas as grandes marcas nasceram pequenas e desconhecidas, e foram construídas com muito esforço de pessoas comprometidas e dedicadas. Os franqueados também exercem este papel na construção da marca da rede que fazem parte. E mesmo uma marca que já seja bem conhecida numa cidade ou região, pode ser que ainda seja totalmente desconhecida na cidade onde você abrirá sua microfranquia.

O importante é que a imagem que ela tenha ou que venha a ser formada seja positiva como resultado do esforço conjunto da franqueadora com os seus microfranqueados.

IMPORTANTE

Na Circular de Oferta de Franquia – COF a franqueadora é obrigada a informar situação da marca que está sendo franqueada perante o INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Você também pode consultar o registro da marca gratuitamente no website do INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial (www.inpi.gov.br).

QUANTO DINHEIRO O NEGÓCIO DÁ

Levante informações sobre o quanto uma unidade da microfranquia costuma faturar, o quanto se paga de impostos e de taxas à franqueadora, quais são os custos e despesas da operação e quanto sobra no final do mês. A franqueadora lhe dará algumas referências de quanto uma unidade atinge de faturamento e de lucro. Porém, é importante considerar que as informações dadas pela franqueadora são baseadas em valores médios, podendo variar bastante de unidade para unidade, e que bons resultados dependem de muito esforço e dedicação, além de fatores de mercado.

ATENÇÃO

Para mais orientações consulte o capítulos "Avaliação Financeira de uma Microfranquia – Exemplo de DRE", neste guia.

DOCUMENTOS LEGAIS

Os documentos legais envolvidos na relação entre a microfranquia e a franqueadora são a Circular de Oferta de Franquia – COF e o contrato de franquia (algumas franqueadoras adotam um pré-contrato de franquia).

Ambos são obrigatórios e produzidos pela franqueadora. Você deve ler estes documentos com atenção, se possível com um advogado de sua confiança, preferencialmente com conhecimentos de franchising, e tirar todas as dúvidas com o franqueador, antes de assinar o contrato, pagar taxas ou se comprometer com qualquer obrigação.

A COF é um documento que traz todas as informações relevantes para que você, ainda como candidato a microfranqueado e antes de assinar o contrato de franquia, conheça melhor o tipo de negócio, seus pré-requisitos, regras quanto ao envolvimento na operação, área geográfica de atuação, investimentos, taxas a serem pagas e fornecedores obrigatórios de produtos para a microfranquia, quando este for o caso.

O contrato de franquia é o documento legal que define e registra o que é a microfranquias que você está comprando, assim como os direitos e obrigações de cada uma das partes.

ATENÇÃO

Para mais orientações consulte o capítulos "A Lei de Franquias", "A Circular de Oferta de Franquia – COF" e "O Contrato de Franquia e sua Importância", neste guia.

RELAÇÃO COM OS MICROFRANQUEADOS DA REDE

Este item é de bastante importância porque pode indicar como a franqueadora lida com seus microfranqueados em situações adversas. Como em todo negócio, as redes de microfranquias também possuem problemas e dificuldades a resolver no dia a dia, e muitas delas podem envolver os microfranqueados. A diferença está na forma como estas dificuldades são tratadas. Numa relação ideal entre a franqueadora e os microfranqueados são buscados os interesses comuns e coletivos da rede, e cada uma das partes cumpre com as suas obrigações. Daí a importância de haver uma definição clara desde o início do papel de cada parte no negócio.

Resumidamente, a responsabilidade de cada parte numa rede de franquias pode ser dividida como a seguir:

Franqueadora

- ✓ Desenvolvimento e atualização do conhecimento e das técnicas de operação e de gestão do negócio, assim como dos produtos e serviços do negócio;
- ✓ Aplicar treinamentos para a rede de microfranquias, desde que previsto na Circular de Oferta de Franquia / Contrato;
- ✓ Cuidar do marketing da marca e da divulgação em nível nacional;
- ✓ Oferecer consultoria de campo, por meio de visitas periódicas às microfranquias e contatos à distância, com o objetivo de apoiar os microfranqueados na avaliação e melhoria contínua de resultados do negócio, desde que previsto na Circular de Oferta de Franquia / Contrato;
- ✓ Acompanhar o mercado, avaliar tendências, gerar informações relevantes para a rede e tomar decisões estratégicas que permitam a rede manter diferenciais competitivos.

Franqueados ou microfranqueados

- ✓ Implantar sua unidade franqueada;
- ✓ Participar de todos os treinamentos aplicados pela franqueadora;
- ✓ Cuidar da equipe de sua unidade franqueada – quando houver equipe;
- ✓ Operar sua unidade;
- ✓ Fazer a gestão de sua unidade;
- ✓ Pagar as taxas previstas (inicial ou de franquia, royalties, marketing e outras);
- ✓ Fazer a divulgação local de sua unidade, assim como participar das campanhas de marketing da rede, conforme as regras e orientações repassadas pela franqueadora;
- ✓ Cuidar da imagem da marca em sua região de atuação.

CAPACITAÇÃO, CONHECIMENTO SOBRE OS PRODUTOS OU SERVIÇOS DA MICROFRANQUIA, TÉCNICAS DE OPERAÇÃO E GESTÃO DO NEGÓCIO.

Questione sobre todos os treinamentos que a franqueadora oferece ao microfranqueado, os conteúdos aplicados, a forma como os treinamentos são feitos, em que momentos e com que frequência.

De forma geral, é importante que haja um treinamento inicial e outros adicionais de tempos em tempos, conforme a necessidade de cada negócio, para a atualização de técnicas, o lançamento de novos produtos e serviços etc.

É comum que as franqueadoras entreguem manuais ou guias da operação do negócio, que servem como material de consulta dos microfranqueados no dia a dia da operação do negócio.

Para as microfranquias que tenham equipe, também é importante que o microfranqueado seja preparado para repassar os conhecimentos e técnicas recebidos para os integrantes de sua equipe que não possam participar dos treinamentos da franqueadora.

SUAS EXPECTATIVAS COM O NEGÓCIO

Um dos principais fatores que levam à insatisfação e frustração com o negócio e a microfranquia são as expectativas que o microfranqueado tem ao entrar para o negócio. A seguir estão listadas as mais comuns que os microfranqueados se deparam. Ao ter consciência da realidade que será vivida no negócio e ajustar suas expectativas antes de decidir comprar a microfranquia contribui para evitar decepção e desânimo até que seus objetivos com o negócio sejam alcançados.

Renda do negócio X nível de vida do microfranqueado

- ✓ Avalie o quanto a microfranquia poderá lhe gerar de renda mensal e se esta renda é compatível com os seus gastos pessoais ou de sua família.
- ✓ É importante ter a consciência que nos primeiros meses de operação do negócio os lucros poderão ser baixos, ou até mesmo pode haver prejuízo durante um tempo, até o negócio maturar.

Promessas da franqueadora X o que realmente será oferecido na prática

- ✓ Nem sempre uma franqueadora tem condições de executar tudo o que foi prometido ao microfranqueado, ou o microfranqueado pode entender de forma equivocada o que deve esperar da franqueadora, e se decepcionar depois. O importante é que tudo o que for oferecido ou prometido de suporte ao candidato à microfranquia fique claro antes de entrar para o negócio e esteja definido na Circular de Oferta de Franquia – COF. Além disso, é importante ter consciência de que o sucesso de uma microfranquia depende de que cada parte execute bem as suas tarefas.

Ritmo e volume de trabalho e dedicação do microfranqueado X de um empregado

- ✓ O volume de trabalho como empresário na microfranquia possivelmente serão maiores do que um empregado típico numa empresa. Uma microfranquia não significa trabalhar menos. Pelo contrário, exige um esforço e dedicação maiores, para atingir um resultado maior.

Responsabilidades assumidas como empresário X de um empregado

- ✓ Assim como no volume de trabalho, as responsabilidades também poderão ser maiores em relação a um empregado. Como empresário, haverá contas a serem pagas sem garantia de que haverá dinheiro disponível em alguns momentos, além de gerenciar uma equipe de funcionários, se este for o caso da microfranquia. A microfranquia pode exigir uma postura, comportamento e atitude diferentes dos tempos em que o microfranqueado era funcionário numa empresa.

Risco de perda de capital investido X segurança de um emprego

- ✓ Numa microfranquia, como em qualquer negócio, existe o risco de perder o dinheiro investido e até mesmo ficar com dívidas se o negócio não der certo. Com uma microfranquia as chances de sucesso são bem maiores por não "partir do zero", porém o risco de não dar certo sempre existe. O microfranqueado precisa estar disposto a correr este risco, e saber que o sucesso de uma microfranquia vem de muito trabalho, dedicação, respeito às regras e padrões do negócio e de colocar os clientes em primeiro lugar.

UMA LISTA DE PERGUNTAS PRÁTICAS QUE VOCÊ DEVERÁ FAZER À FRANQUEADORA

- ✓ Quantas unidades próprias a franqueadora tem e há quanto tempo existem?
- ✓ Qual a estrutura da franqueadora voltada para atendimento e suporte aos microfranqueados?
- ✓ Quantas unidades a franqueadora planeja abrir nos próximos anos além das atuais, e em quais cidades?
- ✓ Qual a regra de localização das unidades da rede? Qual a distância mínima que será respeitada para a abertura de outras unidades da rede numa mesma cidade?
- ✓ O microfranqueado poderá exercer outras atividades profissionais além da microfranquia, ou terá que se dedicar somente à microfranquia? A microfranquia tem horários de funcionamento obrigatórios?
- ✓ Quais os tipos de suporte que serão oferecidos ao microfranqueado pela franqueadora? (apoio para a escolha e aprovação do ponto comercial – quando for o caso, orientação e apoio para a implantação do negócio, tipos de treinamentos, sua duração e frequência com que são realizados, manuais ou guias da operação e gestão da microfranquia, entre outros)
- ✓ Existe um fundo de marketing formada por taxas pagas pelos microfranqueados e como este dinheiro é aplicado no marketing do negócio? (propaganda da marca, ações de divulgação junto com os microfranqueados, entre outras)
- ✓ A marca faz vendas pela internet? Os microfranqueados têm algum envolvimento direto nestas vendas? Os microfranqueados também podem fazer vendas pela internet?
- ✓ Posso trabalhar sozinho na microfranquia ou terei que contratar outras pessoas para trabalhar como meus funcionários?

- ✓ Se eu trabalhar todos os dias e me dedicar bastante, quanto eu posso faturar com a microfranquia, e quanto deve me sobrar de dinheiro pra levar pra casa no final do mês?
- ✓ Qual o valor total que eu vou precisar para abrir a microfranquia e me manter (a mim e à minha família – quando for o caso) até que eu consiga viver do lucro do negócio?
- ✓ Eu tenho que ter todo o dinheiro necessário para abrir a microfranquia ou posso pegar empréstimos?
- ✓ Qual o retorno do investimento no negócio (qual a estimativa de tempo em que eu devo recuperar o valor investido no negócio)?

A LEI DE FRANQUIAS

Dentre os objetivos da lei de franquias, dois deles se destacam:

- ✓ Garantir que não haja vínculo empregatício entre a franqueadora e o franqueado (ou microfranqueado);
- ✓ Garantir que candidato à uma franquia (ou microfranquia) tenha acesso a todas as informações relevantes sobre o negócio, antes de assinar o contrato de franquia e pagar quaisquer valores, para a sua tomada de decisão, se entra ou não para o negócio.

A lei de franquias não faz distinção entre franquias ou microfranquias. Ou seja, as microfranquias são exatamente iguais às franquias convencionais em relação à Lei. A relação entre a franqueadora e o microfranqueado é regida pela Lei 8955/94, sendo portanto obrigatórios:

- ✓ A cessão ao microfranqueado do direito de uso de marca ou patente, associado ao direito de distribuição exclusiva ou semi-exclusiva de produtos ou serviços;
- ✓ A entrega da Circular de Oferta de Franquia – COF, nos termos definidos na Lei 8955/94;
- ✓ A assinatura de um Contrato de Franquia entre as partes (e de um pré-contrato, se for o caso), após o prazo mínimo de 10 dias a partir da entrega da Circular de Oferta de Franquia.

Num contrato de franquia não há vínculo empregatício entre o microfranqueado e a franqueadora, nem dos funcionários da microfranquia com a franqueadora. Porém, vale a mesma regra fundamental válida para franquias convencionais: o negócio do microfranqueado tem que viver de suas próprias receitas, e não ser remunerado pela franqueadora.

Ou seja, não se pode fazer que um funcionário de uma empresa se torne um microfranqueado, não mais registrado na Carteira de Trabalho e Previdência Social, se este funcionário continuar exercendo as mesmas funções anteriores para esta empresa. Da mesma forma, um contrato de microfranquia não faz mudar a natureza da relação entre um representante comercial e a empresa para a qual faz a representação comercial, pois nesta atividade continuará a ser remunerado diretamente pela empresa representada.

ATENÇÃO

No Apêndice deste guia você encontrará todo o texto da Lei do Franchising para sua referência.

A CIRCULAR DE OFERTA DE FRANQUIA – COF

A Circular de Oferta de Franquia – COF contém informações fundamentais para a sua tomada de decisão de comprar uma microfranquia ou não.

Leia a COF atentamente. Separe um tempo para isso e leia com calma. Se possível, busque ajuda de um advogado de sua confiança que tenha conhecimentos de franchising. Anote todas as dúvidas que tiver para perguntar para a franqueadora. Envolva sua família se necessário. Mesmo que não venham a fazer parte da equipe da microfranquia, sua esposa ou seu marido e os seus filhos de alguma forma estarão envolvidos com o negócio, pois precisarão apoiá-lo em sua decisão e no dia a dia com incentivo.

ATENÇÃO

A franqueadora precisa respeitar o prazo de pelo menos 10 dias para que o candidato à microfranquia leia a Circular de Oferta de Franquia com calma. A assinatura definitiva do contrato de franquia (ou pré-contrato de franquia) e o pagamento de qualquer valor pelo candidato à franqueadora somente deve ser realizado após este prazo.

A seguir estão listadas as informações que obrigatoriamente devem estar na COF. A forma de descrever as informações é livre e cada franqueadora pode decidir detalhar mais ou menos. O mais importante é que não faltem informações obrigatórias e nem fiquem dúvidas em relação ao negócio, regras a serem seguidas, e as tarefas e responsabilidades que o microfranqueado terá.

HISTÓRICO RESUMIDO, FORMA SOCIETÁRIA & RAZÃO SOCIAL DA FRANQUEADORA E DE EMPRESAS LIGADAS

São informações básicas da franqueadora para que o candidato possa conhece-la melhor e pode fazer outras pesquisas sobre a empresa e a marca.

BALANÇOS & DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA FRANQUEADORA REFERENTES AOS DOIS ÚLTIMOS EXERCÍCIOS

São documentos contábeis da franqueadora para que haja total transparência em relação ao porte da empresa e à sua situação financeira atual. Caso tenha dificuldades para entender estes documentos, peça ajuda de um profissional habilitado que entenda de demonstrações financeiras.

INDICAÇÃO DE PENDÊNCIAS JUDICIAIS QUE QUESTIONEM O SISTEMA DE FRANQUIA OFERTADO

São processos na justiça eventualmente existentes contra a franqueadora questionando especificamente questões relacionados ao modelo de franquias (ou microfranquias). Caso exista um ou mais processos deste tipo, verifique com a franqueadora em que situações eles estão e se isso poderá de alguma forma alterar regras do negócio. A existência de muitos processos contra o sistema de franquias indica um sinal de alerta para que você procure mais informações sobre o que pode estar acontecendo com aquela rede.

DESCRIÇÃO DETALHADA DA FRANQUIA, DO NEGÓCIO E DAS ATIVIDADES DESEMPENHADAS PELO FRANQUEADO

Neste item a franqueadora descreverá o que é o negócio, como funciona, quais tarefas o microfranqueado – e sua equipe, quando for o caso – desempenha na operação do negócio. Porém, não se limite ao que está descrito na COF. Faça mais perguntas sobre como é o dia a dia da operação e gestão do negócio.

DICA

Se necessário, peça à franqueadora para acompanhar a operação na prática numa unidade própria ou mesmo numa unidade franqueada. A vivência na prática do dia a dia da operação pode ser a melhor forma de você avaliar se aquele é mesmo o negócio que você está procurando para tocar.

PERFIL DO FRANQUEADO IDEAL QUANTO À EXPERIÊNCIA ANTERIOR, ESCOLARIDADE E OUTRAS CARACTERÍSTICAS OBRIGATÓRIAS

Neste item a franqueadora informa o que o microfranqueado deve ter quanto à escolaridade, experiência profissional e outros aspectos relacionados à afinidade com o tipo de negócio. Por exemplo, se o negócio exige o contato direto com os clientes, ou exige a formação de uma equipe, será importante que o candidato à microfranquia goste e tenha habilidade para lidar com pessoas.

ENVOLVIMENTO DIRETO DO FRANQUEADO NA OPERAÇÃO & GESTÃO DO NEGÓCIO

Refere-se se o microfranqueado deverá se dedicar pessoalmente à operação e gestão do negócio, em tempo integral ou parcial, se se poderá exercer outras atividades profissionais além da microfranquia. Isso depende de cada negócio e da regra definida pela franqueadora. O mais comum é que o franqueado tenha dedicação integral e opere o negócio diretamente.

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTOS PARA IMPLANTAÇÃO, TAXA DE FRANQUIA E ESTOQUE INICIAL, QUANDO FOR O CASO

Neste item você terá a estimativa de quanto deverá investir para a implantação do negócio. Note que o valor que constará na COF será somente uma estimativa baseada em outras unidades da microfranquia. O valor efetivo que você deverá investir pode ser diferente do investimento informado na COF, devido ao porte de sua microfranquia e do custo local de materiais, mercadorias, serviços e mão de obra na cidade de sua microfranquia. Se necessário, peça para a franqueadora lhe ajudar a montar uma estimativa mais próxima da realidade que você realmente deverá ter no caso específico da sua unidade, caso você venha a se tornar microfranqueado daquela marca.

TAXAS PERIÓDICAS DE ROYALTIES, ALUGUÉIS, PROPAGANDA E SEGUROS

Neste item você terá a indicação das taxas pagas à franqueadora, com uma frequência definida no contrato de franquia (em geral são mensais), e de qual será o seu valor. As taxas mais comuns são a taxa de franquia ou taxa inicial, paga logo após a assinatura do contrato de franquia, a taxa de royalties, em geral paga mensalmente, e a taxa de marketing, também em geral paga mensalmente. Outras taxas podem existir conforme cada microfranquia, e deverão estar indicadas na COF.

IMPORTANTE

As taxas pagas à franqueadora farão parte do dia a dia das obrigações da microfranquia e devem ser consideradas ao montar projeções financeiras da sua futura microfranquia.

RELAÇÃO DE FRANQUEADOS DA REDE, BEM COMO DAQUELES QUE SE DESLIGARAM DA REDE NOS ÚLTIMOS 12 MESES, COM NOME, ENDEREÇO E TELEFONE

Na COF você deverá encontrar a lista com nome e contatos de todos os franqueados da rede, e também daqueles que saíram do negócio no último ano. Estes dados servem para que você tenha facilidade em contatá-los para obter informações adicionais sobre o negócio e sobre como é a relação com a franqueadora na prática.

REGRA TERRITORIAL – EXCLUSIVIDADE OU PREFERÊNCIA, E VENDAS FORA DO TERRITÓRIO & EXPORTAÇÃO

A política territorial se refere à regra de atuação geográfica da franquia e também qual a distância mínima que a franqueadora poderá abrir outras unidades da rede, sejam próprias ou franqueadas, e se, neste caso, o microfranqueado que já estiver estabelecido naquela região terá exclusividade e/ou preferência para a abertura de outras unidades naquela área. Também trata da possibilidade da microfranquia fazer vendas fora do território definido e de fazer exportação de produtos.

POLÍTICA DE COMPRAS E FORNECEDORES PARA A IMPLANTAÇÃO, OPERAÇÃO E GESTÃO DA FRANQUIA

Neste item será informado se há fornecedores obrigatórios para a compra de mercadorias, máquinas, equipamentos e materiais de uso na operação da franquia. É comum que as franqueadoras definam as especificações e os fornecedores de produtos ou materiais que sejam muito importantes para a qualidade da operação da franquia, de modo a padronizar a rede e garantir sua uniformidade. Também é possível nestes casos que a franqueadora negocie preços e condições especiais de pagamento para a rede, beneficiando os seus microfranqueados.

OFERTA DE SUPORTE À FRANQUIA (SUPERVISÃO, TREINAMENTOS, MANUAIS, AUXÍLIO P/ ESCOLHA DO PONTO, LAYOUT E ARQUITETURA)

Aqui a franqueadora deverá informar que tipos de suporte serão oferecidos ao microfranqueado, desde sua entrada para a rede e durante toda a vida da microfranquia, envolvendo orientações ou apoio para a escolha de ponto comercial e o projeto da unidade física da microfranquia – quando for o caso, treinamentos, consultoria de campo, manuais da operação e gestão do negócio, divulgação do negócio, entre outros. No caso de dúvidas, peça informações adicionais sobre cada item de suporte oferecido, para entender como a franqueadora poderá apoia-lo no seu negócio.

ATENÇÃO

Lembre-se que o principal papel da franqueadora é orientar e ensinar o caminho que os franqueados deverão seguir. A operação do negócio, bem como a resolução dos problemas do dia a dia e a superação de dificuldades são de responsabilidade do franqueado.

SITUAÇÃO DAS MARCAS FRANQUEADAS PERANTE O INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL – INPI

É informada a situação da marca da microfranquia perante o INPI. O ponto de atenção aqui é se certificar de que a marca da microfranquia pertence à franqueadora, ou se esta tem direitos suficientes sobre a marca, e e de que não há chances de que venha a perde-la numa disputa p or outros requerentes sobre a mesma marca.

SITUAÇÃO DO FRANQUEADO APÓS EXPIRAÇÃO DO CONTRATO QUANTO AO KNOW-HOW RECEBIDO & ATIVIDADE CONCORRENTE À FRANQUIA

Neste item será informado se após o término do contrato de franquia, ou da eventual quebra ou ruptura de contrato, sem sua renovação, se o então ex-microfranqueado poderá continuar a exercer a mesma atividade da microfranquia no mesmo território em que atuou como microfranqueado, e no caso de não poder, por quanto tempo.

MODELO DE CONTRATO PADRÃO DE FRANQUIA (E DO PRÉ-CONTRATO DE FRANQUIA E SEUS ANEXOS, SE EXISTENTES)

A COF deverá conter o modelo de contrato de franquia completo ou do pré-contrato de franquia, quando este for o caso, para sua consulta. O contrato que você irá assinar ao decidir comprar a microfranquia deverá ser idêntico a este modelo.

RECIBO DE ENTREGA DA COF, A SER ASSINADO PELO CANDIDATO, ATESTANDO SUA DATA DE ENTREGA

O recibo de entrega da COF pela franqueadora, com data, é o documento com validade legal para comprovar quando a COF foi entregue ao candidato à microfranquia.

ATENÇÃO

Lembre-se que a COF deverá ser entregue ao candidato com pelo menos 10 dias antes da assinatura do contrato de franquia e do pagamento de qualquer valor à franqueadora. Este prazo é o mínimo que a lei de franquias considera necessário para que o candidato leia com calma e tire todas as suas dúvidas em relação ao negócio que pretende entrar.

EMPREGO DE LINGUAGEM SIMPLES E ACESSÍVEL, NÃO JURÍDICA

A franqueadora deverá fornecer ao interessado em tornar-se franqueado uma circular de oferta de franquia, por escrito e em linguagem clara e acessível.

O CONTRATO DE FRANQUIA E SUA IMPORTÂNCIA

O contrato de franquia é obrigatório pela lei de franquias, e tem o objetivo de definir os direitos e deveres da franqueadora e do microfranqueado.

Alguns dos itens tratados na Circular de Oferta de Franquia – COF, como o envolvimento do microfranqueado na operação da microfranquia, as taxas a serem pagas, a política territorial, regras quanto a fornecedores obrigatórios de produtos considerados essenciais à operação, entre outros, estarão no contrato de franquia. O contrato também define regras de prazos, limites, quais situações que levam à eventuais multas ou mesmo à rescisão do contrato.

Algumas franqueadoras, além do contrato de franquia, adotam também um pré-contrato de franquia. O objetivo do pré-contrato é de firmar um compromisso com candidato aprovado, enquanto o novo microfranqueado deverá cumprir algumas obrigações, como por exemplo a abertura de empresa (obtenção do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ) e a busca e estabelecimento de um ponto comercial – quando for o caso. O pré-contrato de franquia tem um prazo de duração curto, e no caso do não cumprimento das obrigações pelo novo microfranqueado no prazo definido, o contrato de franquia definitivo pode não ser assinado, e neste caso o microfranqueado perde o direito de implantar e operar a microfranquia.

ATENÇÃO

O pré-contrato de franquia, quando adotado, também somente pode ser assinado após o prazo mínimo de 10 dias a partir da entrega da Circular de Oferta de Franquia – COF.

IMPORTANTE

Como o contrato de franquia pode ter linguagem de entendimento mais difícil, a recomendação é que você peça o apoio de um advogado de sua confiança que, preferencialmente, entenda de contratos para ler e avaliar o contrato. Como o modelo do contrato de franquia consta da Circular de Oferta de Franquia –COF, esta leitura e avaliação do contrato deve ser realizada previamente à sua assinatura durante o período mínimo de 10 dias garantido pela lei a partir do recebimento da COF.

A seguir, são destacados alguns itens que requerem uma atenção especial.

PRAZO DO CONTRATO

O prazo do contrato de franquia é definido por cada franqueadora. O prazo mais comum é de 5 anos. É importante que próprio contrato preveja qual a regra para sua renovação, se automática ou se depende das partes manifestarem formalmente o desejo pela continuidade do negócio.

Algumas franqueadoras podem cobrar uma nova taxa de franquia ou taxa inicial na renovação do contrato de franquia.

POLÍTICA DE PREÇOS DOS PRODUTOS & SERVIÇOS DA MICROFRANQUIA

No contrato devem constar as regras para a definição dos preços de produtos e serviços da microfranquia. Dedique especial atenção a este item, pois a formação de preços tem relação direta com a imagem da marca de sua microfranquia, sua capacidade de vendas e a formação das margens de lucros do negócio.

TAXAS QUE DEVEM SER PAGAS

O contrato e a COF definem os valores ou regras de cálculo das taxas a serem pagas. Procure entender claramente como estes valores são calculados e considere estes valores em sua avaliação financeira do negócio. A taxa de franquia, que é a taxa inicial cobrada na assinatura do contrato de franquia, não possui uma regra de cálculo para a sua definição.

MANUAIS OU GUIAS DE ORIENTAÇÃO DA MICROFRANQUIA

Os manuais ou guias da operação da microfranquia, são colocados como parte integrante do contrato de franquia, para garantir que suas regras e orientações sejam cumpridas pelo microfranqueado, embora possivelmente os manuais não sejam um anexo do contrato.

Neste caso, é preciso entender que os manuais poderão ser atualizados e alterados ao longo do tempo, passando os novos conteúdos a ser a nova versão a ser respeitada pelo microfranqueado.

MARKETING DA REDE

O marketing da rede, compreendendo a forma de definir as ações de divulgação da marca, de produtos e serviços da microfranquia, costuma ser um tema polêmico nas redes de franquias, pois em geral lida com dinheiro pago pelos franqueados pela taxa de marketing, e o uso deste dinheiro em ações que nem todos na rede concordam.

As contribuições para a formação do fundo de marketing são dos microfranqueados da rede e, de forma geral, é a franqueadora que decide o destino que os recursos do fundo terão para o marketing.

Portanto, leia atentamente quais as regras de uso deste dinheiro da taxa de marketing, e não deixe de questionar a franqueadora em caso de dúvidas.

AUDITORIA E SUPERVISÃO

O contrato de franquia pode prever que o microfranqueado permita que a franqueadora possa ter acesso a informações gerenciais da microfranquia. O objetivo principal de auditoria e supervisão pela franqueadora é ajudar o franqueado a melhorar sua operação e gestão do negócio, buscando sempre melhores resultados.

Porém, a auditoria também pode ser realizada para fiscalizar se a microfranquia está cumprindo com todas as suas obrigações e seguindo os padrões do negócio, sejam financeiros ou operacionais. Ao assinar o contrato contendo estes tipos de permissões, o microfranqueado deverá garantir este acesso à franqueadora.

OBRIGAÇÕES DE CADA PARTE

O contrato de franquia define as obrigações não somente da microfranquia, mas também da franqueadora. As obrigações de cada parte são importantes para a definição das responsabilidades e tarefas de cada um no dia a dia do negócio.

RESCISÃO DO CONTRATO

O contrato poderá prever as situações em que poderá haver sua rescisão, ou seja, encerramento antecipado, por qualquer uma das partes, e se haverá a cobrança de multas nestes casos. Atente para esta questão, pois o desrespeito a determinadas regras pode leva-lo a perder sua microfranquia e ainda a ter que pagar multas à franqueadora.

A OPÇÃO DE MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

Conforme já foi mencionado no capítulo “O que é uma microfranquia” neste guia de orientação, uma microfranquia possui investimento inicial baixo e não necessariamente um faturamento baixo. Porém, para os casos de negócios que tenham um faturamento até um determinado limite, existe a opção da microempresa individual, definida como Microempreendedor Individual – MEI, pelo artigo 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil).

Pela Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, para negócios que tenham faturamento anual dentro do limite estabelecido, que atualmente é de R$60.000,00, e cuja atividade não esteja vedada, o MEI é enquadrado no Simples Nacional e fica isento dos tributos federais (Imposto de Renda, PIS, Cofins, IPI e CSLL), pagando apenas um valor fixo mensal bastante reduzido que será destinado à Previdência Social e ao ICMS ou ao ISS, conforme cada caso.

Desta forma, microfranqueados que possam se estabelecer como MEI têm a vantagem adicional de uma carga tributária bastante reduzida, contribuindo para a maior viabilidade do negócio.

CONCLUSÕES

As microfranquias, como negócios que exigem menor investimento inicial, têm oferecido oportunidades de trabalho e aumento da renda a pessoas que querem ter o seu próprio negócio e estão dispostas a trabalhar com dedicação e persistência. Sendo acessíveis a uma maior quantidade de pessoas, as microfranquias podem contribuir para transformar a realidade econômica e social destes empresários e suas famílias.

A tomada de decisão sobre adquirir uma microfranquia depende de uma série de fatores que foram apresentados neste guia de orientação. Os aspectos mais importantes são a definição do que você quer para a sua vida e as informações que você terá acesso para uma tomada de decisão mais segura.

Como em qualquer negócio, o sucesso de uma microfranquia depende de muita dedicação e persistência.

A construção de uma boa relação com a franqueadora também é a base para uma microfranquia de sucesso.

Finalmente e não menos importante, a atenção e o cuidado no atendimento aos clientes contribuirão muito para o sucesso de sua microfranquia.

Esperamos que este guia de orientação possa tê-lo ajudado a entender o que é importante ao optar por uma microfranquia e para tomar uma decisão que o leve a atingir o sucesso no que você busca.

Bons negócios!

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E OUTRAS FONTES DE INFORMAÇÕES

WEBSITE ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING – ABF

http://www.portaldofranchising.com.br/

CARTILHA O QUE É FRANQUIA? – SEBRAE

http://www.sebrae.com.br/uf/amapa/abra-seu-negocio/como-abrir-uma-franquia/cartilha_o_que_e_franquia_-_mdic.pdf

LIVRO GESTÃO ESTRATÉGICA DO FRANCHISING

APÊNDICE

A ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING – ABF

Fundada em 1987, a ABF é uma entidade sem fins lucrativos e tem como objetivo contribuir, fomentar e primar pelo desenvolvimento técnico do sistema de franchising no Brasil. Atualmente possui mais de 1.200 associados, divididos entre Franqueadores, Franqueados e Colaboradores.

A ABF é reconhecida pelo Governo Federal, por meio do Fórum de Franquia do Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, como o representante oficial e porta voz do franchising no Brasil, atuando como coordenadora de vários grupos de trabalho de incentivo à expansão do sistema no Brasil. Também é a representante oficial do Brasil no World Franchising Council e na International Frachising Association.

Promove inúmeras atividades com foco em agregar valor e gerar benefícios para seus associados e aos interessados no sistema de franchising. Isso se dá por meio de conferências, simpósios, seminários, palestras, cursos, encontros de formação técnica sobre o Franchising, celebração de convênios, feiras, convenções etc. Ainda engajada no aprimoramento técnico dos profissionais do mercado, a ABF criou em conjunto com a FIA - Fundação Instituto de Administração - o primeiro curso de MBA em Gestão de Franquias da América Latina que, em 2013, iniciou sua 6ª turma.

A ABF celebrou também um convênio com a OAB/SP com o objetivo de promover discussões entre profissionais da área buscando o desenvolvimento de projetos, pesquisas, publicação de artigos técnicos, palestras, cursos e seminários envolvendo, mas não se restringindo, o sistema de franchising.

A entidade promove anualmente 03 Feiras de Franquias, a ABF Franchising Expo, em São Paulo, a ABF Franchising Business, no Rio de Janeiro e a ABF Expo Nordeste. A ABF Franchising Expo em São Paulo é a maior feira de franchising do mundo, superando feiras internacionais consagradas, como a de Paris.

A ABF participa de várias feiras no Brasil e no exterior. No Brasil, a ABF é parceira do SEBRAE, entidade reconhecida nacionalmente e organizadora da Feira do Empreendedor. Nessa feira a ABF é a entidade responsável pelos atendimentos e palestras relacionados ao assunto franchising. Ainda neste ano foi renovado o convênio com a Apex-Brasil – Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, ligada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comercio Exterior -, cujo projeto já está em sua 5ª fase e tem trazido resultados positivos no estimulo ao crescimento da exportação do franchising brasileiro.

Anualmente a ABF promove a certificação de marcas com o SELO DE EXCELÊNCIA EM FRANCHISING, que é o resultado de uma rigorosa e minuciosa pesquisa de satisfação dos franqueados em relação a franqueadora. A pesquisa é realizada por uma empresa independente, idônea e com expertise em pesquisas.

IMPORTANTE

Embora a associação das franqueadoras à ABF não seja obrigatória, ela permite o acesso em condições privilegiadas à um conjunto de informações úteis e relevantes para o desenvolvimento de seu modelo de franquias, cursos em temáticas de interesse da gestão e relacionamento com as redes, fóruns de discussão sobre temas atuais do meio do franchising, participação em feiras de franquias, na Convenção Anual da ABF, em eventos internacionais de franchising e varejo, além do Selo de Excelência, uma importante ferramenta de avalição e monitoramento do desempenho e da relação com os franqueados da rede.

LEI DO FRANCHISING Nº 8.955, DE 15 DE DEZEMBRO DE 1994.

Dispõe sobre o contrato de franquia empresarial (franchising) e dá outras providências.
O PRESIDENTE DA REPÚBLICA 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:

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 do 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 ser 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 franqueado aplicam-se ao subfranqueado.

Art. 10. Esta lei entra em vigor 60 (sessenta) dias após sua publicação.

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

Brasília, 15 de dezembro de 1994; 173º da Independência e 106º da República.

ITAMAR FRANCO
Ciro Ferreira Gomes

COMPOSIÇÃO DO CÁLCULO DO VALOR DE REFERÊNCIA DE INVESTIMENTO MÁXIMO PARA A CLASSIFICAÇÃO DE MICROFRANQUIAS

O valor de referência de investimento inicial máximo de uma microfranquia, adotado pela ABF, corresponde a três vezes o PIB anual per capita brasileiro, que, em valores de 2013 é de aproximadamente R$80.000,00, conforme a tabela abaixo.

<table>
<tr><td colspan="2">PIB ANUAL PER CAPTA X3</td><td colspan="2">R$ 78.254,00</td></tr>
<tr><td colspan="2">PIB ANUAL PER CAPTA 2012</td><td colspan="2">R$ 26.085,00</td></tr>
<tr><td rowspan="2">PIB ANUAL BRASIL 2012</td><td>USD 2.253.000.000.000</td><td>TAXA CAMBIAL CONSIDERADA (R$ / US$)</td><td rowspan="2">FONTE: BANCO MUNDIAL</td></tr>
<tr><td>R$ 5.181.900.000.000</td><td>R$ 2,30</td></tr>
<tr><td>POPULAÇÃO TOTAL</td><td>198.656.000</td><td colspan="2">FONTE: BANCO MUNDIAL, ESTIMATIVA POPULAÇÃO EM 2012.</td></tr>
</table>

PLANILHA FINANCEIRA

COLOQUE OS VALORES TOTAIS APURADOS EM CADA MÊS PARA CADA UMA DAS CONTAS

PREENCHA AS CÉLULAS EM AZUL E SOMENTE COM NÚMEROS POSITIVOS

	ANO 1												TOTAL ANO	%
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ		
ENTRADAS DE DINHEIRO (RECEITAS DO NEGÓCIO)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VENDAS DE PRODUTOS														
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS														
SAÍDAS DE DINHEIRO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
IMPOSTOS														
TAXA DE ROYALTIES														
TAXA DE MARKETING														
OUTRAS TAXAS														
CUSTOS DOS PRODUTOS VENDIDOS														
CUSTOS DE MATERIAIS P/ A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS														
EQUIPE (SALÁRIOS, ENCARGOS E BENEFÍCIOS)														
ALUGUEL (+IPTU E OUTRAS TAXAS DO IMÓVEL)														
MARKETING (DIVULGAÇÃO LOCAL)														
MANUTENÇÃO (PREDIAL, MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS)														
FINANCEIRAS (TARIFAS BANCÁRIAS E JUROS DE EMPRÉSTIMOS)														
ADMINISTRATIVAS														
PRÓ-LABORE														
PAGAMENTO DE DÍVIDAS														
LUCRO LÍQUIDO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

INVESTIMENTO INICIAL TOTAL	-
TAXA DE FRANQUIA OU TAXA INICIAL	
ABERTURA DA EMPRESA	
OBRAS E REFORMAS	
MÁQUINAS, EQUIPAMENTOS E MATERIAIS	
ESTOQUE INICIAL DE PRODUTOS	
DIVULGAÇÃO DE INAUGURAÇÃO	

ABF ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING

SEBRAE