MERCADO

INVISTA NO MERCADO DE FRANQUIAS

SEBRAE

© 2019. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia – Sebrae/BA
Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

INFORMAÇÕES E CONTATO
Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia – SEBRAE/BA
Unidade de Gestão do Portfólio – UGEP
Rua Horácio César, 64 – Bairro Dois de Julho
CEP: 40.060-350 – Salvador / BA
Tel.: (71) 3320-4436

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual
Carlos de Souza Andrade

Diretor Superintendente
Jorge Khoury

Diretor Técnico
Franklin Santana Santos

Diretor Administrativo e Financeiro
José Cabral Ferreira

Unidade de Gestão do Portfólio (UGEP)
Norma Lúcia Oliveira da Silva
Leandro de Oliveira Barreto

Analistas
André Gustavo de Araújo Barbosa
Viviane Canna Brasil Sousa

Projeto Gráfico, editoração e revisão ortográfica
Yayá Comunicação Integrada

SUMÁRIO

O que analisar e avaliar antes de adquirir uma franquia?	4
Como pesquisar as melhores oportunidades	6
Tipos de franquia e atuação	12
Remuneração do sistema	14
Como avaliar a saúde financeira da franquia	18
Cumpra as exigências legais	21
Conclusão	22

O QUE ANALISAR E AVALIAR ANTES DE ADQUIRIR UMA FRANQUIA?

Embora haja registro de modelos similares de negócios à franquia, o termo só surgiu oficialmente em 1862, nos Estados Unidos. Pioneiros nesse modelo de empreendimento foi nos Estados Unidos que a empresa americana I.M. Singer & Co., em 1850, fabricante de máquinas de costura, se tornou a responsável por utilizar o sistema pela primeira vez. Se por um lado a Singer expandiu a venda dos seus produtos por grande parte do território norte-americano sem grandes investimentos, por outro ela permitiu que operadores proprietários independentes tivessem o direito de comercializar a linha de equipamentos da marca, desfrutando assim do prestígio da empresa.

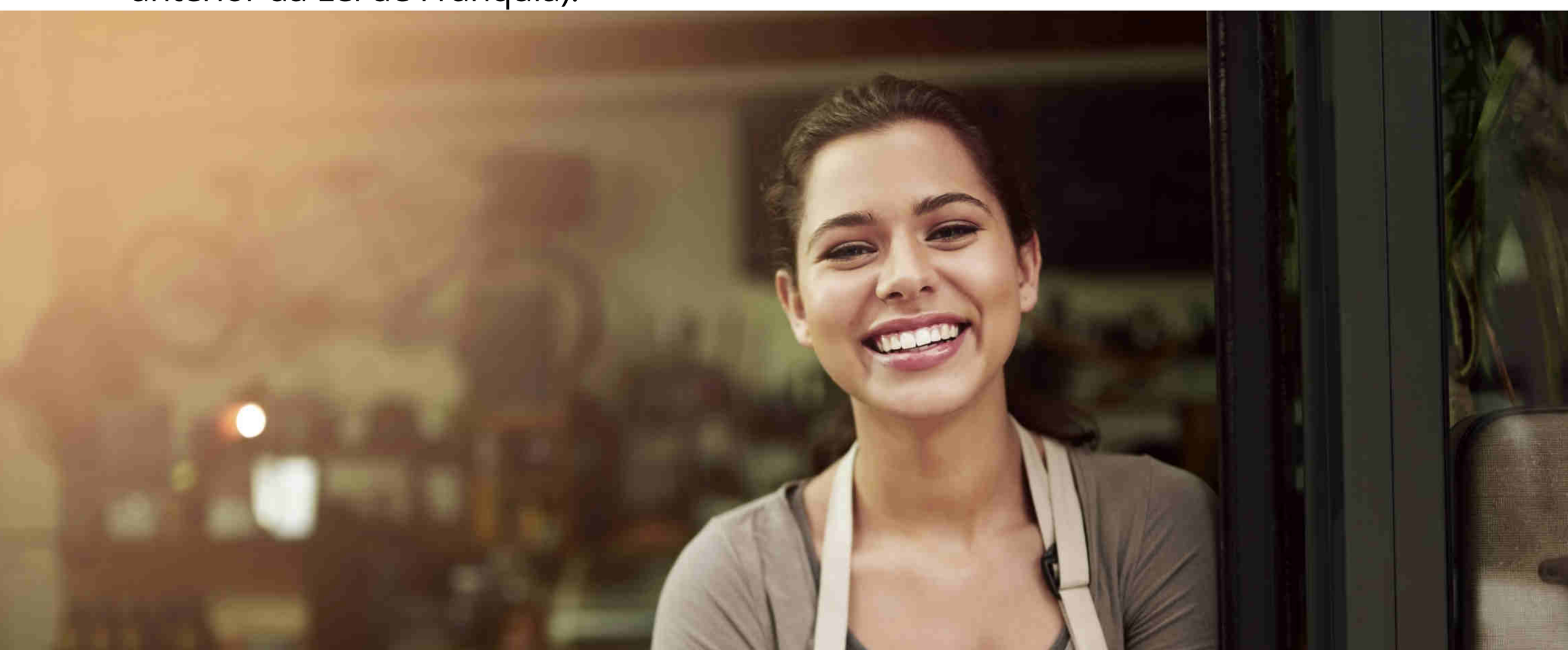
Após a Guerra Civil, comerciantes de várias localidades dos Estados Unidos começaram a adotar o modelo de negócio. Mas a grande explosão do modelo de franchising se deu após a 2º Guerra. Com diversos soldados americanos retornando para suas casas, sem expectativas de emprego, poucos com alguma experiência além do serviço militar, esses homens encontraram no sistema de franquia a possibilidade de se inserirem no mercado de trabalho, sendo seus próprios patrões. Assim, na década de 1950 surgiram algumas das mais famosas redes de franquias: Burger King, McDonald's, Dunkin'Donuts, entre outras. A partir de 1970, diversas franqueadoras americanas passaram a expandir suas franquias pelo mundo, chegando, inclusive, ao Brasil.

Investir em uma franquia é um caminho cheio de oportunidades para quem quer empreender. No entanto, é preciso estar atento à legislação brasileira sobre esse tipo de negócio. Ser um franqueado consiste em receber a cessão do direito de uso da marca/patente e outros direitos com atuação empresarial autônoma. Ou seja, os estabelecimentos são independentes entre si.

O crescimento acelerado do Sistema de Franchising no Brasil, em meados dos anos 1990, tornou necessária a criação da Lei nº 8955/94, específica para essa área.

A Lei de Franquias foi elaborada com base no modelo estadunidense e apresenta informações relevantes para o novo franqueado avaliar o negócio ofertado, através da Circular de Oferta de Franquias (COF). Mas ela é considerada insuficiente para sustentar o setor. Em razão disso, o PLC nº 91/2013 (numeração na Câmara dos Deputados – PL nº 4319/2008), que propõe uma legislação mais completa para a área, está em tramitação no Congresso Nacional, aguardando aprovação do Senado.

A afinidade com o negócio ajudará no desempenho do franqueado à frente da unidade que, como qualquer outro tipo de empreendimento, demanda árduo trabalho e requer forte determinação. São milhares de oportunidades de negócios, em segmentos diversos para que possa escolher o que melhor se adapte ao seu perfil. Por isso, consulte as mudanças a partir da Lei 13.966/2019 publicada no Diário Oficial da União de 27.12.2019, foram estabelecidas as regras sobre o sistema de franquia empresarial e revogada a Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994 (norma anterior da Lei de Franquia).*



*Lei 13.966/2019 publicada no Diário Oficial da União de 27.12.2019. http://www.normaslegais.com.br/guia/clientes/contrato-franquia-empresarial.htm

COMO PESQUISAR AS MELHORES OPORTUNIDADES

A evolução do sistema de franquias no Brasil vem criando a cada dia novas oportunidades no setor. O que parecia uma possibilidade exclusiva para grandes empreendimentos, como as redes de fast-food ou grandes marcas de roupas, vem se mostrando cada vez mais eclética e acessível. Produtos naturais, jogos, fontes de energia alternativas, serviços domésticos ou mesmo de crédito, as possibilidades de investimento se apresentam de forma amplamente diversificada. Os valores de investimento inicial também tem se mostrado cada vez mais flexíveis, com opções de franchising com investimento inicial inferior a 10 mil reais.

Segundo estudo da ABF (Associação Brasileira de Franchising) o setor de franquias apresentou um crescimento nominal de 8,4% no segundo trimestre de 2018, e dentro dos segmentos em destaque estão: alimentação, entretenimento e lazer, turismo e hotelaria, casa e construção, comunicação e informática e eletrônicos

Como todo investimento, o investimento em franquia pode ser altamente rentável, mas seu sucesso está profundamente ligado ao conhecimento do franqueado em relação ao mercado e sobre o ramo de negócios que escolheu seguir.

Antes da decisão de compra de uma franquia, é essencial que o futuro franqueado leve algumas questões em consideração. Iniciar o processo de compra pela autoanálise auxiliará para que o ato de empreender através de uma franquia seja uma experiência bem-sucedida.

Adquirir uma franquia não tirará do franqueado as responsabilidades sobre a gestão de sua empresa. Gerir pessoas, manter sua contabilidade em dia, calcular e correr riscos, aceitar decepções, tomar decisões gerenciais, participar do dia a dia da operação, muitas vezes consumindo finais de semana ou longas jornadas de trabalho, são algumas das atribuições que cabem ao franqueado.

É preciso entender que mesmo que a escolha de franquia seja de uma marca já consolidada no mercado, será necessário trabalhar muitas horas por dia, como em qualquer outro empreendimento.

Alguns pontos devem ser observados para determinar a escolha, como:

Capacidade financeira

Antes de adquirir uma franquia, é necessário saber qual é o montante a ser investido, os custos fixos e variáveis envolvidos na operação diária do negócio e o faturamento previsto. Ter o valor necessário para o investimento previsto para a franquia é obrigatório, mas a reserva para capital de giro vai determinar a sobrevivência no mercado. Muitos modelos de franchising inclusive pedem que o aspirante a franqueado comprove a existência de tal valor. Essas informações determinarão o ponto de equilíbrio operacional, a previsão de lucro e retorno do investimento. Por mais que os produtos/serviços te agradem ou possuam uma proposta que o empreendedor acredita, se a viabilidade financeira for nula ela deve ser desconsiderada.

Escolha dos produtos

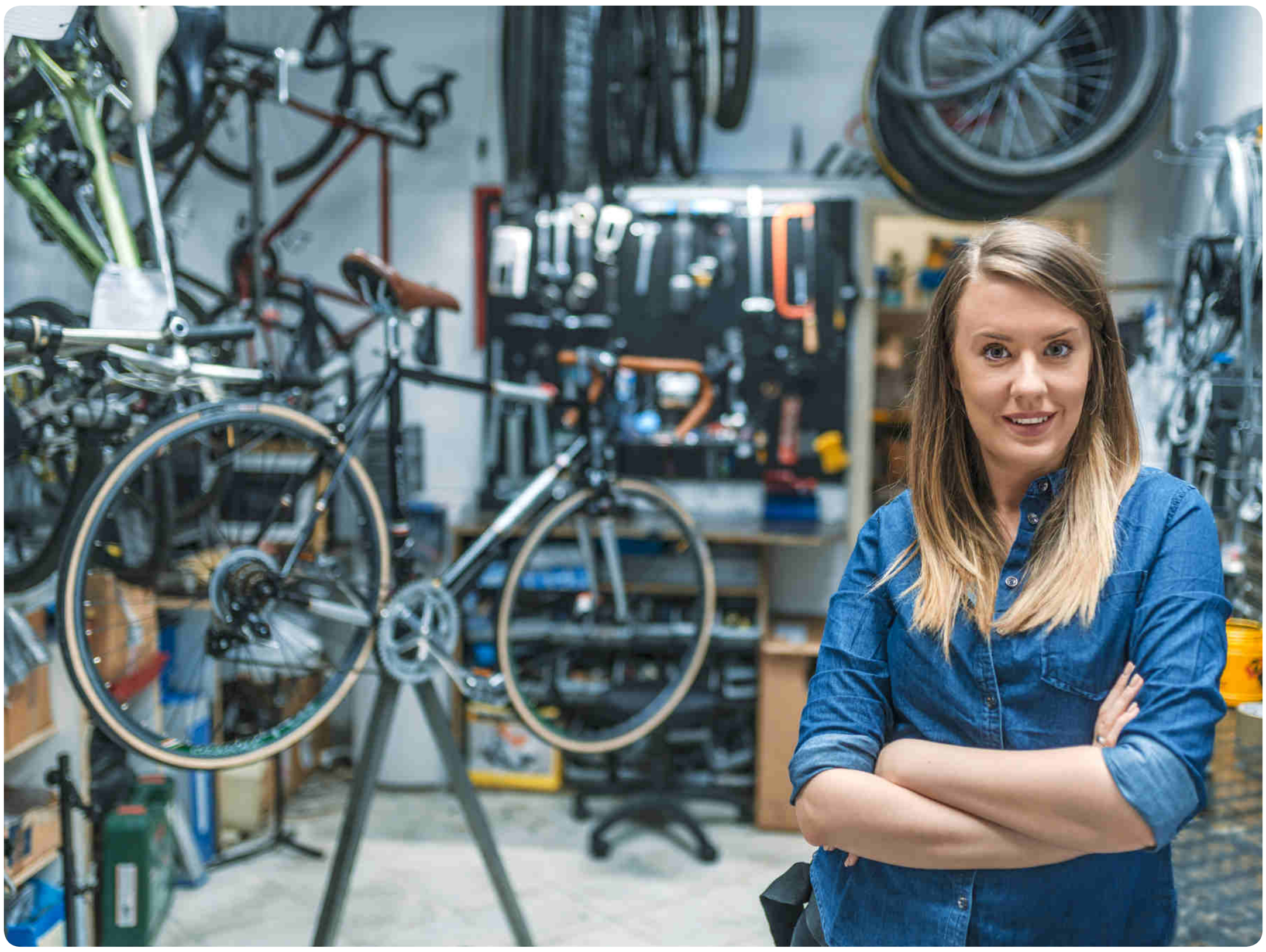
Além da viabilidade econômico-financeira, ter afinidade com o produto/serviço a ser comercializado pode aumentar as suas chances de sucesso. Alguns modelos de franquias permitem que o franqueado experimente alguns dias da operação para ter certeza de que ele deseja atuar naquele segmento.

Avaliação de competências

Reconheça as competências e os pontos que precisam ser melhorados, além de compreender que, no sistema de franquias, a marca pertence ao franqueador e caberá a ele determinar regras sobre seu uso e ao franqueado, o cumprimento dessas exigências.

Identificação

Não escolha um modelo pensando exclusivamente no investimento. Como qualquer outro tipo de empresa, a franquia precisa do proprietário à frente da administração e operação diária, exigindo habilidades específicas.



Pressão e impulso

Abrir uma franquia é projeto de vida. Assim a decisão cabe exclusivamente a quem vai dedicar tempo, esforço e dinheiro no empreendimento. Não permitir que a pressão de quem vende influencie na decisão de compra, levando a tomar decisões por impulso, é uma das primeiras tarefas de um empreendedor por franquias.

Conhecendo o sistema de franquias

O Sistema de Franquias é um modelo de negócio realizado entre: o franqueador, que é o dono da marca, e o investidor ou franqueado. Nesse sistema, o franqueador cede ao franqueado o direito de uso da marca, comercialização dos produtos, sistema de operação e gestão dentro de um formato já consolidado no mercado de atuação. As redes de franquias têm características próprias e cada rede possui características peculiares que devem ser analisadas durante o processo de escolha.

Tempo de contrato

Os contratos de franquia têm prazo definido, podendo ser renovados ou não a critério do franqueador. É fundamental que o prazo do contrato exceda o tempo estimado para o retorno do capital investido pelo franqueado.

Know-how

A transferência de *know-how*, ponto fundamental nas franquias, só é possível se o franqueador tiver, de fato, experimentado o modelo. A legislação ainda não exige, mas é recomendável que o negócio seja franqueado após um período mínimo de um ou dois anos de experiência e do atingimento do ponto de equilíbrio, em unidades-piloto, para que o franqueado adquira uma franquia testada no mercado.

Treinamentos

O *know-how* deve ser transmitido através de treinamentos e ser descrito em manuais para que o franqueado possa aplicá-lo no dia a dia do negócio. Franquias de sucesso possuem programas de treinamentos, manuais e assistência da rede. Antes de escolher é necessário se ater a como franqueadora oferece o suporte aos franqueados e presta a assistência contínua aos franqueados a distância.

Pagamento de taxas

Para fazer parte de uma rede de franquias, o candidato a franqueado deve estar ciente de que deverá arcar com o pagamento de taxas, como royalties e contribuição para o fundo de propaganda.

Padrões

Todo franqueado deverá manter os padrões exigidos pela franquia, dando livre acesso ao supervisor de campo para que ele possa conferir se a unidade está operando de acordo com as determinações da franquia.

TIPOS DE FRANQUIA E ATUAÇÃO

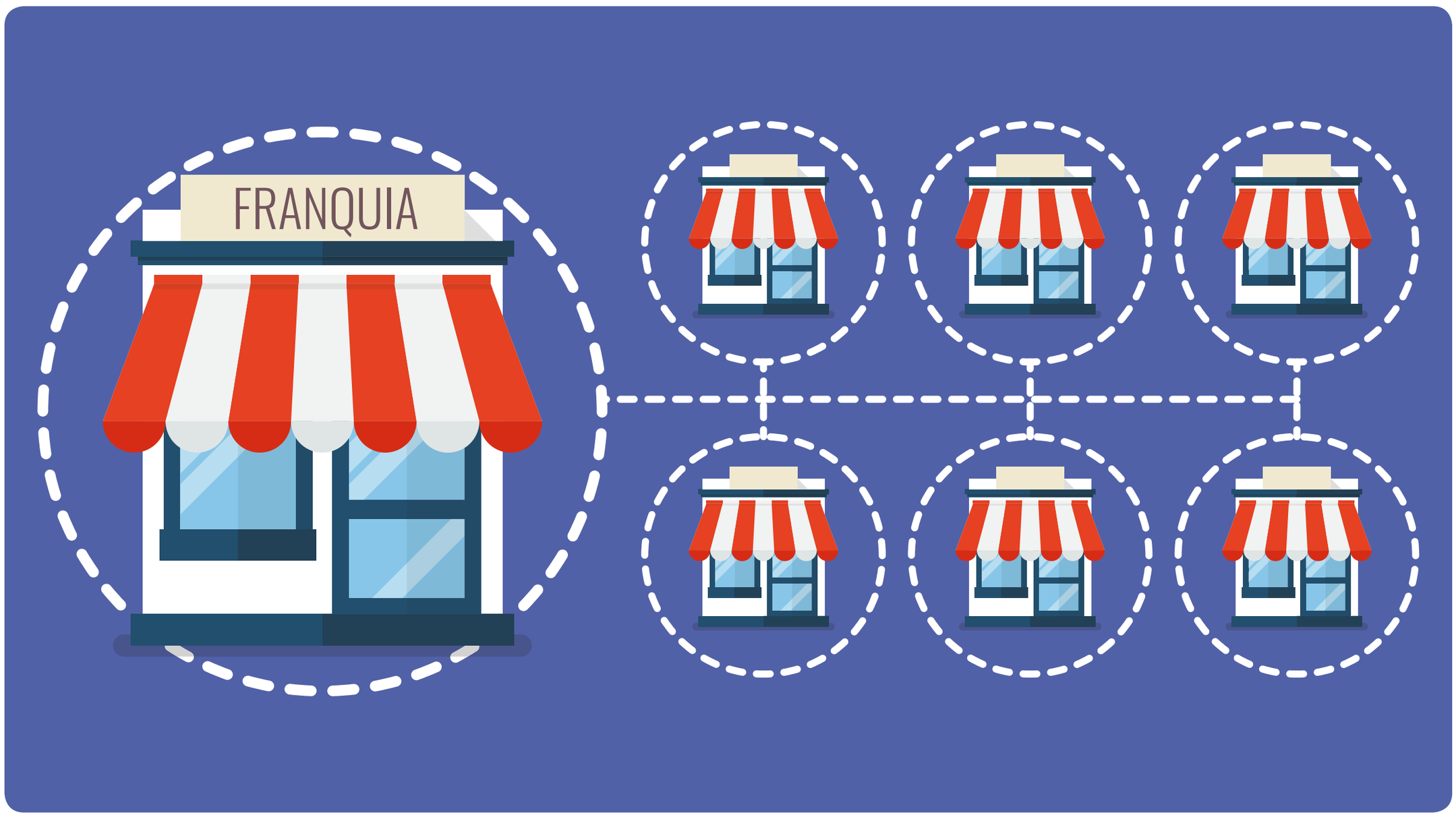
Além de escolher o modelo de franquia, o futuro franqueado ainda pode optar pelo tipo que se adeque a sua necessidade, experiência e capital para investimento. Assim destacamos os seguintes modelos:*

Franquia unitária

Esse modelo implica na cessão de direito de abertura de uma unidade, com exclusividade de atuação em local determinado pelo franqueador. O mesmo franqueado pode adquirir outras franquias unitárias, dependendo de sua capacidade financeira, desempenho alcançado e plano de expansão do franqueador.

Franquia Master

Utilizado amplamente em planos de internacionalização de franquias em países com grandes dimensões, como o Brasil, o franqueado master obtém o direito de implantar outras unidades da franquia ou mesmo terceirizá-las em determinada região, por isso também são conhecidos como subfranqueadores. O Master franqueado fica responsável pela captação, treinamento e suporte de novos franqueados, e em contrapartida recebem parte dos valores das taxas de franquia e dos royalties cobrados a eles.



*Como funciona o Franchising no Brasil. https://administradores.com.br/artigos/como-funciona-o-franchising-no-brasil

Franquia de Desenvolvimento de Área

Cessão de direito para exploração de uma determinada região, onde o franqueado abrirá mais de uma unidade em um determinado espaço de tempo. Será firmado um contrato para o desenvolvimento da área e para cada unidade que ele abrir. O desenvolvedor de área também poderá vender unidades em sua região, recebendo parte do valor cobrado a título de taxa de franquia e royalties. Todos os contratos serão firmados com o franqueador.

As microfranquias

Caracterizadas pelo baixo investimento inicial, com limite de até R$ 90 mil, por possuírem um baixo custo operacional, além de uma operação simplificada, em atividades que podem ser realizadas pelo próprio franqueado e, algumas vezes, sem exigência de ponto comercial, permitindo ao franqueado operá-la até mesmo de sua residência ou se deslocando até o endereço do cliente para atendê-lo, as chamadas "*home based*". Apesar do retorno mais rápido, em comparação com as franquias mais caras, o faturamento tende a ser proporcional ao investimento feito.

Nesse modelo, é necessário estar atento a algumas exigências presentes em seus contratos, como volume mínimo de compras mensais do franqueador, ou mesmo cobrança de alguma taxa ou de outra exigência diante do alcance de algum limite de faturamento preestabelecido.

Apesar de algumas diferenças, as microfranquias também são regidas pela Lei 8.955/94 – Lei de Franquias e todas as taxas a serem pagas têm de estar previstas em contrato e redigidas de forma clara na Circular de Oferta de Franquia (COF), para que o candidato a franqueado possa analisá-las antes de fechar contrato. Estas condições não podem comprometer a sustentabilidade e desenvolvimento do negócio para que a franquia seja rentável.

REMUNERAÇÃO DO SISTEMA

Ao optar por incluir seu empreendimento no modelo de *franchising*, o franqueador investe para que seu empreendimento esteja dentro dos padrões e atenda as especificidades para que possa ser comercializado como franquia. Apenas a partir da venda das primeiras unidades franqueadas ele começa a ser ressarcido pelo investimento. Entender como funciona, quando e quantas vezes a franquia escolhida demandará investimento financeiro é necessário para identificar a proposta correta para o perfil do empreendedor.

Taxa de Franquia

Primeira taxa paga pelo franqueado, remunera o franqueador pelos treinamentos, elaboração de manuais, assistência necessária a abertura da unidade. Com valor fixo, essa taxa é cobrada ao franqueado para ingressar na rede.

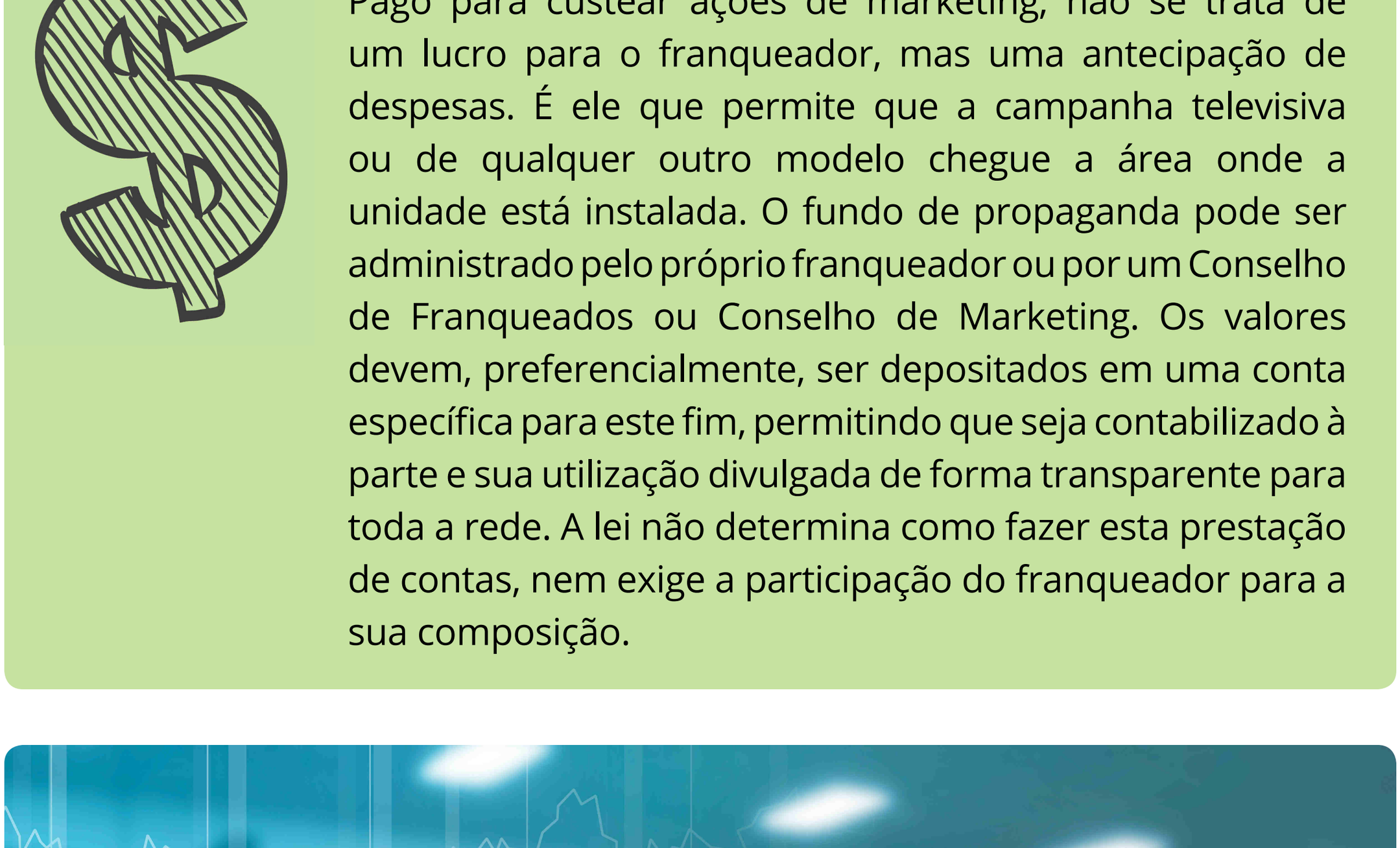
Durante a vigência do contrato de franquia, outras taxas, previamente estabelecidas, serão cobradas mensalmente. As mais comumente aplicadas ao modelo são os royalties e o Fundo de Propaganda:

Royalties

Eles são a forma de ressarcir o franqueador pelo uso do sistema, direito de uso da marca e serviços prestados ao franqueado enquanto o contrato estiver em vigor. Trata-se do pagamento pelo uso da ideia. Geralmente corresponde a um percentual sobre o faturamento bruto da unidade franqueada, girando em torno de 5 a 10%. Alguns modelos optam por um valor fixo mensal preestabelecido, ou por embutir nos produtos repassados ao franqueado e, em poucas propostas, mas ainda existentes, cobrados sobre as receitas líquidas.

Fundo de Propaganda

Pago para custear ações de marketing, não se trata de um lucro para o franqueador, mas uma antecipação de despesas. É ele que permite que a campanha televisiva ou de qualquer outro modelo chegue a área onde a unidade está instalada. O fundo de propaganda pode ser administrado pelo próprio franqueador ou por um Conselho de Franqueados ou Conselho de Marketing. Os valores devem, preferencialmente, ser depositados em uma conta específica para este fim, permitindo que seja contabilizado à parte e sua utilização divulgada de forma transparente para toda a rede. A lei não determina como fazer esta prestação de contas, nem exige a participação do franqueador para a sua composição.



COMO ANALISAR A LUCRATIVIDADE, RENTABILIDADE E TEMPO DE RETORNO

Para avaliar o potencial do empreendimento e definir em qual modelo de franquia vai escolher, o empreendedor deve analisar a rentabilidade do investimento. Considerando os gastos realizados na aquisição e estruturação da empresa é possível quantificar a rentabilidade do mesmo antes de tomar uma decisão definitiva.

Já o payback, ou o prazo de retorno do investimento, é um indicador de atratividade do negócio. Através dele será possível saber o prazo para recuperação do investimento e a partir desse momento obter lucros reais.

Como descobrir se o empreendimento que pretende investir é rentável?

Significa que há de saber a diferença entre lucratividade e rentabilidade. Enquanto a lucratividade indica o ganho obtido pela empresa numa relação entre o seu lucro líquido e sua receita total, a rentabilidade é uma relação entre o lucro líquido e o investimento feito.

De forma simplificada, os cálculos podem ser feitos da seguinte maneira:*

Lucratividade

Para determinar lucratividade usa-se os dados financeiros de um determinado mês e faz a divisão do lucro líquido pelo faturamento. Para a margem líquida, divida esse valor pelo total da receita. O cálculo é quase igual: Margem líquida = Lucro líquido após os impostos / Receita total x 100.

Rentabilidade

Dividindo o valor do investimento inicial total pelo resultado estimado do fluxo de caixa anual. O resultado em percentual representará a rentabilidade do empreendimento. Assim, obtém a taxa de retorno do investimento anual ou rentabilidade por ano.

Um empreendimento que demore a trazer retorno do investimento não apresenta rentabilidade atraente do ponto de vista de um investidor.

Retorno do investimento

Para calcular o retorno do investimento, deve-se somar todo o investimento realizado, desde móveis, equipamentos, imóvel, taxa de franquia, capital de giro, custos fixos e estoque inicial necessário. Dividindo o investimento total, pelo lucro líquido o resultado será o número de meses para se obter retorno no investimento

Exemplo: Se adquiriu uma microfranquia ao custo total de 200 mil reais, que obtém lucro mensal de R$ 5 mil, terá retorno do investimento após 40 meses.

*Lucratividade e rentabilidade: quais são as diferenças? https://blog.contaazul.com/lucratividade-e-rentabilidade-entenda-as-diferencas

COMO AVALIAR A SAÚDE FINANCEIRA DA FRANQUIA

Todo empreendedor, franqueado ou não, precisa compreender que qualquer ação realizada na empresa apresentará reflexos, sejam no âmbito estrutural ou no desempenho econômico. Monitorar essas ações e seus resultados através do gerenciamento estratégico é o caminho para conduzir com sucesso a franquia. Portanto, algumas variáveis devem ser acompanhadas de perto para que uma análise financeira seja gerada e a partir dela seja possível avaliar a saúde financeira do empreendimento.

Faturamento

Por mais óbvio que pareça, muitas empresas não dão a devida importância ao controle do faturamento. Esse indicador aponta quanto é comercializado e quando dinheiro entra no empreendimento. É através dele que se pode fazer comparações com as metas estabelecidas para o momento e descobrir se a empresa está obtendo o lucro esperado.

Recebimento

Diferente de faturamento, o recebimento tem relação com quanto dinheiro efetivamente você está recebendo. Isso ocorre especialmente com quem faz muitas vendas a prazo, como cartão de crédito, boletos ou sofre com inadimplência.

Custo fixo

Ter uma noção precisa dos seus custos fixos é outro fator preponderante para que sua a franquia funcione com precisão. Conhecer o custo fixo ajuda a saber que o dinheiro gasto nesse indicador é, na realidade, virtual: você jamais o terá, pois ele é necessário todos os meses para que a empresa funcione, mesmo em seu nível mais básico.

Índice de endividamento

Ele revela o quanto o negócio utiliza de recursos próprios para desenvolver suas atividades e o quanto é proveniente de empréstimos e financiamentos, caso estes sejam utilizados para complementar o capital de giro. Para calculá-lo, é preciso buscar os ativos e passivos no balanço patrimonial. Então, divide-se o total do passivo pelo total do ativo e multiplica-se o resultado por 100. Assim, é obtido o percentual do índice de endividamento.

Quanto mais alto for o índice, mais a empresa estará endividada. Porém, isso pode não ser tão ruim — como no cálculo relativo a um período em que grande capital externo a ser devolvido foi injetado para expansão e crescimento.

Lucratividade

Não importa quanta receita é gerada, pois é a lucratividade que revela se a saúde financeira da empresa pode ser boa ou está em risco e se o negócio tem capacidade de gerar resultados reais. Por meio dos resultados dessa análise, o gestor consegue ver se a empresa é sustentável de fato — se as despesas são adequadas às receitas e atividades —, projetar o fluxo de caixa e prever a redução do índice de endividamento.

Ponto de equilíbrio (Break Even)

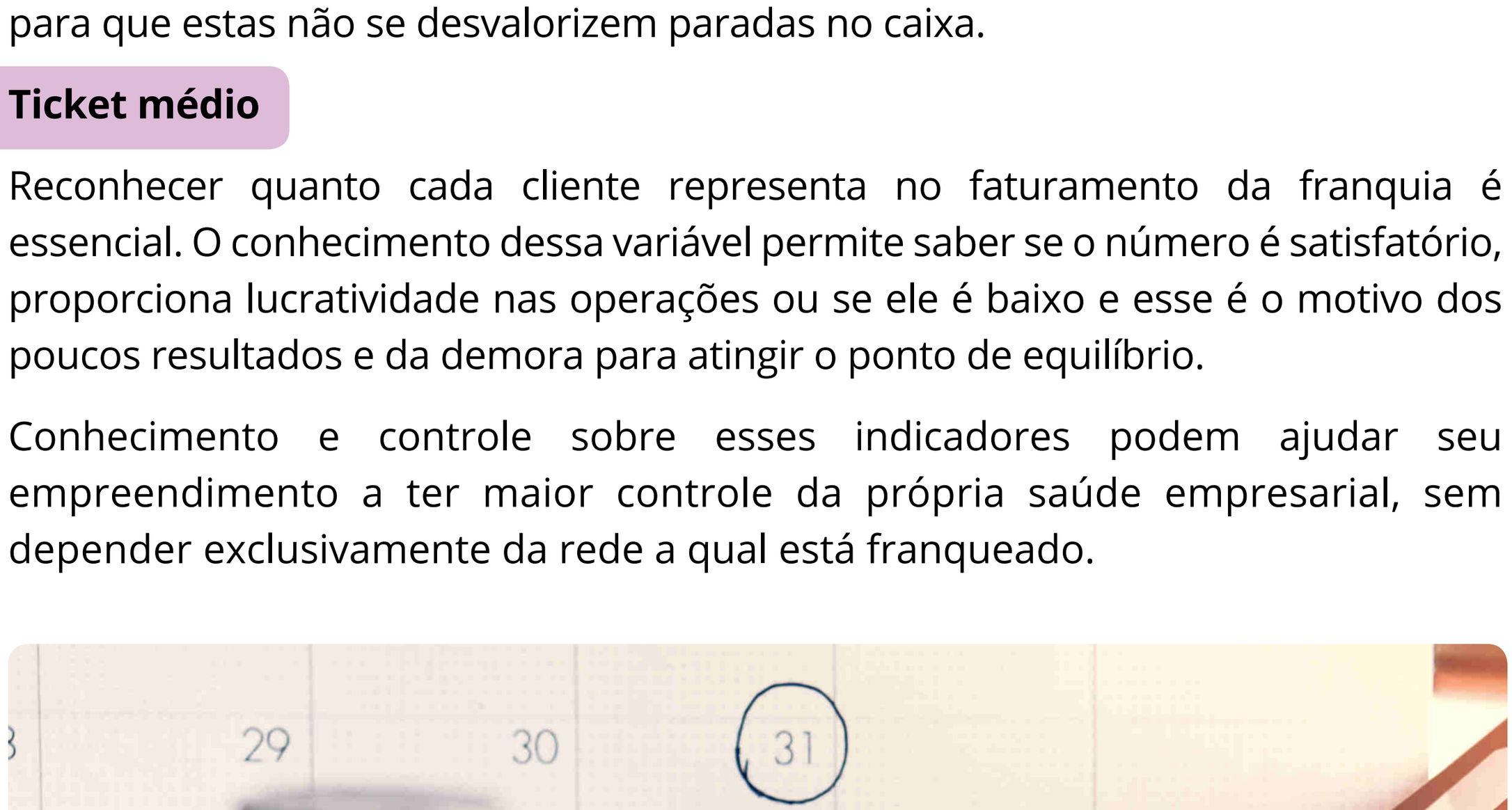
Chega-se ao ponto de equilíbrio da empresa somando todas as despesas fixas e variáveis e relacionando-as ao ticket médio ou ao volume de vendas. Assim, sabe-se quando o faturamento e os custos se igualam. A partir desse equilíbrio, toda a receita gerada passa a ser lucro, ajudando de uma forma bastante prática a analisar a saúde financeira de uma empresa.

Para avaliar o Break Even deve-se considerar as atividades desenvolvidas e em que área o negócio atua. Independentemente disso, esse é sempre um indicador importante e que precisa ser acompanhado, inclusive para identificar situações como necessidade de capital de giro adicional ou possibilidade de investir sobras para que estas não se desvalorizem paradas no caixa.

Ticket médio

Reconhecer quanto cada cliente representa no faturamento da franquia é essencial. O conhecimento dessa variável permite saber se o número é satisfatório, proporciona lucratividade nas operações ou se ele é baixo e esse é o motivo dos poucos resultados e da demora para atingir o ponto de equilíbrio.

Conhecimento e controle sobre esses indicadores podem ajudar seu empreendimento a ter maior controle da própria saúde empresarial, sem depender exclusivamente da rede a qual está franqueado.



CUMPRA AS EXIGÊNCIAS LEGAIS

A legislação atual não é muito específica quanto ao Contrato de Franquia, mas entende-se que deve seguir os princípios gerais do Direito Civil, servindo estes como parâmetros para análise, elaboração e interpretação de um contrato de franquia. Compreender a diferença entre licença de uso da marca, quando o empreendedor obtém a autorização para comercialização de produtos sob o nome de determinada marca e franchising quando empreendedor recebe junto com o investimento todo o sistema de gestão, suporte, treinamento e know how para desenvolvimento do negócio seguindo a risca as recomendações do franqueador, é importante para identificar o seu perfil de empreendimento.

COF

A Circular de Oferta de Franquias (COF) é um dos documentos mais importantes no Sistema de Franchising. Ela deve descrever de forma clara e objetiva o negócio. A lei exige que seja entregue ao possível franqueado com dez dias de antecedência da assinatura do contratado, para que ele avalie a proposta integralmente antes de fechar negócio. A Lei de Franquias estabelece todas as informações que devem estar presentes no documento. Exemplos:

Balanços financeiros;

Valores de taxas;

Investimento inicial;

Layout;

Suporte oferecido pela franqueadora, entre outros.

Caso ela não seja apresentada, o contrato pode ser anulado, assim como o franqueado tem o direito de exigir reparação e restituição de todas as importâncias despendidas até o momento.

CONCLUSÃO

Empreender no ramo de franquias é uma boa oportunidade para empreendedores que desejam contar com o reconhecimento da marca e o apoio oferecido pelas franquias.

Para abrir uma franquia é preciso ter em mente a necessidade de capital suficiente para iniciar e manter a operação até que ela se torne rentável. Assim, para avaliar a capacidade de investimento, é necessário incluir aos custos não apenas o investimento inicial informado pelo franqueador, o capital de giro para que a empresa tenha recursos reservas, mas também a reserva de capital necessária para manutenção do empreendedor enquanto não for viável retiradas fixas da empresa sem correr o risco de torná-la negativa, isso levando em conta o tempo previsto para que a empresa atinja o ponto de equilíbrio operacional.

São muitos os benefícios em relação às franquias, desde estrutura completa preexistente, o marketing personalizado, menor risco e até mesmo público já fidelizado à marca, mas empreender não é uma atividade isenta de riscos, mesmo se tratando de franquias consolidadas. Portanto antes de efetuar a compra é imprescindível que o candidato a franqueado analise alguns pontos: se o seu perfil se enquadra neste modelo de franquia, cuja operação requer a participação direta do franqueado no dia a dia da empresa, as condições da franquia quanto ao reconhecimento da marca, sua experiência de mercado, suporte oferecido à rede, satisfação dos franqueados e viabilidade econômico-financeira do negócio.

SEBRAE

Quer saber mais?
Acesse o site do Sebrae e conheça outros conteúdos.

www.sebraeatende.com.br **0800 570 0800**

SebraeBahia