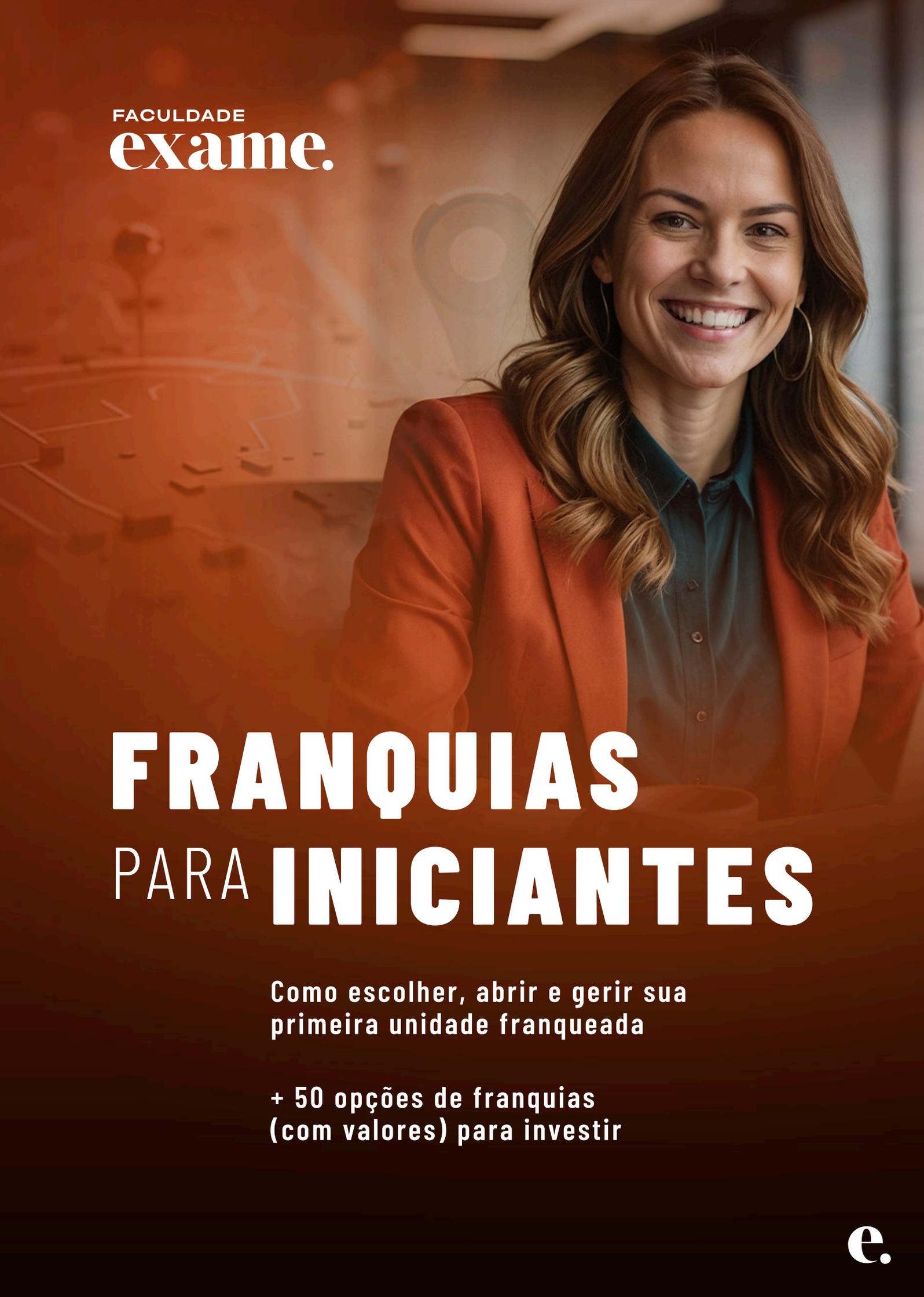


FACULDADE  
**exame.**



# FRANQUIAS PARA INICIANTES

Como escolher, abrir e gerir sua  
primeira unidade franqueada

+ 50 opções de franquias  
(com valores) para investir

**e.**

# SUMÁRIO

<b>APRESENTAÇÃO</b> .....	04
<b>CAPÍTULO 1: INTRODUÇÃO ÀS FRANQUIAS</b> .....	05
O que são franquias? .....	05
Por que investir em franquias? .....	07
<b>CAPÍTULO 2: AVALIAÇÃO PESSOAL E FINANCEIRA</b> .....	09
Autoavaliação: perfil do empreendedor .....	09
Considerações financeiras: investimento e retorno esperado .....	11
<b>CAPÍTULO 3: PESQUISA E SELEÇÃO DA FRANQUIA</b> .....	14
Critérios para escolha da franquia ideal .....	15
Como fazer uma pesquisa de mercado .....	16
Conversa com franqueados: o que perguntar e como avaliar .....	17
<b>CAPÍTULO 4: O PAPEL DO FRANQUEADOR E DO FRANQUEADO</b> .....	19
Responsabilidades e direitos de cada parte .....	19
Responsabilidades e direitos do franqueador .....	20
Responsabilidades e direitos do franqueado .....	20
<b>CAPÍTULO 5: PLANEJAMENTO E PREPARAÇÃO</b> .....	22
Planejamento financeiro e de negócios .....	22
Formação e capacitação da equipe .....	25
Preparação jurídica e leitura do contrato .....	26

<b>CAPÍTULO 6: IMPLEMENTAÇÃO DA FRANQUIA</b> .....	29
Passos para a implantação: do ponto comercial ao layout .....	29
Consultoria de campo: papel e importância.....	31
Estratégias de marketing pré-lançamento .....	31
<b>CAPÍTULO 7: GESTÃO DA UNIDADE FRANQUEADA</b> .....	33
Operação diária: gestão de pessoas, estoque e atendimento ao cliente.....	34
Monitoramento de desempenho e relatórios financeiros .....	37
<b>CAPÍTULO 8: DESAFIOS E OPORTUNIDADES</b> .....	38
Erros para evitar ao investir em uma franquia.....	38
Aproveitando oportunidades de crescimento .....	40
<b>CAPÍTULO 9: HISTÓRIAS DE SUCESSO</b> .....	43
Subway .....	44
McDonald's.....	45
Domino's.....	46
O Boticário.....	47
<b>CAPÍTULO 10: 50 FRANQUIAS PARA CONHECER</b> .....	10

# APRESENTAÇÃO

Não é raro encontrar aspirantes a empreendedores que ainda hesitam em dar o primeiro passo. Seja por falta de experiência, seja por medo de falhar, o receio é compreensível. Muitas vezes, são as economias de uma vida inteira que estão em jogo. Mas empreender com negócios franqueados pode ser uma excelente opção para quem está começando.

De acordo com a Associação Brasileira de Franchising, 94,5% das franquias no Brasil alcançam o sucesso. E esse índice animador não é sem motivo. Para que uma franquia possa existir, inúmeros testes são feitos para comprovar que o modelo de operação do negócio funciona.

Além disso, quem decide mergulhar nessa empreitada não está sozinho: ao longo de toda a jornada, o franqueado conta com suporte contínuo do franqueador.

São fatores como esses que reduzem significativamente os riscos associados ao empreendedorismo. Mas, ainda assim, é preciso cautela. Iniciar uma franquia envolve uma série de decisões importantes e desafios que precisam ser cuidadosamente considerados.

Foi de olho nisso que este e-book foi elaborado. Aqui, você encontrará um guia para cada etapa desse processo – desde a escolha da franquia ideal até a gestão eficaz do seu novo empreendimento.

Vamos explorar as vantagens e os desafios desse modelo de negócios, ajudar você a realizar uma autoavaliação para identificar se está preparado para ser um franqueado e fornecer ferramentas e estratégias para escolher a franquia ideal.

Além disso, discutiremos o papel crucial que o franqueador desempenha no sucesso de seu negócio, incluindo o suporte contínuo e os padrões operacionais que devem ser seguidos.

Seja você um empreendedor experiente ou alguém buscando uma nova oportunidade de carreira, este e-book foi feito para fornecer o conhecimento e as orientações necessárias para que você possa iniciar e gerir sua franquia com confiança.

Prepare-se para mergulhar neste universo e descobrir como transformar o sonho de ter seu próprio negócio em realidade. Vamos começar essa jornada juntos?

**Boa leitura!**

Atenciosamente,

Equipe Faculdade EXAME

**[www.exame.com/faculdade](http://www.exame.com/faculdade)**

# CAPÍTULO 1: INTRODUÇÃO ÀS FRANQUIAS

## O QUE SÃO FRANQUIAS?

Franquias são um modelo de negócios em que uma empresa (a franqueadora) concede a terceiros (os franqueados) o direito de usar sua marca, produtos, serviços e modelo operacional em troca de um pagamento.

Esse sistema permite que o franqueador expanda sua marca e alcance geográfico, enquanto oferece aos franqueados a oportunidade de operar um negócio com uma marca já estabelecida e um modelo de negócios comprovado.

A franqueadora, que possui uma fórmula de sucesso para operar um negócio, oferece aos franqueados o treinamento, o suporte e os recursos necessários para que possam replicar essa fórmula em diferentes locais. Isso inclui não apenas o uso da marca e dos produtos, mas também o acesso a sistemas de operação, estratégias de marketing, fornecedores e outros aspectos essenciais para o sucesso do negócio.

## Uma breve linha do tempo

- SÉCULO 19**  
*Origem do conceito*

As primeiras formas de franquia surgiram no século 19, com a Singer Sewing Machine Company, que concedia direitos exclusivos a comerciantes para vender suas máquinas de costura em áreas específicas.
- DÉCADA DE 1950**  
*Expansão do modelo de franquias*

Nos Estados Unidos, após a Segunda Guerra Mundial, o modelo de franquias começou a se expandir rapidamente, especialmente no setor de fast food. Marcas como McDonald's e KFC começaram a crescer por meio da abertura de franquias.
- DÉCADA DE 1960**  
*Regulamentação*

Com o aumento da popularidade das franquias, começaram a surgir regulamentações para proteger franqueadores e franqueados, garantindo transparência e práticas justas.
- DÉCADA DE 1980**  
*Expansão global*

Grandes redes de franquias começaram a expandir internacionalmente, levando marcas como Subway, Pizza Hut e outras para mercados fora dos Estados Unidos.
- DÉCADA DE 1990**  
*Diversificação de setores*

As franquias se diversificaram além dos setores de alimentação, moda e serviços, entrando em áreas como educação, saúde, fitness e muito mais.
- 2000 - 2010**  
*Adaptação ao digital*

Com o advento da internet e das redes sociais, muitas franquias começaram a adaptar seus modelos de negócios para incluir estratégias digitais, como e-commerce e marketing online.
- 2010 - PRESENTE**  
*Inovação e tecnologia*

O uso de tecnologias avançadas, como os aplicativos de entregas, se tornou uma parte crucial do modelo de franquias. Além disso, surgiram novos tipos de franquias, como microfranquias e franquias de home office, permitindo maior flexibilidade para franqueados.

# POR QUE INVESTIR EM FRANQUIAS?

Investir em franquias é uma opção atrativa para muitos empreendedores devido aos inúmeros benefícios que esse modelo de negócios oferece. Aqui estão algumas razões pelas quais investir em franquias pode ser uma excelente escolha. Veja a seguir.

## **Modelo de negócio comprovado**

As franquias operam com base em um modelo de negócio que já foi testado e comprovado em diversos mercados. Isso reduz significativamente os riscos associados ao início de um novo negócio, pois o franqueado adota práticas e procedimentos que já demonstraram ser eficazes.

## **Marca reconhecida**

Ao investir em uma franquia, o franqueado ganha o direito de usar uma marca estabelecida e reconhecida no mercado. Isso pode atrair clientes desde o primeiro dia, já que muitos consumidores confiam em marcas conhecidas e são mais propensos a comprar de empresas com uma boa reputação.

## **Suporte e treinamento**

Os franqueadores geralmente oferecem treinamento inicial e contínuo para os franqueados, cobrindo da operação ao marketing. Além disso, o franqueado recebe suporte contínuo, o que pode incluir assistência com problemas operacionais, campanhas de marketing e atualização de produtos ou serviços.

## **Economia de escala**

Como parte de uma rede maior, os franqueados podem se beneficiar de economias na compra de produtos, insumos e serviços em escala. Isso pode resultar em custos mais baixos do que aqueles enfrentados por empresas independentes, o que também aumenta a margem de lucro.

## **Menos incertezas**

Entrar em uma franquia reduz muitas das incertezas e surpresas que os novos empreendedores podem enfrentar. Com diretrizes claras e um plano de negócios estruturado, o franqueado tem uma compreensão mais clara dos custos iniciais, das expectativas de desempenho e dos desafios potenciais.

### **Foco na operação**

Com grande parte do planejamento estratégico e de marketing já definido pela franqueadora, o franqueado pode concentrar-se na operação do dia a dia do negócio. Isso permite que ele se concentre em oferecer um excelente serviço ao cliente e em maximizar a eficiência operacional.

### **Rede de apoio**

Fazer parte de uma rede de franquias oferece acesso a uma comunidade de franqueados que podem compartilhar experiências, desafios e soluções. Isso cria um ambiente colaborativo para encontrar apoio.

### **Facilidade de financiamento**

Muitas instituições financeiras são mais propensas a conceder empréstimos a negócios de franquia devido ao menor risco percebido associado a um modelo de negócios comprovado. Isso pode facilitar o acesso ao capital necessário para iniciar e expandir o negócio.

### **Potencial de crescimento**

Muitos franqueados começam com uma unidade e, com o tempo, expandem para operar várias unidades, aumentando suas receitas e lucros. As franquias oferecem uma plataforma para o crescimento, tanto em termos de expansão geográfica quanto de diversificação de produtos e serviços.

## **CAPÍTULO 2:**

# **AVALIAÇÃO PESSOAL E FINANCEIRA**

## **AUTOAVALIAÇÃO: VOCÊ TEM PERFIL EMPREENDEDOR?**

Antes de mergulhar no mundo das franquias, é essencial realizar uma autoavaliação detalhada para determinar se o perfil do empreendedor é compatível com o modelo de negócio. Diferentemente de um negócio próprio, onde há maior liberdade para inovar e criar, ser um franqueado envolve seguir um modelo já estabelecido. Portanto, o primeiro passo é entender se você está pronto para essa jornada. Leve em consideração os pontos abaixo.

## **Aptidão para seguir processos estabelecidos**

Uma franquia exige que o franqueado siga normas e procedimentos predeterminados. Isso pode ser um desafio para indivíduos que preferem liberdade criativa e autonomia total.

## **Habilidades de gestão**

Embora o suporte do franqueador seja uma vantagem, a gestão diária da unidade é responsabilidade do franqueado. Isso inclui liderança de equipe, atendimento ao cliente e administração financeira. Avalie suas habilidades em gestão e liderança.

## **Capacidade de trabalho em equipe**

Ser parte de uma rede de franquias significa trabalhar em conjunto com o franqueador e outros franqueados. O sucesso muitas vezes depende da cooperação e comunicação.

## **Resiliência e capacidade de enfrentar desafios**

Como em qualquer negócio, uma franquia também enfrenta desafios. A capacidade de permanecer resiliente em tempos de dificuldades é crucial.

## **Comprometimento e dedicação**

Ter uma franquia exige dedicação e comprometimento, especialmente nos primeiros anos. Isso pode significar sacrificar tempo livre e trabalhar horas extras.

## 10 perguntas para responder antes de abrir um negócio franqueado

- ▷ Você se sente confortável correndo riscos?
- ▷ É capaz de tomar decisões rapidamente e sob pressão?
- ▷ Como você lida com a responsabilidade?
- ▷ Você é disciplinado e segue regras?
- ▷ Tem habilidades de liderança?
- ▷ Estou confortável em seguir as diretrizes já estabelecidas?
- ▷ Tenho experiência e competência para liderar uma equipe e gerir um negócio?
- ▷ Como eu lido com situações de pressão e adversidades?
- ▷ Tenho habilidades de comunicação e disposição para trabalhar em equipe?
- ▷ Estou disposto a dedicar tempo e esforço para o sucesso da franquia?

## CONSIDERAÇÕES FINANCEIRAS: INVESTIMENTO E RETORNO ESPERADO

Após a autoavaliação, é fundamental analisar as questões financeiras envolvidas na aquisição e operação de uma franquia. Compreender os custos iniciais, as despesas operacionais e o retorno esperado é crucial para tomar uma decisão informada.

O **investimento inicial** em uma franquia pode variar significativamente dependendo do tipo e do tamanho do negócio. Esse valor geralmente inclui a taxa de franquia, reforma e montagem da unidade, estoque inicial, equipamentos e outros custos de instalação. É importante ter clareza sobre todos os custos envolvidos e garantir que você tenha acesso aos recursos financeiros necessários.

Além do investimento inicial, é necessário considerar o **capital de giro** para manter a operação nos primeiros meses, quando a receita pode ser insuficiente para cobrir todas as despesas. Estime quanto será necessário para cobrir salários, aluguel, utilidades e outras despesas fixas até que a unidade atinja o ponto de equilíbrio.

Outro ponto de atenção é com relação aos **custos operacionais**, que incluem todas as despesas recorrentes associadas à operação do negócio, como royalties pagos ao franqueador, taxas de marketing, custos com pessoal, insumos e outros gastos variáveis. É essencial calcular esses custos para planejar o fluxo de caixa e garantir a sustentabilidade do negócio.

Avaliar o potencial de retorno é outra parte crítica do processo de decisão. O **retorno sobre o investimento (ROI)** depende de vários fatores, incluindo o desempenho da unidade, a eficiência da gestão e as condições do mercado. Estime o tempo necessário para recuperar o investimento inicial e atingir a lucratividade. Pergunte-se: “Qual é o retorno esperado e em quanto tempo poderei alcançar esse retorno?”.

Caso o capital disponível não seja suficiente para cobrir todos os custos, é possível considerar **opções de financiamento**, como empréstimos bancários ou parcerias. No entanto, é crucial analisar cuidadosamente as condições de financiamento e os riscos envolvidos.

Uma boa recomendação é fazer projeções financeiras detalhadas para os primeiros anos de operação. Considere diferentes cenários, como vendas otimistas, pessimistas e realistas, para entender como cada situação afetaria a saúde financeira da franquia.

Ao realizar essa avaliação pessoal e financeira, você estará mais preparado para tomar uma decisão informada e aumentar as chances de sucesso como franqueado. Lembre-se de que essa é uma etapa crucial para entender se a franquia é o caminho certo para você e como você pode se preparar para essa jornada empreendedora.

<b>GLOSSÁRIO FINANCEIRO</b>	
Lembre-se destes termos antes de abrir seu primeiro negócio franqueado	
<b>Investimento inicial</b>	Inclui taxa de franquia, reforma, montagem da unidade, estoque inicial e equipamentos necessários para iniciar o negócio.
<b>Capital de giro</b>	Montante necessário para cobrir despesas operacionais nos primeiros meses, como salários, aluguel e utilidades, até alcançar a autossuficiência financeira.
<b>Custos operacionais</b>	Despesas recorrentes, como royalties, taxas de marketing, custos com pessoal e insumos que precisam ser gerenciadas para manter a sustentabilidade do negócio.
<b>Retorno sobre o Investimento (ROI)</b>	Estimativa do tempo necessário para recuperar o investimento inicial, com base no desempenho da unidade e nas condições de mercado.
<b>Financiamento</b>	Opções para obter capital adicional, como empréstimos ou parcerias, analisando os riscos e condições associadas.
<b>Projeções financeiras</b>	Planejamento de cenários financeiros, considerando diferentes níveis de vendas e suas implicações na saúde financeira da franquia.

## **CAPÍTULO 3:**

# **PESQUISA E SELEÇÃO DA FRANQUIA**

A Inteligência Artificial (IA) está transformando rapidamente o mercado de trabalho, trazendo tanto oportunidades quanto desafios. Este capítulo explora as profundas mudanças provocadas pela IA, desde a automação de tarefas até a criação de novas profissões.

# CRITÉRIOS PARA ESCOLHA DA FRANQUIA IDEAL

A escolha da franquia ideal deve começar com uma avaliação cuidadosa de vários aspectos que influenciam diretamente o sucesso do empreendimento.

Veja os principais critérios a serem considerados.

## Perfil do empreendedor

Avaliar seu próprio perfil é essencial. Considere seus interesses, habilidades e experiências anteriores. Por exemplo, se você tem experiência em gestão de restaurantes, uma franquia de alimentação pode ser uma boa escolha. Também é importante avaliar quanto tempo você pode dedicar ao negócio e se prefere uma operação mais autônoma ou com maior suporte do franqueador.

## Setor de atuação

Escolha um setor que esteja em crescimento e tenha uma demanda consistente. Setores como alimentação, saúde e beleza, e serviços são conhecidos por sua estabilidade e potencial de crescimento. Além disso, considere o mercado local e se há espaço para a franquia prosperar.

## Histórico da franquia

Pesquise o histórico da franquia, incluindo seu tempo de operação, expansão e reputação no mercado. Franquias com um histórico sólido e uma marca reconhecida tendem a oferecer mais segurança. Verifique se a franquia possui selos de qualidade e reconhecimento em associações do setor.

## Modelo de negócio

É fundamental analisar o modelo de negócio oferecido pela franquia, desde a estrutura de custos, margem de lucro e os processos operacionais. Certifique-se de que o modelo seja sustentável e compatível com seus objetivos financeiros. Verifique também se o franqueador oferece treinamento inicial e contínuo, suporte em marketing e apoio operacional.

## **Suporte e treinamento**

Um dos principais benefícios de investir em uma franquia é o suporte oferecido pelo franqueador. Avalie o tipo e a qualidade do suporte disponível, incluindo assistência na escolha do ponto comercial, estratégias de marketing, e treinamento para você e sua equipe. O suporte contínuo é um diferencial importante que pode facilitar o sucesso do negócio.

# **COMO FAZER UMA PESQUISA DE MERCADO**

Realizar uma pesquisa de mercado é essencial para entender o potencial da franquia na sua região e garantir que haja uma demanda suficiente para o produto ou serviço oferecido. Aqui estão os principais passos para conduzir uma pesquisa eficaz:

## **1. Identificação do público-alvo**

Definir claramente o público-alvo é o primeiro passo. Isso inclui entender as características demográficas, como idade, renda e localização, e as preferências de consumo do seu público. Por exemplo, se você está considerando uma franquia de roupas infantis, é importante saber quais faixas etárias de crianças são mais relevantes e qual é o poder de compra dos pais.

## **2. Análise de concorrência**

Identifique os principais concorrentes na região. Avalie seus pontos fortes e fracos, preços, qualidade dos produtos ou serviços e estratégias de marketing. Isso ajudará a identificar oportunidades e ameaças, além de possibilitar a criação de uma estratégia competitiva diferenciada (Central do Franqueado).

## **3. Estudo de comportamento do consumidor**

Compreender o comportamento do consumidor é fundamental para adaptar seu negócio às expectativas do mercado. Isso inclui estudar como os consumidores procuram e compram produtos ou serviços similares, suas preferências por canais de compra (online ou offline), e o que eles valorizam em uma marca.

#### **4.Tendências de mercado**

Acompanhe as tendências do mercado para prever mudanças na demanda e se adaptar rapidamente. Por exemplo, o aumento do consumo de alimentos saudáveis pode indicar uma boa oportunidade para franquias de alimentação saudável.

## **CONVERSA COM FRANQUEADOS: O QUE PERGUNTAR?**

Conversar com franqueados atuais e antigos é uma das formas mais eficazes de obter uma visão realista sobre o funcionamento da franquia. Aqui estão algumas perguntas importantes e como avaliar as respostas:

#### **Desempenho financeiro**

Pergunte a respeito do retorno sobre o investimento (ROI) e o tempo necessário para atingir o ponto de equilíbrio. Entenda como são calculadas as margens de lucro e quais são os principais custos operacionais. Isso ajudará a ter uma ideia clara do potencial financeiro da franquia.

#### **Desafios operacionais**

Questione sobre os desafios enfrentados no dia a dia, como gestão de equipe, problemas com fornecedores e suporte do franqueador. Entenda como a franquia lida com esses problemas e se o suporte oferecido é eficaz.

#### **Satisfação e suporte**

Avalie o nível de satisfação dos franqueados com o suporte recebido, incluindo treinamento, marketing e operações. Pergunte se eles se sentem ouvidos e se o franqueador é acessível e proativo em resolver problemas.

#### **Experiência geral**

Pergunte se os franqueados recomendariam a franquia e se eles teriam interesse em abrir mais unidades. Isso pode indicar o nível de satisfação e a confiança no modelo de negócio.

## **ANTES DE FECHAR NEGÓCIO**

### **20 perguntas indispensáveis para fazer ao franqueador**

1. Qual é a história e a trajetória da franquia?
2. Quantas unidades da franquia estão atualmente em operação?
3. Quais são os principais mercados e segmentos em que a franquia atua?
4. Qual é o investimento inicial total necessário para abrir uma unidade?
5. Quais são as taxas contínuas e como elas são calculadas?
6. Quais tipos de suporte e treinamento são oferecidos aos franqueados?
7. Como é o processo de seleção de franqueados? Quais são os critérios-chave?
8. Quais são as expectativas de desempenho para uma unidade franqueada?
9. Como a franquia apoia os franqueados na escolha do ponto comercial?
10. Que tipo de assistência é oferecido para a abertura da unidade?
11. Como a franquia ajuda na gestão de fornecedores e no controle de estoque?
12. Quais ferramentas ou sistemas a franquia oferece para a gestão da unidade?
13. Como é o suporte em marketing?
14. Como é o processo de inovação dentro da franquia?
15. Como a franquia monitora e avalia o desempenho das unidades?
16. Quais são as principais razões para o fechamento de unidades anteriores?
17. Quais são os próximos planos de expansão da franquia?
18. Como são tratados os casos de franquias que não atingem as metas esperadas?
19. Qual é o procedimento para vender ou transferir uma unidade franqueada?
20. Há algum franqueado atual com quem eu possa conversar para obter referências?

# **CAPÍTULO 4: O PAPEL DO FRANQUEADOR E DO FRANQUEADO**

## **RESPONSABILIDADES E DIREITOS DE CADA PARTE**

No mundo das franquias, o relacionamento entre franqueador e franqueado é fundamental para o sucesso do negócio. Ambos têm responsabilidades e direitos bem definidos, que devem ser respeitados para garantir uma operação harmoniosa e eficaz.

# RESPONSABILIDADES E DIREITOS DO FRANQUEADOR

O franqueador é o proprietário da marca e do modelo de negócios. Suas principais responsabilidades incluem:

- ▷ **Desenvolvimento e atualização do modelo de negócios:** o franqueador deve criar e manter um modelo de negócios que seja rentável e replicável. Isso inclui o desenvolvimento de produtos, serviços, processos e estratégias de marketing.
- ▷ **Fornecimento de treinamento e suporte:** é responsabilidade do franqueador oferecer treinamento inicial e contínuo ao franqueado e sua equipe, garantindo que todos entendam os padrões e os procedimentos da marca.
- ▷ **Proteção da marca:** o franqueador deve proteger a marca e sua reputação, monitorando o uso correto de logos, nomes e outros elementos de identidade visual.
- ▷ **Fornecimento de manuais operacionais:** o franqueador deve fornecer manuais detalhados que cubram todos os aspectos da operação do negócio, incluindo atendimento ao cliente, gestão de estoque, contabilidade e mais.
- ▷ **Inovação e desenvolvimento:** é responsabilidade do franqueador continuar inovando e desenvolvendo novos produtos ou serviços para manter a competitividade da rede.

Além das responsabilidades, o franqueador também possui direitos específicos, como:

- ▷ **Cobrança de taxas:** o franqueador tem o direito de cobrar taxas de franquia, royalties e outras contribuições financeiras conforme estipulado no contrato de franquia.
- ▷ **Supervisão e controle:** o franqueador pode supervisionar as operações do franqueado para garantir a conformidade com os padrões e normas estabelecidos.
- ▷ **Rescisão de contrato:** o franqueador tem o direito de rescindir o contrato de franquia caso o franqueado não cumpra suas obrigações ou viole os termos acordados.

# RESPONSABILIDADES E DIREITOS DO FRANQUEADO

## O franqueado é o operador de uma unidade franqueada.

Suas principais responsabilidades incluem:

- ▷ **Operação da unidade:** o franqueado é responsável por operar a unidade franqueada de acordo com os padrões e diretrizes estabelecidos pelo franqueador.
- ▷ **Pagamento de taxas:** o franqueado deve pagar todas as taxas e contribuições estipuladas no contrato de franquia, incluindo royalties e taxas de publicidade.
- ▷ **Treinamento e desenvolvimento de equipe:** é responsabilidade do franqueado garantir que sua equipe seja treinada adequadamente e siga os procedimentos da marca.
- ▷ **Relatórios e transparência:** o franqueado deve fornecer relatórios financeiros e operacionais ao franqueador, garantindo transparência nas operações.
- ▷ **Manutenção da imagem da marca:** o franqueado deve seguir todas as diretrizes de branding e marketing para manter uma imagem uniforme e positiva da marca.

Os franqueados também têm direitos que devem ser respeitados, como:

- ▷ **Uso da marca:** o franqueado tem o direito de usar a marca e o modelo de negócios do franqueador conforme estipulado no contrato de franquia.
- ▷ **Suporte e treinamento:** o franqueado tem o direito de receber suporte e treinamento do franqueador para operar a unidade de maneira eficaz.
- ▷ **Exclusividade de território:** em alguns casos, o franqueado pode ter direito à exclusividade de operação em um determinado território.

## **CAPÍTULO 5:**

# **PLANEJAMENTO E PREPARAÇÃO**

## **PLANEJAMENTO FINANCEIRO E DE NEGÓCIOS**

O planejamento financeiro e de negócios é um dos pilares mais importantes para o sucesso de uma franquia. Ele envolve uma análise detalhada das finanças pessoais, dos custos de implementação e das projeções de receitas e despesas.

A primeira etapa é compreender os custos iniciais, que incluem a taxa de franquia, reformas e adequações do ponto comercial, compra de equipamentos, estoque inicial, marketing e outras despesas operacionais. Além disso, é essencial considerar o capital de giro necessário para sustentar a operação nos primeiros meses, quando o fluxo de caixa pode ser limitado.

Para desenvolver um plano financeiro robusto, é crucial criar uma previsão detalhada de receitas e despesas. Essa previsão deve ser baseada em dados fornecidos pela franqueadora, como o histórico de desempenho de outras unidades, e em uma análise de mercado que considere o potencial de vendas e a concorrência local.

A criação de um orçamento inicial que abranja todos os custos previstos é fundamental para garantir que o franqueado tenha uma visão clara dos investimentos necessários e dos retornos esperados.

Além dos custos iniciais, é importante planejar as despesas recorrentes, como royalties, taxas de publicidade, aluguel, salários e outros custos operacionais. Essas despesas devem ser cuidadosamente monitoradas para garantir a sustentabilidade do negócio.

O franqueado também deve estar preparado para lidar com imprevistos, como manutenções inesperadas ou flutuações no mercado, que podem impactar o fluxo de caixa. Para isso, é recomendável manter uma reserva financeira ou “fundo para dias difíceis” para cobrir despesas não previstas.

Outro aspecto crucial do planejamento financeiro é a escolha das fontes de financiamento. Nem todos os franqueados dispõem de capital suficiente para cobrir todos os custos iniciais, sendo necessário buscar alternativas de financiamento.

Algumas opções incluem empréstimos bancários tradicionais, linhas de crédito, financiamento direto oferecido pelo franqueador, e até mesmo o uso de investidores ou sócios. Cada opção tem suas vantagens e desvantagens, e a escolha deve ser feita com base na análise das condições oferecidas, como taxas de juro e prazos de pagamento.

Além de planejar as finanças, é fundamental desenvolver um plano de negócios abrangente. Esse plano deve incluir uma análise detalhada do mercado, identificando o público-alvo, a concorrência e as tendências do setor.

O plano também deve delinear as estratégias de marketing e vendas que serão utilizadas para atrair e reter clientes, bem como as metas de curto e longo prazo para o crescimento da franquia. Um plano de negócios bem estruturado não apenas ajuda a guiar as operações diárias mas também é um documento essencial para atrair investidores e financiadores, demonstrando a viabilidade e o potencial de sucesso do negócio.

Por fim, o planejamento financeiro e de negócios não é um processo estático. Ele deve ser revisado e ajustado regularmente para refletir as mudanças no mercado, na economia e nas operações da franquia. Manter-se atualizado e flexível é crucial para se adaptar a novas oportunidades e desafios, garantindo a longevidade e o sucesso da unidade franqueada.

## RESUMINDO...

### 1. Análise de custos iniciais:

- ▷ Calcule a taxa de franquia, reformas, compra de equipamentos, estoque inicial e marketing.
- ▷ Considere o capital de giro necessário para os primeiros meses.

### 2. Previsão de receitas e despesas:

- ▷ Desenvolva projeções financeiras detalhadas com base em dados fornecidos pela franqueadora e análise de mercado.
- ▷ Crie um orçamento inicial abrangendo todos os custos e receitas previstas.

### 3. Planejamento de despesas recorrentes:

- ▷ Inclua royalties, taxas de publicidade, aluguel e salários.
- ▷ Mantenha uma reserva financeira para imprevistos.

### 4. Escolha de fontes de financiamento:

- ▷ Avalie opções como empréstimos bancários, linhas de crédito, financiamento do franqueador e investidores.
- ▷ Analise as condições de cada opção, incluindo taxas de juro e prazos de pagamento.

### 5. Desenvolvimento de um plano de negócios:

- ▷ Inclua análise de mercado, estratégias de marketing e metas de crescimento.
- ▷ Use o plano para guiar operações e atrair investidores.

### 6. Revisão e ajuste contínuos:

- ▷ Reavalie o planejamento regularmente para adaptar-se às mudanças de mercado e novas oportunidades.

# FORMAÇÃO E CAPACITAÇÃO DA EQUIPE

A formação e a capacitação da equipe são essenciais para o sucesso de qualquer franquia. A escolha dos colaboradores deve ser criteriosa, considerando não apenas as habilidades técnicas mas também o alinhamento com os valores e a cultura da marca.

A equipe é a linha de frente da franquia, responsável por entregar a experiência prometida aos clientes, e, por isso, deve ser bem treinada e motivada.

## Recrutamento e seleção

O processo de recrutamento deve ser estratégico, começando com a definição clara dos perfis dos cargos necessários. É importante buscar profissionais que tenham experiência na área de atuação da franquia e que demonstrem habilidades interpessoais fortes, como comunicação eficaz e atendimento ao cliente.

Durante a seleção, é recomendável utilizar entrevistas estruturadas e dinâmicas de grupo para avaliar o comportamento e a compatibilidade dos candidatos com a equipe existente e a cultura organizacional.

## Treinamento inicial

Uma vez selecionados, os colaboradores devem passar por um treinamento inicial abrangente. Esse treinamento é geralmente oferecido pela franqueadora e cobre aspectos operacionais, como o uso de equipamentos e sistemas, procedimentos de segurança e padrões de qualidade.

Além disso, o treinamento deve incluir módulos sobre atendimento ao cliente, técnicas de vendas e, em alguns casos, gestão de estoque. O objetivo é garantir que todos os colaboradores entendam claramente suas responsabilidades e saibam como executar suas tarefas de acordo com os padrões da franquia.

## Treinamento contínuo e desenvolvimento

O treinamento não deve parar após a fase inicial. É essencial implementar um programa de treinamento contínuo para atualizar a equipe sobre novos produtos, mudanças nos processos e melhores práticas do setor. Isso pode incluir workshops, treinamentos online e sessões de reciclagem.

Além disso, o desenvolvimento de habilidades de liderança e gestão para colaboradores com potencial de crescimento deve ser uma prioridade, preparando-os para assumir funções de maior responsabilidade no futuro.

## **Motivação e retenção**

A retenção de talentos é um desafio constante, especialmente em setores com alta rotatividade de pessoal. Para manter a equipe motivada, é fundamental criar um ambiente de trabalho positivo e oferecer incentivos, como programas de reconhecimento e bonificação.

A comunicação aberta e o feedback constante também são importantes para manter os colaboradores engajados e alinhados com os objetivos da franquia. Além disso, oferecer oportunidades de crescimento e desenvolvimento profissional contribui para a retenção, pois os colaboradores se sentem valorizados e veem possibilidades de progressão na carreira.

# **PREPARAÇÃO JURÍDICA E LEITURA DO CONTRATO**

A preparação jurídica é uma etapa crítica para qualquer pessoa que deseja abrir uma franquia. Essa fase envolve uma análise minuciosa de todos os aspectos legais relacionados ao negócio, com o objetivo de assegurar que o franqueado compreenda completamente os termos e condições do contrato de franquia.

## **Entendendo o contrato de franquia**

O contrato de franquia é um documento legal complexo que estabelece a relação entre o franqueador e o franqueado. Ele inclui detalhes sobre o uso da marca, taxas e royalties, suporte oferecido pelo franqueador, obrigações de ambas as partes e as condições de término ou renovação do contrato.

É essencial que o franqueado leia o contrato com atenção e busque a ajuda de um advogado especializado em franquias para interpretar as cláusulas e identificar possíveis riscos.

Entre os pontos mais importantes a serem analisados no contrato estão as taxas iniciais e contínuas, como a taxa de franquia, royalties e contribuições para o fundo de publicidade. Além disso, é crucial entender as obrigações do franqueado em termos de operações diárias, como o cumprimento de padrões de qualidade e a participação em programas de treinamento.

Outro aspecto relevante é a cláusula de não competição, que pode restringir a atuação do franqueado em determinados mercados ou áreas geográficas após o término do contrato.

## **Aspectos legais e regulatórios**

Além do contrato de franquia, o franqueado deve estar ciente de outras questões legais e regulatórias que podem afetar o negócio. Isso inclui o cumprimento de leis locais e federais, como normas trabalhistas, de saúde e segurança, e regulamentos específicos do setor em que a franquia opera. O franqueado deve também assegurar-se de que o ponto comercial escolhido está em conformidade com as exigências legais e regulamentares, incluindo zoneamento e permissões de operação.

## **Documento de Divulgação de Franquia (FDD)**

O Documento de Divulgação de Franquia (FDD) é um documento obrigatório que contém informações detalhadas sobre a franquia, incluindo o histórico da empresa, uma descrição detalhada do negócio, e dados financeiros que podem ajudar o franqueado a avaliar a viabilidade do negócio.

O FDD também inclui informações sobre litígios passados, a estrutura da empresa e a experiência dos executivos. A leitura atenta do FDD é fundamental para compreender o histórico da franquia e avaliar os riscos associados.

## **Consultoria jurídica e conclusão do contrato**

Contratar um advogado especializado em franquias é uma prática recomendada para auxiliar na análise e negociação do contrato de franquia. O advogado pode fornecer uma visão crítica sobre as cláusulas contratuais e ajudar a negociar termos mais favoráveis. Além disso, a consultoria jurídica pode identificar cláusulas potencialmente problemáticas que poderiam causar conflitos futuros.

Após a revisão e aceitação do contrato, é importante que o franqueado mantenha uma cópia assinada de todos os documentos legais e registros relacionados à franquia. Isso inclui não apenas o contrato de franquia mas também quaisquer acordos de locação, apólices de seguro, licenças e permissões.

Manter esses documentos organizados e acessíveis é crucial para a administração do negócio e para resolver qualquer questão legal que possa surgir.

## **DICAS PARA NÃO TER DOR DE CABEÇA**

1. Leia todo o contrato.
2. Contrate um advogado especializado.
3. Compreenda todas as taxas envolvidas.
4. Verifique a cláusula de não competição.
5. Analise o Documento de Divulgação de Franquia (FDD).
6. Entenda as obrigações operacionais.
7. Considere as condições de rescisão e renovação.
8. Conheça as políticas de marketing.
9. Certifique-se de possuir todas as permissões legais.
10. Mantenha registros detalhados e organizados.

# **CAPÍTULO 6: IMPLEMENTAÇÃO DA FRANQUIA**

## **IMPLANTAÇÃO: DO PONTO COMERCIAL AO LAYOUT**

A escolha do ponto comercial é um dos primeiros e mais importantes passos na implantação de uma franquia. A localização deve ser estrategicamente escolhida com base em uma análise de mercado que considere o perfil do público-alvo, a concorrência, o fluxo de pessoas e a acessibilidade.

É essencial que o ponto comercial esteja em uma área que favoreça a visibilidade e o acesso fácil para os clientes potenciais. Além disso, é importante verificar se o local atende aos requisitos legais e regulamentares, incluindo zoneamento e licenças necessárias para a operação do negócio.

## 10 dicas para escolher bem o local

- ▷ **Análise de mercado:** avalie o perfil demográfico da região para garantir que o público-alvo esteja presente.
- ▷ **Visibilidade e acesso:** opte por um local com alta visibilidade e fácil acesso para atrair mais clientes.
- ▷ **Concorrência:** estude a presença de concorrentes próximos para evitar saturação de mercado.
- ▷ **Fluxo de pessoas:** escolha um local com um fluxo constante de pedestres e veículos ao longo do dia.
- ▷ **Custo do aluguel:** compare o custo do aluguel com o potencial de receita e o orçamento disponível.
- ▷ **Infraestrutura e serviços:** certifique-se de que o local ofereça infraestrutura adequada e serviços essenciais.
- ▷ **Zonas de expansão:** considere áreas em crescimento que possam trazer novos clientes no futuro.
- ▷ **Regulamentações e licenças:** verifique se o local cumpre as regulamentações locais e possui as licenças necessárias.
- ▷ **Proximidade de pontos de interesse:** escolha um local próximo a pontos de interesse, como shoppings ou escolas.
- ▷ **Estacionamento:** assegure-se de que haja estacionamento suficiente para os clientes.

Após a escolha do local, o próximo passo é o layout e a ambientação da loja.

O design do espaço deve refletir a identidade da marca e proporcionar uma experiência agradável ao cliente. Isso inclui a disposição dos móveis, a escolha das cores e a sinalização interna. O layout deve ser funcional, facilitando a circulação dos clientes e a operação dos colaboradores. A padronização do design é fundamental para manter a uniformidade da marca em todas as unidades franqueadas.

A franqueadora geralmente fornece um manual de identidade visual e pode auxiliar na supervisão da montagem para garantir que todos os padrões sejam seguidos.

## CONSULTORIA DE CAMPO: PAPEL E IMPORTÂNCIA

A consultoria de campo desempenha um papel vital na implantação de uma franquia. Os consultores de campo são representantes da franqueadora que oferecem suporte contínuo ao franqueado, ajudando na implementação dos padrões operacionais e na resolução de problemas.

Eles atuam como um elo entre o franqueador e o franqueado, assegurando que as diretrizes da marca sejam seguidas e que a unidade opere de acordo com as melhores práticas.

Os consultores de campo realizam visitas regulares à unidade franqueada para avaliar o desempenho, oferecer treinamento adicional e implementar melhorias. Eles também auxiliam na adaptação de estratégias locais de marketing, ajuste de processos operacionais e otimização do serviço ao cliente.

A presença constante desses consultores é crucial para o sucesso do franqueado, especialmente nos primeiros meses de operação, quando o aprendizado e a adaptação são mais intensos.

## ESTRATÉGIAS DE MARKETING PRÉ-LANÇAMENTO

As estratégias de marketing pré-lançamento são essenciais para criar expectativa e atrair clientes antes da inauguração oficial da franquia. Essas estratégias incluem campanhas publicitárias, eventos promocionais e o uso de mídias sociais para gerar buzz.

É importante desenvolver uma campanha de marketing integrada que comunique a abertura da nova unidade, destacando seus diferenciais e benefícios.

Uma das abordagens comuns é a realização de eventos de pré-abertura, como **“soft openings”**, onde um grupo seleto de clientes é convidado para experimentar os produtos ou serviços. Isso não só ajuda a testar a operação e treinar a equipe, mas também cria uma base de clientes fieis antes da abertura oficial.

Além disso, a utilização de promoções e descontos exclusivos para os primeiros clientes pode incentivar visitas e fomentar o boca a boca.

A presença digital também é fundamental. Criar perfis nas redes sociais, desenvolver um site otimizado e utilizar ferramentas de SEO ajudam a aumentar a visibilidade online.

A franqueadora geralmente oferece suporte com materiais de marketing, incluindo templates para posts em redes sociais, anúncios e banners. Esses materiais devem ser adaptados para o mercado local, respeitando as diretrizes da marca e garantindo uma comunicação eficaz.

## **5 ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA ATRAIR PÚBLICO**

### **▷ Construção de uma base de seguidores nas redes sociais**

Comece a criar perfis nas redes sociais bem antes da inauguração e poste conteúdo relevante regularmente para gerar interesse e criar uma base de seguidores. Use as redes sociais para compartilhar atualizações, teasers de produtos e histórias sobre a marca,

### **▷ Promoção de concursos e sorteios**

Realizar concursos ou sorteios é uma ótima maneira de gerar buzz e engajamento. As pessoas adoram ganhar prêmios, e essa estratégia pode aumentar a visibilidade da marca e expandir sua lista de e-mails.

### **▷ Parcerias com influenciadores**

Colaborar com influenciadores pode ajudar a aumentar a credibilidade e alcançar novos públicos. Escolha influenciadores que se alinhem com o público-alvo da franquia e que possam compartilhar conteúdo sobre o próximo lançamento.

### **▷ Eventos de pré-lançamento e soft openings**

Organizar eventos de pré-lançamento, como soft openings, permite que um grupo seleto de pessoas experimente os produtos ou serviços antes da inauguração oficial. Isso cria uma sensação de exclusividade e pode gerar feedback valioso.

### **▷ Criação de conteúdo teaser e vídeos promocionais**

Lançar teasers e vídeos promocionais é uma maneira eficaz de aumentar a curiosidade e o interesse. Esses conteúdos podem destacar aspectos únicos do produto ou serviço, criando antecipação entre os clientes potenciais

## **CAPÍTULO 7:**

# **GESTÃO DA UNIDADE FRANQUEADA**

A gestão de uma unidade franqueada envolve uma série de responsabilidades que vão desde a operação diária até o monitoramento de desempenho e a análise de relatórios financeiros. Uma gestão eficaz é crucial para manter a consistência da marca, garantir a satisfação dos clientes e alcançar o sucesso financeiro.

## **OPERAÇÃO DIÁRIA: GESTÃO DE PESSOAS, ESTOQUE E ATENDIMENTO AO CLIENTE**

A operação diária de uma franquia exige uma gestão atenta e organizada. A gestão de pessoas é um dos pilares fundamentais, pois os colaboradores são a face da marca e influenciam diretamente a experiência do cliente. É essencial criar um ambiente de trabalho positivo, oferecer treinamentos regulares e promover uma comunicação aberta.

Um bom gestor deve estar sempre atento ao clima organizacional e motivar a equipe para alcançar altos padrões de atendimento e desempenho.

O controle de estoque é outro aspecto vital da operação diária. Manter um inventário adequado é crucial para evitar faltas ou excessos, que podem prejudicar tanto a experiência do cliente quanto as finanças da franquia.

É importante implementar um sistema eficiente de gerenciamento de estoque, que inclua procedimentos para recebimento de mercadorias, armazenamento e controle de validade. A utilização de software de gestão de estoque pode ajudar a automatizar esses processos, facilitando o monitoramento e a reposição de produtos.

O atendimento ao cliente é um dos principais diferenciais de uma franquia de sucesso. Assegurar que todos os colaboradores estejam treinados para oferecer um atendimento de alta qualidade é fundamental. Isso inclui ser cortês, entender as necessidades dos clientes e resolver problemas de forma eficaz.

A fidelização de clientes depende, em grande parte, da experiência que eles têm com a equipe e os produtos ou serviços oferecidos.

Portanto, investir em programas de treinamento e desenvolvimento contínuo é essencial para manter o padrão de excelência da marca.

## **SEGREDOS REVELADOS...**

Veja dez segredos sobre a operação diária de uma franquia, com foco em gestão de pessoas, estoque e atendimento ao cliente:

### **▷ Selecione talentos alinhados com a cultura**

Escolher colaboradores que compartilhem dos valores e da cultura da marca pode aumentar a coesão da equipe e melhorar o atendimento ao cliente. Um bom ajuste cultural pode reduzir a rotatividade de funcionários e aumentar a satisfação no trabalho.

### **▷ Aposte no treinamento contínuo**

Investir em treinamento contínuo não apenas aprimora as habilidades dos colaboradores mas também mantém a equipe atualizada sobre novos produtos, tecnologias e tendências de mercado. Isso é essencial para oferecer um serviço consistente e de alta qualidade.

### **▷ Automatize o controle de estoque**

Utilizar software de gestão de estoque pode automatizar o monitoramento de mercadorias, prever demandas e evitar rupturas de estoque. Isso ajuda a manter um fluxo constante de produtos e reduz o desperdício.

### **▷ Personalize o atendimento ao cliente**

Treinar a equipe para oferecer um atendimento personalizado pode aumentar a fidelização. Isso inclui lembrar preferências de clientes regulares e adaptar recomendações com base no histórico de compras.

### **▷ Vá atrás de feedback de clientes**

Coletar e analisar feedback de clientes permite identificar áreas de melhoria e ajustar os serviços para melhor atender às expectativas. Isso pode ser feito por meio de pesquisas, avaliações online e feedback direto.

▷ **Faça gestão de conflitos**

Uma habilidade essencial para gerentes de franquias é a capacidade de gerenciar conflitos dentro da equipe e com clientes. Uma resolução eficaz de conflitos pode evitar problemas maiores e manter um ambiente de trabalho positivo.

▷ **Otimize processos**

Revisar regularmente os processos operacionais para identificar ineficiências e implementar melhorias pode economizar tempo e reduzir custos. Isso inclui a revisão dos fluxos de trabalho e a adoção de novas tecnologias.

▷ **Promova o desenvolvimento de carreira**

Oferecer oportunidades de crescimento e desenvolvimento profissional pode motivar os colaboradores e aumentar a retenção. Isso pode incluir promoções internas, treinamentos especializados e programas de mentoria.

▷ **Aposte no monitoramento de indicadores de desempenho**

Acompanhar indicadores-chave de desempenho (KPIs) permite uma avaliação constante do sucesso da unidade. Métricas como a satisfação do cliente, a eficiência operacional e a lucratividade são cruciais para ajustes estratégicos.

▷ **Foco na experiência do cliente**

A experiência do cliente deve ser uma prioridade em todas as interações. Isso inclui desde a recepção amigável até a resolução rápida de problemas, garantindo que cada cliente se sinta valorizado e satisfeito.

## **MONITORAMENTO DE DESEMPENHO E RELATÓRIOS FINANCEIROS**

O monitoramento contínuo do desempenho da unidade franqueada é crucial para identificar áreas de melhoria e maximizar a eficiência.

Uma maneira eficaz de fazer isso é por meio de indicadores-chave de desempenho (KPIs), que podem incluir métricas como vendas diárias, margem de lucro, nível de satisfação do cliente e rotatividade de estoque. Esses indicadores ajudam a avaliar o progresso em relação às metas estabelecidas e a tomar decisões informadas para ajustes estratégicos.

Os relatórios financeiros são ferramentas essenciais para entender a saúde financeira da franquia. Eles fornecem uma visão detalhada das receitas, despesas e lucros, permitindo uma análise aprofundada do desempenho financeiro.

É importante revisar regularmente os relatórios financeiros, incluindo balanços, demonstrativos de resultados e fluxos de caixa. Essa prática ajuda a identificar tendências, detectar problemas potenciais e planejar o futuro financeiro da unidade.

Além disso, o uso de software de contabilidade e relatórios pode facilitar a coleta e a análise de dados financeiros, proporcionando uma visão mais clara e precisa. A colaboração com um contador ou consultor financeiro também pode ser valiosa para interpretar os dados e aconselhar sobre estratégias fiscais e de otimização de custos.

# **CAPÍTULO 8: DESAFIOS E OPORTUNIDADES**

## **ERROS PARA EVITAR AO INVESTIR EM UMA FRANQUIA**

A taxa de sobrevivência de franquias é surpreendentemente maior do que a de negócios independentes no país. Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), enquanto cerca de 80% das micro e pequenas empresas fecham as portas nos primeiros cinco anos, no mercado de franquias esse percentual gira em torno de 15%. Mas isso não significa que quem decide investir em uma franquia não esteja suscetível a erros. Veja os principais (e como evitá-los!) abaixo.

## **1. Não realizar uma pesquisa adequada**

Muitos novos franqueados subestimam a importância de uma pesquisa detalhada antes de escolher em qual ramo ou franquia investir. O problema é que, sem investigar profundamente o histórico da franquia, o suporte oferecido pela franqueadora e o mercado local, eles podem ser seduzidos por promessas falsas de retornos rápidos.

“Tem gente profissional e gente não profissional em qualquer mercado. Se isso acontece com médicos, advogados, professores e engenheiros, por que não poderia acontecer com um franqueador? Então escolher bem o franqueador é fundamental”, aconselha Marcelo Cherto, fundador da primeira consultoria de franquias da América Latina.

Alguns pontos que devem ser avaliados durante este processo são o histórico da franquia (verifique o sucesso de outros franqueados e a reputação da franqueadora no mercado) e o nível de suporte que você receberá dela. “Um bom franqueador, por exemplo, vai orientar você sobre os indicadores de desempenho que devem ser monitorados no dia a dia do negócio”, destaca Cherto.

## **2. Ignorar os direcionamentos da franqueadora**

Uma das principais vantagens de empreender em uma franquia é justamente a existência de um modelo de negócio testado e comprovado. Assim, seguir as orientações da franqueadora é fundamental para manter a consistência da marca e garantir que o negócio opere de acordo com os padrões que o tornaram bem-sucedido.

Por outro lado, ignorar as orientações relacionadas a precificação de produtos, processos operacionais ou diretrizes de marketing pode acabar arruinando seu investimento.

“Você investiu naquela franquia exatamente porque acredita que ela vai te dar os meios que você necessita para ser bem-sucedido. Brigar com o franqueador é mais ou menos como teimar com o Waze: ele está ali te orientando por qual caminho seguir, você resolve fazer diferente e acaba caindo em um baita trânsito”, diz Cherto.

## **3. Esperar que o negócio funcione sozinho**

Empreender em uma franquia não é uma garantia de sucesso automático e administrar o negócio exige dedicação, comprometimento e trabalho árduo, especialmente no início.

Mas muitos novos franqueados acabam subestimando a importância de se fazer presente no dia a dia da empresa. Quanto a isso, Cherto é categórico: a supervisão e o acompanhamento constantes da liderança são fundamentais para o sucesso. “Se você não fizer a sua parte, não vai acontecer”, diz.

Independentemente do apoio da franqueadora, não deixe de estar presente no dia a dia da operação e lembre-se de monitorar os indicadores financeiros e operacionais com atenção para identificar possíveis gargalos.

## **APROVEITANDO OPORTUNIDADES DE CRESCIMENTO**

A expansão de uma franquia é uma etapa emocionante e estratégica que pode levar a um crescimento significativo dos negócios. Aproveitar as oportunidades de crescimento envolve identificar e capitalizar momentos propícios para expandir a presença da marca, seja por meio da abertura de novas unidades, da introdução de novos produtos ou serviços, ou da exploração de novos mercados.

### **Identificação de oportunidades de crescimento**

O primeiro passo para aproveitar oportunidades de crescimento é a identificação de momentos e condições favoráveis. Isso pode incluir o reconhecimento de tendências de mercado emergentes, mudanças nas preferências dos consumidores ou novas tecnologias que possam ser integradas ao modelo de negócios.

A análise constante de dados de mercado e feedback dos clientes é essencial para detectar essas oportunidades. Por exemplo, se há uma demanda crescente por produtos sustentáveis, pode ser uma boa oportunidade para lançar uma linha de produtos eco-friendly.

Além disso, a análise de desempenho das unidades existentes pode revelar áreas com alto potencial de expansão. Unidades com vendas consistentes e alta satisfação do cliente podem servir como modelos para novas aberturas em regiões similares.

Outra abordagem é monitorar as atividades da concorrência, identificando brechas no mercado que possam ser exploradas.

## **Estratégias de expansão**

Existem várias estratégias para expandir uma franquia. Uma das mais comuns é a abertura de novas unidades. Isso pode ser feito por meio de franquias próprias ou de subfranqueados, dependendo da capacidade de gestão e dos recursos disponíveis. A seleção de locais para novas unidades deve seguir os mesmos critérios rigorosos utilizados na escolha da localização inicial, incluindo análise de mercado, visibilidade e acessibilidade.

Outra estratégia é a diversificação de produtos e serviços. Isso pode incluir a introdução de novos produtos que complementam o portfólio existente ou a adição de serviços que ampliem a oferta da marca. A diversificação não apenas atrai novos clientes mas também aumenta o tíquete médio de compra dos clientes atuais.

Por exemplo, uma franquia de alimentação pode introduzir um menu sazonal ou opções de entrega para alcançar um público mais amplo.

## **Parcerias e colaborações**

Formar parcerias estratégicas pode ser uma maneira eficaz de acelerar o crescimento. Isso pode incluir colaborações com outras marcas para oferecer promoções conjuntas, parcerias com influenciadores para aumentar a visibilidade da marca, ou alianças com fornecedores para obter melhores condições de compra. As parcerias também podem facilitar a entrada em novos mercados, aproveitando a rede de contatos e a experiência de parceiros locais.

## **Exploração de novos mercados**

A expansão para novos mercados, seja nacional, seja internacional, é uma oportunidade de crescimento significativa. Ao considerar a expansão para outros países, é importante realizar uma pesquisa de mercado detalhada para entender as preferências culturais, as regulamentações locais e a concorrência.

Adaptar a oferta de produtos e serviços para atender às necessidades e às expectativas do mercado local é crucial para o sucesso. Além disso, a presença em eventos internacionais e feiras de franquias pode ser uma ótima maneira de explorar novas oportunidades e construir redes de contato.

## **Inovação e tecnologia**

A inovação é um motor essencial para o crescimento. Integrar novas tecnologias, como sistemas de automação, plataformas de e-commerce ou aplicativos de fidelidade, pode melhorar a eficiência operacional e a experiência do cliente. Além disso, a análise de big data pode fornecer insights valiosos sobre o comportamento do consumidor e ajudar na personalização de ofertas. Investir em inovação permite que a franquia se mantenha competitiva e adaptável em um mercado em constante mudança.

**CAPÍTULO 9:**  
**HISTÓRIAS**  
**DE SUCESSO**

## SUBWAY

Antes de ser uma franquia bilionária com mais de 40 mil unidades em todo o mundo, a rede de lanchonetes Subway foi uma pequena loja em Connecticut, nos Estados Unidos. Seu fundador, Fred DeLuca, tinha apenas 17 anos quando o primeiro restaurante foi aberto, em 1965. Sem dinheiro para a operação, o jovem recorreu a um amigo da família, que lhe emprestou US\$ 1 mil.

Mas seu sonho não era se tornar um empreendedor. DeLuca acreditava que, com a loja de sanduíches, ele teria dinheiro suficiente para pagar a faculdade de medicina, que era sua verdadeira ambição. Mas não teve para onde fugir quando o pequeno empreendimento se transformou em um verdadeiro fenômeno de público. O jovem empresário precisava aproveitar essa onda – e ele soube fazer isso.

Logo depois de estabelecer a primeira loja, DeLuca estava com planos de expansão. Ele queria abrir 32 novas unidades em dez anos. O plano ousado quase não deu certo. Isso porque, nove anos depois, em 1974, o objetivo estava longe de ser alcançado: apenas 16 lojas operavam nos EUA.

Era necessário encontrar alguma estratégia que permitisse a expansão dos restaurantes de maneira eficiente, mas sem exigir a presença constante de DeLuca para acompanhar cada detalhe de perto. O modelo de franquias surgiu como a opção mais atrativa, que serviu como ponto de partida para o que se tornaria um dos mais bem-sucedidos negócios franqueados do mundo.

Depois de adotar o modelo de franquias, os negócios de DeLuca decolaram. A estratégia atraiu empreendedores independentes. O produto conhecido, a credibilidade da marca e o sistema operacional comprovado eram fatores que deixavam executivos mais confiantes em apostar suas fichas nesse negócio.

Seu robusto sistema de suporte aos franqueados também trouxe mais segurança. Além da assistência na escolha do local, a rede de lanchonetes oferecia treinamento inicial e suporte contínuo em marketing, operações e gestão de negócios – e esse procedimento continua acontecendo até hoje.

Somado à expansão agressiva e ao suporte de excelência aos franqueados, a rede de lanchonetes também colocou a inovação em primeiro lugar. Para ter ideia, a marca Subway foi pioneira ao oferecer opções de sanduíches totalmente personalizados ao gosto do cliente e com ingredientes frescos.

A empresa também soube se adaptar às tendências alimentares quando passou a oferecer opções de sanduíches mais saudáveis (e sustentáveis) para atender às demandas dos consumidores modernos e conscientes.

A combinação de todos esses fatores garantiu frutos para a marca, que se tornou um sinônimo de negócio bem-sucedido. Não à toa, a rede extrapolou o mercado americano e se tornou uma franquia com presença global.

## MCDONALD'S

Não há como negar que as chances de sucesso são maiores para as ideias que nascem inovadoras. Richard e Maurice McDonald talvez não soubessem disso, mas, com uma solução original, eles foram capazes de transformar a pequena lanchonete familiar da Califórnia, que vendia lanches por apenas 10 centavos, em uma das maiores (e mais rentáveis) redes de franquias do mundo.

Inspirado nas linhas de produção de Henry Ford, os irmãos McDonald criaram um método inovador de fazer lanches. Hambúrgueres e batatas fritas eram feitos de forma rápida e barata em uma espécie de esteira de produção. Isso trouxe aos clientes uma vantagem que outros restaurantes não podiam oferecer: não precisar mais enfrentar longas esperas na mesa por um garçom.

No entanto, para que o McDonald's se transformasse de apenas um pequeno restaurante em uma empresa avaliada em US\$ 180 bilhões, foi preciso ir além de um modelo de produção inovador e adotar uma estratégia de expansão.

Tudo mudou quando o empresário Ray Kroc entrou na jogada. Apesar de Kroc enxergar potencial de expansão nos negócios dos McDonald, os irmãos não receberam muito bem a ideia. Richard e Maurice não tinham planos de expandir o negócio em um modelo de franquias. Para eles, a ideia parecia arriscada.

Mas Kroc foi persistente e convenceu os irmãos que essa poderia ser uma empreitada de sucesso. Sem ter para onde fugir, Richard e Maurice resolveram deixá-lo expandir a rede. E o plano deu certo.

Cada restaurante seguia um manual detalhado, garantindo que a experiência do cliente fosse a mesma em qualquer lugar do mundo. Além disso, franqueadores recebiam um treinamento de uma semana para assegurar que todos compreendessem e executassem os padrões da marca. Depois disso, cada franqueador gerenciava os negócios por conta própria.

Hoje, o McDonald's opera em mais de 100 países, com mais de 38 mil restaurantes. Essa expansão impressionante foi possível graças à combinação de uma visão estratégica, modelo de franquias e processos eficientes.

## DOMINO'S

US\$ 15 bilhões. Esse é valor de mercado estimado para a Domino's, uma das maiores e mais reconhecidas redes de pizzarias do mundo. Mas, antes das cifras bilionárias e do prestígio mundial, veio um começo bastante modesto.

Em 1960, os irmãos Tom e James Monaghan queriam abrir um negócio. Foi preciso juntar algumas economias (pouco mais de US\$ 500) com um empréstimo de US\$ 900. A quantia, apesar de singela, foi suficiente para comprar uma pequena pizzaria chamada DomiNick's, no Michigan, Estados Unidos. Era o primeiro passo de uma empreitada de sucesso.

Mas o começo do empreendimento não veio sem desafios. O restaurante era pequeno demais, a operação não funcionava como deveria, a equipe de cozinheiros estava sobrecarregada com o ritmo frenético da cozinha e os clientes começaram a ficar irritados com o tempo de espera por uma pizza.

Tudo parecia conspirar contra os irmãos, mas os problemas não pararam por aí. Pouco tempo depois, James Monaghan resolveu abandonar a empresa e vender a sua metade da Domino's para o irmão. Parecia o fim dos negócios.

Na tentativa de garantir a sobrevivência da empresa, Tom apostou em uma nova estratégia com base no modelo de franquias – e deu muito certo.

Na década de 1970, a Domino's começou a expandir rapidamente. E isso graças ao modelo de franquias, que sustentou seu crescimento impressionante e sua posição de destaque no mercado global de pizzas.

Em 1978, eram 200 lojas em funcionamento nos Estados Unidos, segundo o The Brand Hopper. Em menos de uma década, nasceu a primeira loja internacional, em 1983, em Winnipeg, no Canadá.

A expansão para outros mercados globais também foi rápida. Hoje, a Domino's está presente no Japão, na Índia, e em vários países da Europa e América Latina. No Brasil, sua operação começou em 1993, no Rio de Janeiro.

## O BOTICÁRIO

Dos acessórios inclusivos para pessoas com deficiência lançados no início de 2024 às collabs divertidas que viralizaram na internet – como a linha de produtos com cheiro de goma de mascar –, há uma expressão que resume o desempenho do Grupo Boticário nos últimos anos: inovação bem-sucedida.

E isso é mais do que apenas uma percepção do mercado. Os resultados financeiros também confirmam o êxito: foram R\$ 30,8 bilhões em vendas entre 2022 e 2023 – um aumento de 30,5% em relação ao período anterior.

O sucesso também se manifesta na presença física da marca. O Boticário é a franquia mais presente em shopping centers do Brasil, de acordo com um estudo da Associação Brasileira de Shopping Centers. A pesquisa mostra que a rede está presente em 76% dos estabelecimentos em operação no país.

Mas, antes de se tornar uma franquia gigantesca do setor de beleza, o grupo foi uma modesta farmácia de manipulação na Rua Saldanha Marinho, em Curitiba, no Paraná. E é essa história que a EXAME te conta a seguir. Confira.

Miguel Kringsner, fundador do O Boticário, tinha um sonho quando abriu sua primeira loja, em 1977: construir uma marca de beleza 100% brasileira, com produtos de alta qualidade, inspirados no amor e no cuidado com as pessoas.

E esse princípio guiou os negócios desde o começo. Logo nos primeiros anos de atividade, os produtos diferenciados e o atendimento personalizado chamaram a atenção dos consumidores. Em pouco tempo, a marca já acumulava fãs. Foi o sucesso quase imediato que permitiu a expansão dos negócios.

Em 1980, a empresa abriu sua primeira franquia em Brasília – foi a primeira loja em outro estado. Seis anos depois, em 1986, nasceu a unidade em Portugal – a primeira internacional. Esse foi o começo de uma estratégia crucial, que perdura até hoje e é uma das razões para o sucesso da marca: as franquias.

É inegável que o modelo de franquias foi bastante positivo para a marca. Não à toa, essa estratégia tem sido um dos principais motores de crescimento da empresa, pois possibilita que ela alcance consumidores em todas as regiões do Brasil.

Hoje, o Grupo Boticário soma mais de 4 mil lojas físicas, está presente em mais de 40 países, é líder de dois dos maiores e-commerces de beleza do Brasil e totaliza mais de 18 mil colaboradores diretos.

**CAPÍTULO 10:**  
**50 FRANQUIAS**  
**PARA CONHECER**

1. Loovi: insurtech focada em seguros auto para classes C, D e E. Investimento inicial de R\$ 5 mil.
2. CredFácil: serviços financeiros e seguros. Investimento inicial a partir de R\$ 19.997.
3. market4u: mercados autônomos em condomínios. Investimento inicial de R\$ 75 mil.
4. TechDry Impermeabilizantes: especializada em impermeabilização na construção civil. Investimento inicial de R\$ 80 mil.
5. Alfabetizei: rede de franquias de alfabetização. Investimento inicial de R\$ 2,85 mil.
6. Help Multas: recursos de multas de trânsito. Investimento inicial a partir de R\$ 92,9 mil.
7. Yes! Cosmetics: cosméticos veganos. Investimento inicial a partir de R\$ 70 mil.
8. Beleza Express: salão de beleza delivery. Investimento inicial de R\$ 4,9 mil.
9. Blue Sol Energia Solar: energia solar fotovoltaica. Investimento inicial de R\$ 32.239.
10. CargaPhone: publicidade com totens carregadores de celular. Investimento inicial de R\$ 16,9 mil.
11. CleanNew: blindagem e higienização de estofados. Investimento inicial de R\$ 59,9 mil.
12. Cuidare: cuidadores de pessoas. Investimento inicial de R\$ 20 mil.
13. Encontre Sua Viagem: agência de viagens online. Investimento inicial de R\$ 9 mil.
14. Envelopa: comunicação visual e personalização. Investimento inicial de R\$ 11,9 mil.
15. Fox Express: transportes e entregas rápidas. Investimento inicial de R\$ 3 mil.
16. Home Angels: cuidadores de idosos. Investimento inicial de R\$ 25 mil.
17. Jan-Pro: limpeza comercial. Investimento inicial de R\$ 20 mil.
18. Limpeza com Zelo: limpeza residencial. Investimento inicial de R\$ 4 mil.

19. Louyt: mobile marketing e comunicação digital. Investimento inicial de R\$ 13,9 mil.
20. Mardelle: moda íntima. Investimento inicial de R\$ 60 mil.
21. Maria Brasileira: limpeza e cuidados residenciais. Investimento inicial de R\$ 40 mil.
22. Mr. Kids: venda de doces em máquinas automáticas. Investimento inicial de R\$ 18,7 mil.
23. Odontoclinic: clínicas odontológicas. Investimento inicial de R\$ 200 mil.
24. OrthoDontic: clínicas de ortodontia. Investimento inicial de R\$ 80 mil.
25. Pello Menos: depilação a laser. Investimento inicial de R\$ 60 mil.
26. Pintor Brasileiro: serviços de pintura. Investimento inicial de R\$ 7 mil.
27. PremiaPão: publicidade em sacos de pão. Investimento inicial de R\$ 6 mil.
28. Quickly Travel: agência de turismo. Investimento inicial de R\$ 5 mil.
29. Ranking Mobile: marketing digital. Investimento inicial de R\$ 4,9 mil.
30. Restaura Jeans: conservação de roupas. Investimento inicial de R\$ 45 mil.
31. Seguralta: corretora de seguros. Investimento inicial de R\$ 22,5 mil.
32. Show Brasil: locação de brinquedos infláveis. Investimento inicial de R\$ 5 mil.
33. SMS Digital: marketing via SMS. Investimento inicial de R\$ 4,5 mil.
34. Spa das Sobancelhas: estética facial. Investimento inicial de R\$ 79 mil.
35. Studio Fiscal: consultoria tributária. Investimento inicial de R\$ 4 mil.
36. Talent Hunter: recrutamento e seleção. Investimento inicial de R\$ 5 mil.
37. Tostes Transportes: logística e transporte. Investimento inicial de R\$ 25 mil.
38. TRC Sustentável: soluções de sustentabilidade. Investimento inicial de R\$ 18 mil.
39. Trilharte: cursos de arte. Investimento inicial de R\$ 8 mil.
40. Tutor Doctor: tutoria educacional. Investimento inicial de R\$ 14 mil.
41. Uau English: ensino de inglês. Investimento inicial de R\$ 2.999.
42. Ultragaz: distribuição de gás. Investimento inicial de R\$ 20 mil.

43. Unhas Cariocas: cuidados com unhas. Investimento inicial de R\$ 10 mil.
44. Vazoli: crédito e financiamento. Investimento inicial de R\$ 15 mil.
45. WeAudit: auditoria de contas. Investimento inicial de R\$ 5 mil.
46. World Study: intercâmbio cultural. Investimento inicial de R\$ 30 mil.
47. Xerox: serviços de impressão. Investimento inicial de R\$ 50 mil.
48. Yes! Idiomas: escola de idiomas. Investimento inicial de R\$ 30 mil.
49. Zupy!: publicidade e marketing digital. Investimento inicial de R\$ 4,5 mil.
50. Zip Lube: troca de óleo automotivo. Investimento inicial de R\$ 60 mil.



FACULDADE  
**exame.**