FRANQUIAS BRASIL

FRANQUEAR SEU NEGÓCIO

Pontos de atenção e **critérios de franqueabilidade:**

Estrutura e replicabilidade com segurança técnica.

UMA PARCERIA:

ABF ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING & SEBRAE

EBOOK DE APOIO AO CURSO PRESENCIAL · FRANQUIASBRASIL.COM.BR

SUMÁRIO

O que você vai encontrar neste ebook

No Módulo 1, você aprendeu a comprar uma franquia. Agora invertemos o papel: como avaliar se o seu negócio tem maturidade para ser replicado.

01 **Inversão da perspectiva estratégica**

Franquear como um novo negócio: seu produto passa a ser o modelo, e seu cliente, o franqueado.

02 **Formas de classificação**

Distribuição de produtos, prestação de serviços ou franquia social — cada uma com sua própria lógica.

03 **Diagnóstico de franqueabilidade**

O filtro antes do investimento: viabilidade financeira, processos e vantagem competitiva.

04 **Os três pilares de formatação**

Técnico, comportamental e jurídico — o suporte que sustenta uma rede de franquias.

05 **Lei 13.966/2019 e a Circular de Oferta de Franquia**

A regra de ouro dos 10 dias e o que precisa constar na COF.

SOBRE ESTE MÓDULO

Segundo módulo do curso "Franquias Brasil". Ao final, você entenderá o que é preciso para transformar seu negócio em um sistema replicável.

01 Inversão da perspectiva estratégica

Sua marca atual apresenta excelentes resultados locacionais? Ótimo. Mas agora é preciso transformá-la em um ecossistema independente de você — um novo modelo institucional capaz de atuar em paralelo ao varejo físico tradicional.

Franquear como um novo negócio

Varejo convencional	Sistema de franchising
Consumidor final como foco	O franqueado como principal cliente
Operação desenhada para atender e vender ao cliente de balcão	O "produto" passa a ser o modelo de negócio documentado

Diagnóstico antes de qualquer formatação

01

Diagnóstico

Identificar a viabilidade de franqueabilidade do negócio atual.

02

Frentes técnicas

Alinhamento técnico, comportamental e jurídico antes de expandir.

03

Replicação segura

Ferramentas baseadas na Lei de Franquias (Lei 13.966/2019).

"Franquear exige estruturar um novo modelo institucional corporativo capaz de atuar em paralelo ao varejo físico tradicional."

Para desenhar a expansão do seu negócio, é imperativo compreender as divisões do setor.

01

Distribuição

O franqueador atua como produtor ou atacadista; o franqueado revende produtos exclusivos em área demarcada.

Ex.: concessionárias, cosméticos, postos.

02

Serviços

Foco na expansão e na replicação de uma metodologia rigorosa de atendimento ao cliente final.

Ex.: escolas de idiomas, clínicas.

03

Social

Aplica o know-how empresarial para expandir projetos de causas coletivas — sem foco no lucro líquido privado.

Características de cada modelo

Distribuição — estrutura

Foco extremo no treinamento de equipes; estrutura operacional mais enxuta, sem depender de grandes estoques.

Serviços — padrões

Metodologias rígidas, da recepção à entrega. Exige rastreabilidade e auditorias regulares de qualidade.

Social — governança

Máxima eficiência no uso de doações e recursos compartilhados, sob uma governança centralizada forte e testada.

Em comum

Todas dependem da consistência da experiência do usuário final, em qualquer localidade do território nacional.

03 Diagnóstico de franqueabilidade

Antes de contratar advogados, desenhar logotipos ou elaborar manuais, é preciso validar as bases operacionais do negócio — o teste de viabilidade protege contra o risco de um crescimento caótico.

Pontos críticos a avaliar

- Margens para royalties e fundo de marketing
- Presença de processos formais claros
- Vantagem competitiva sólida
- Registro de marca formalizado no INPI

Sua operação é autossuficiente?

Sistematização

Atividades diárias reduzidas a manuais e diretrizes claras, sem depender do carisma do fundador.

Treinamento descentralizado

Capacidade de formar novos funcionários do zero, com agilidade.

Blindagem da operação

Processos imunes às flutuações com rotatividade de funcionários.

Proteção jurídica da marca

Registro no INPI aprovado ou em processo avançado — sem essa barreira, os contratos de franquia ficam inviabilizados.

Vantagem competitiva

01

Metodologia única

Estrutura própria e ferramentas exclusivas que dificultam imitações.

02

Produtos exclusivos

Insumos ou tecnologias que o franqueado só acessa via franqueador.

03

Diferencial duradouro

Atração consistente do consumidor, gerando fidelização real.

Os três pilares de formatação de franquias

Um projeto de formatação requer o alinhamento coordenado de três grandes áreas de suporte técnico.

A

Técnico (operacional)

Manualização aprofundada do know-how para a replicação e a homologação da cadeia de suprimentos.

B

Comportamental

Desenvolvimento de competências de liderança, treinamento e criação da cultura de rede.

C

Jurídico (Lei 13.966)

Alinhamento de contratos, elaboração da COF e segurança de dados.

Pilar técnico: o que deve ser manualizado

Manuais de operação

Atendimento, preparação de produtos ou entrega de serviços, padrões de limpeza e segurança.

Manuais de gestão

Recrutamento e seleção, fluxos financeiros e DRE, indicadores de desempenho (KPIs).

Cadeia de suprimentos

Padronização de fornecimento — o cliente final exige a mesma experiência em qualquer unidade.

Vantagem logística

Acesso a contratos de fornecimento nacional com preços diferenciados de rede.

Pilar comportamental: auditorias de qualidade

01

Consultoria de campo

Visitas programadas.

02

Universidade corporativa

Formação contínua.

03

Auditoria amigável

Verificação de conformidades.

Lei 13.966/2019 e a Circular de Oferta de Franquia

A Lei 13.966/2019 modernizou as diretrizes contratuais do franchising brasileiro, revogando a lei pioneira de 1994 — forçando transparência mútua e mitigando litígios.

A regra de ouro: 10 dias

PRAZO OBRIGATÓRIO

A COF deve ser entregue ao candidato com no mínimo 10 dias de antecedência em relação a qualquer pagamento ou contrato a ser assinado.
Se não cumprido, o contrato pode ser anulado e as taxas devolvidas, com direito a indenização por perdas e danos.

O que deve constar na COF

Histórico do negócio
Trajetória da marca e dados dos sócios — garantem credibilidade.

Balanços financeiros
Últimos dois exercícios — comprovam a solidez fiscal do franqueador.

Relação de franqueados
Ativos e ex-parceiros — permitem investigação real de campo.

Ações judiciais
Litígios que questionem a rede — alertam sobre riscos jurídicos.

Territorialidade
Área de exclusividade ou de preferência — evita a concorrência interna.

Taxas e investimentos
Entrada, royalties e fundo de marketing — eliminam surpresas financeiras.

Assessoria jurídica dedicada

01
Elaboração da COF
Alinhada rigorosamente à Lei 13.966/2019.

02
Pré-contrato e contrato
Termos de exclusividade e obrigações claras.

03
Regimento de rede
Fluxos de exclusão ou de transferência de franqueados.

FRANQUIAS BRASIL

De fundador a estrategista de rede.

Ao franquear seu negócio, o produto final deixa de ser a mercadoria que você vende ao consumidor de balcão e passa a ser o seu modelo de negócio operando com lucro.

Parabéns por chegar até aqui!
Nos vemos no Módulo 03.

UMA PARCERIA:

ABF ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING & SEBRAE

Todos os direitos reservados ao convênio Franquias Brasil. Proibida a reprodução total ou parcial deste material sem autorização prévia.