

Franquias e suas vantagens

BRUNO HENRIQUE ENOS (Etec Prof. Alcídio de Souza Prado)

brunoenos6@gmail.com

GABRIEL SANÇÃO (Etec Prof. Alcídio de Souza Prado)

gabrielsonaro23@gmail.com

LARISSA MIZUNO BONAFINI (Etec Prof. Alcídio de Souza Prado)

mizunolarissab@gmail.com

SELENE OKAMOTO (Etec Prof. Alcídio de Souza Prado)

seleneemi0331@gmail.com

VINICIUS FIGUEIREDO (Etec Prof. Alcídio de Souza Prado)

Figueiredo.vinicius13@outlook.com

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar e demonstrar com dados e fatos, como as franquias podem ser uma estratégia negócio mais rentável, seguro e prático, em comparação a começar uma nova empreitada do zero. Em uma franquia, o franqueador é o possuidor da marca franqueada pré-formada e já testada e quando a vende, além de dar o direito ao franqueado de usar o nome de sua marca já conhecida e conceituada, também se encarrega de dar o suporte, orientação e treinamentos, além do acesso a métodos de gestão. Compartilhando também recursos como softwares, materiais de marketing e etc. O negócio vem crescendo no Brasil mesmo com o atual cenário econômico, e sua taxa de mortalidade tem se mostrado baixa, provando mais de uma vez como as franquias são vantajosas, seguras e práticas.

PALAVRAS CHAVE: Franquias; franqueados; franqueadores; negócio; estratégia; rentabilidade; segurança financeira.

ABSTRACT

This paper aims to present and demonstrate with data and facts, how franchises can be a more profitable, safe and practical business strategy compared to starting a new

venture from scratch. In a franchise, the franchisor is the owner of the pre-formed and already tested franchised brand, and when he sells it, in addition to giving the franchisee the right to use the name of his already known and respected brand, he is responsible for providing support, guidance, and training in addition to access to management methods. They also share resources such as software, marketing materials, etc. The business has been growing in Brazil even with the current economic scenario, and its failure rate has been low, proving more than once how advantageous, safe, and practical franchises are.

KEY WORDS: Franchising; Franchisees; franchisors; profitability; financial security.

INTRODUÇÃO

A franchising é conhecida por possuir uma mesma identidade em todas as suas unidades, espalhadas por diferentes lugares: as unidades de uma franquia podem estar dispostas na Internet, numa mesma cidade, mas também em estados e países diferentes.

Cada uma dessas unidades deverá utilizar as mesmas cores, insumos, produtos e processos de produção. Tudo fica muito bem padronizado, garantindo que o cliente se sinta sempre dentro de uma mesma loja, proporcionando uma unidade da marca.

É uma maneira de empreender em que um dono de negócios resolve expandir sua empresa para novas unidades.

Esse dono passa a ser chamado franqueador, e os novos filiados se chamam franqueados. Os franqueados não possuem vínculo empregatício com o franqueador, e pagam algumas taxas mensais para ele, a fim de manter a marca funcionando.

A franchising é responsável por criar uma rede de colaboração entre investidores. Por isso, se torna mais fácil alcançar o sucesso tanto para o franqueador quanto para o franqueado.

A franchising, como conhecemos hoje, nasceu nos Estados Unidos, sendo a primeira franquia criada no ano de 1850. A marca era de máquinas de costura *Singer*. Ela passou a licenciar outros comerciantes para vender os produtos em outras regiões, gerando uma expansão.

Ao longo da história, outras grandes marcas de vários segmentos de mercado seguiram pelo mesmo caminho, ampliando as possibilidades de atuação e as estratégias que mantêm a ideia original de colaboração entre um empreendedor novo e um empreendedor consolidado.

Existem dois agentes principais neste tipo de negócio: o franqueador e o franqueado.

O franqueador é o dono da franquia. o titular da marca, da tecnologia, da identidade visual, dos produtos e serviços que os franqueados irão comercializar. Seu papel é vender o direito de uso da franquia, gerenciar o modelo central de negócios da marca, cuidar das campanhas de marketing e da reputação da franquia, desenvolver novos produtos e serviços, acompanhar a performance dos franqueados e prestar todo tipo de suporte necessário.

Os franqueados, por sua vez, são os agentes que compram o direito de negociar os produtos e serviços da franquia. Eles realizam os investimentos locais em seus negócios e operam o empreendimento localmente, guardando os lucros para si, com exceção de custos, despesas e das contrapartidas cobradas pelo franqueador

DESENVOLVIMENTO DA TEMÁTICA

Franquia ou Franchising empresarial é um sistema em que o franqueador cede ao franqueado em direito de uso de marca e distribuição exclusiva de produtos ou serviços.

A franquia é um modelo de negócio interessante para os que não querem começar tudo do zero e assim não terão problemas de administração e dos riscos.

Uma vantagem de se optar em trabalhar com uma franquia é a diversificação de preços e opções que tem disponíveis, tendo a possibilidade de investir com menos de R\$ 25 mil.

O mercado de franquia brasileiro cresceu em torno de 18,7% nos últimos anos, segundo a Associação Brasileira de Franchising (ABF) com a comparação em 2019, em pré-pandemia, o crescimento foi de 13,2%, assim demonstrando que os impactos gerados pela pandemia foram superados. (MATOS, 2022, s/n)

Segundo o Sebrae, " O setor de franquias teve oito trimestres consecutivos de crescimento ininterrupto desde o pico da pandemia. Em comparação a 2019, o crescimento do setor de franquias foi de 13,2% com receita totalizando R\$ 186,755 bilhões naquele ano. No quarto trimestre de 2022, a receita cresceu 12,6% em relação ao mesmo período do ano anterior, alcançando R\$ 63,800 bilhões". (Sebrae,2023)

Um bom jeito de decidir se uma franquia é uma melhor opção de negócio é conhecendo suas vantagens.

Uma das suas vantagens é credibilidade de um nome ou marca já conhecida no mercado de negócio, o franqueador dispõe de um histórico positivo com seus fornecedores e parceiros, também terá a possibilidade de beneficiar da vantagem competitiva de seu franqueador, e os franqueados podem usufruir de descontos nos preços, prazos mais longos e os pagamentos em condições especiais.

Apoio do franqueador, é uma chance de um franqueado ter sucesso em seu negócio são maiores e também tem a sua própria rede de distribuição e já tem os próprios produtos testados.

Maior garantia de mercado, o franqueado poderá aproveitar da vantagem competitiva de seu franqueador, os produtos que estão vendendo já foram testados e também estão com suas marcas nos mercados.

Melhor planejamento, a franquia já formatada pode ser calculada pelo franqueador e informará o custo a ser rateado com os franqueados ao fornecedor do projeto arquitetônico.

Economia com a propaganda, os custos podem ser rateados entre os franqueados da rede e pode haver uma redução substancial nos investimentos e ainda será possível melhorar a qualidade da publicidade.

EMBASAMENTO TEÓRICO

De acordo com inúmeras fontes, o sistema de franquias pode ser considerado uma escolha segura de negócio. Tanto para o franqueado, pelo fato de ser um modelo de negócio já bem estabelecido e testado, com uma base de clientes mais consolidada; quanto para o franqueador, por fazer com que a empresa participe mais do mercado e consiga uma maior cobertura geográfica. (SIMÃO,1993, s/n)

As franquias cresceram de maneira acentuada no Brasil, tornando-o um dos 5 países mais fortes no quesito franchising, chegando até a se tornar membro da WFC-World Franchise Concil.(SCHWARTZ,2003, pag. 32)

Do ponto de vista do franqueador, pode-se entender como uma vantagem o fato das responsabilidades com funcionários e com local de trabalho passarem a ser do franqueado, facilitando o gerenciamento da empresa. Pois a quantidade de

estruturas e colaboradores aumenta à medida que o seu negócio cresce. (SCHWARTZ,2003, s/n)

Durante a pesquisa, foi discutido sobre a importância das franquias empresariais no cenário econômico atual. Ressaltamos que a franquia é um modelo de negócio em que o franqueador cede ao franqueado o direito de uso da marca e a distribuição exclusiva de produtos ou serviços.

Debatendo e pesquisando como as franquias podem ser uma opção de negócio mais rentável, segura e prática, em comparação a começar uma nova empresa do zero; foi destacado que o sistema de franquias possibilita a expansão rápida e eficiente de uma marca, mantendo a mesma identidade visual e padrão de qualidade em todas as unidades.

A franchising oferece suporte, orientação e treinamentos aos franqueados, além do acesso a métodos de gestão e compartilhamento de recursos como softwares e materiais de marketing. Essa rede de colaboração entre investidores pode facilitar o alcance do sucesso tanto para o franqueador quanto para o franqueado.

É importante ressaltar que a franchising não garante sucesso automático e que é necessário escolher cuidadosamente o franqueador, planejar e executar o negócio de forma estratégica para garantir o êxito a longo prazo. No entanto, a baixa taxa de fracasso das franquias no Brasil comprova sua vantagem como opção segura e prática de empreendimento.

Com a pesquisa foi possível verificar que a franchising pode ser uma opção rentável para empreendedores que buscam expandir seus negócios com eficiência e segurança.

Na franchising existem dois agentes principais: o franqueador e o franqueado. O franqueador é o dono da franquia, que gerencia o modelo de negócio, administra o marketing, desenvolve novos produtos e presta suporte aos franqueados. Já os franqueados compram o direito de negociar os produtos e serviços da franquia, realizando investimentos locais em seus negócios.

A respeito da pesquisa sobre o desenvolvimento da temática do presente artigo, o mercado de franquias no Brasil tem crescido significativamente nos últimos anos, demonstrando sua força mesmo em meio à pandemia. Uma das principais vantagens desse modelo é a credibilidade da marca já conhecida no mercado, que

pode trazer benefícios como histórico positivo com fornecedores e parceiros, além de descontos e condições especiais.

O apoio do franqueador também é uma vantagem, já que o franqueado pode contar com suporte e orientação para ter sucesso no negócio. Além disso, a franquia já possui um planejamento e estrutura formatados, o que permite uma economia de tempo e dinheiro na sua implementação. Por fim, a divisão de custos com propaganda pode trazer uma redução substancial nos investimentos, além de melhorar a qualidade da publicidade.

A divisão de custos com publicidade é outra vantagem importante das franquias. Ao contrário de um empresário individual, que geralmente não tem orçamento para uma campanha publicitária extensa, os franqueados podem se beneficiar de uma campanha nacional ou regional de publicidade, que pode trazer mais clientes e aumentar a receita do negócio. Além disso, a publicidade em nível de rede geralmente tem uma qualidade mais consistente, o que pode melhorar a reputação da marca e a percepção do cliente em relação à qualidade dos produtos e serviços oferecidos. Isso é especialmente importante no mercado atual, onde a publicidade é crucial para o sucesso de qualquer empresa. A publicidade eficaz pode aumentar o reconhecimento da marca, gerar mais leads e, finalmente, aumentar as vendas e a receita do negócio. No entanto, a publicidade pode ser muito cara, especialmente para pequenas empresas, que podem ter um orçamento limitado para esses fins.

As franquias são uma opção cada vez mais popular para empreendedores que desejam abrir um negócio, e não é difícil entender o porquê. Ao optar por uma franquia, o empreendedor tem acesso a diversas vantagens que podem tornar o processo de abertura e gestão do negócio mais fácil e seguro.

Uma das principais vantagens das franquias é a possibilidade de começar um negócio com um modelo já testado e comprovado, o que pode reduzir significativamente o risco de fracasso. A franqueadora já estabeleceu um modelo de negócio bem-sucedido, e o franqueado pode seguir esse modelo para obter resultados semelhantes.

Além disso, a franqueadora pode oferecer suporte em diversas áreas, desde treinamento e gestão até marketing e publicidade. Esse suporte pode ser extremamente valioso para o franqueado, especialmente se ele não tiver muita

experiência em negócios. A franqueadora também pode fornecer ajuda na escolha do local para a franquia e na elaboração do plano de negócios.

Outra vantagem das franquias é a possibilidade de utilizar uma marca já estabelecida e conhecida no mercado. Isso pode ajudar a atrair clientes e aumentar as chances de sucesso do negócio. Além disso, muitas franquias já possuem uma base de clientes leais que podem ajudar a garantir um fluxo constante de negócios.

No entanto, é importante notar que nem todas as franquias são iguais. Alguns modelos de negócio podem ser mais bem-sucedidos do que outros, e a qualidade do suporte fornecido pela franqueadora pode variar significativamente. É essencial fazer uma pesquisa cuidadosa antes de investir em uma franquia e ter certeza de que a franqueadora é respeitável e bem-sucedida.

Em resumo, as franquias são uma opção atraente para empreendedores que desejam abrir um negócio com menos risco e mais suporte. Com um modelo de negócio já estabelecido, suporte em diversas áreas e uma marca reconhecida, as franquias podem oferecer uma maneira mais fácil e segura de iniciar um empreendimento. No entanto, é importante lembrar que cada franquia é única e que é essencial fazer uma pesquisa cuidadosa antes de investir.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a pesquisa foi concluído que o sistema de franquias é o ideal para profissionais que desejam empreender sem correr muitos riscos, pois as franquias oferecem um retorno relativamente rápido, além de possibilitar o franqueado a trabalhar com um modelo de empresa já estudado e reconhecido no mercado.

No cenário atual do mercado, as franquias foram pouco afetadas pela a crise mundial, o que foi observado, durante a pandemia de 2020, onde o mercado de franchising conseguiu se manter e até mesmo crescer, o que evidencia a confiabilidade e a capacidade de adaptação da franchising.

REFERÊNCIAS

MATOS, Fábio. **Franquias crescem 18% no 3º tri e fatura R\$ 56 bilhões.** Metrôpoles (Portal). (2022). Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/economia-br/franquias-crescem-18-no-3o-tri-e-faturam-r-56-bilhoes>. Acesso em: março de 2023.

SCHWARTZ, José. **Franquias de A a Z: O que você precisa saber.** Rio de Janeiro: Editora Qualitymark, (2003).

SEBRAE. **O Crescimento do mercado de franquias em 2022 consolida recuperação.** Sebrae(Portal). (2023). Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conteudos/posts/crescimento-do-mercado-de-franquias-em-2022-consolidacao-recuperacao,e550b472ed496810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 02 de maio de 2023

SIMÃO, Adalberto. **Franchising: Aspectos jurídicos e Contratuais.** Ribeirão Preto: Editora Atlas, (1993).