



Os 7 DS Para Abrir uma Franquia com Segurança

Denis Kraiser

Versão 2.0, 2016

Dedicatória:

Em homenagem à minha esposa Renata e minhas filhas Laura e Nicole pelo apoio e amor incondicional.



Índice

Introdução.....	0
D1) Definição.....	1
D2) Definição.....	2
D3) Dinheiro.....	3
D4) Descobrir.....	4
D5) Direito.....	5
D6) Delimitação.....	6
D7) Demanda.....	7
Conclusão.....	8
Bibliografia.....	9



Introdução

Meu nome é Denis Kraiser e sou criador do portal Franquia Agora, um conceito inédito mundialmente que visa agilizar os negócios no *franchising* e afins. Acabo de lançar também o Franquias 360º, que ajudará o segmento com uma visão 360 graus.

Atuo nesse mercado há mais de 10 anos, onde trabalhei para diversas marcas de renome, tendo sido responsável por 2 prêmios de uma delas como melhor franquia do Brasil no segmento pela revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios (PEGN).

Sou formado em marketing pela Universidade Mackenzie e conclui MBA em Gerência de Marketing pela ESPM, dentre inúmeros outros cursos de Marketing Digital, Inteligência de Mercado e Finanças. [\(Para saber mais da minha história gravei um vídeo explicando o método 7 DS\)](#)

Esse E-book nasceu do desejo de conscientizar as pessoas a tomar a melhor decisão na escolha de uma franquia. Digo isso pois não quero lhe convencer que franquia é o “negócio ideal”, uma vez que isso depende de seu perfil pessoal e profissional.

Recebemos até hoje mais de 30.000 (30 mil) candidatos através do site e uma das minhas preocupações era que muitos deles tinham uma percepção equivocada do que é ser um franqueado.

Ficar rico da noite para o dia; é só abrir a franquia e parar de trabalhar... Essas ideias vêm do fato de o *franchising* estar em alta e ter opções cada vez mais baratas, o que pode levar muitas pessoas a abrir uma franquia por impulso e sem o devido planejamento.

Mesmo que o *franchising* seja um dos sistemas mais seguros para se abrir um negócio próprio, ele não é certeza de sucesso. Foi por isso que [desenvolvi o método 7 Ds](#) descrito neste E-book após mais de 10 anos de experiência. Garanto a você que se ler com atenção aumentará em muito as chances de prosperar nesse setor.

Enfim, o *franchising* pode ser bem mais seguro que abrir um negócio independente desde que você siga um método de confiança. Afinal, já existem mais de 3.000 redes franqueadoras no Brasil segundo a Associação Brasileira de *franchising*. É como se abrisse uma nova rede de franquia por dia útil no Brasil.

Convido você a conhecer esta fórmula de avaliação e orientação que tornará muito maior suas chances de sucesso na busca por uma franquia.

Tenha uma ótima leitura.

0



D1) Definição: o que é *franchising*?

Se o seu desejo é iniciar um negócio próprio no mundo das franquias, inicialmente é importante que você saiba “onde está pisando”, ou seja, quais são as regras desse “jogo”.

Há 2 figuras chave no sistema de *franchising*: o **franqueador**, que detém o conhecimento do negócio, é dono da marca e tem como um de seus objetivos expandir sua rede de forma ágil e sustentável. Já o **franqueado** é que recebe esses benefícios e por outro lado investe na montagem e manutenção do negócio mediante determinadas remunerações.

Aquele que quer abrir uma franquia é **considerado um candidato(a) a franqueado(a)** que deve participar do processo de seleção para ter uma franquia de determinada marca. A partir do momento que o contrato é assinado com o franqueador, o candidato passará a ser um franqueado da rede.

De início, o novo franqueado paga uma **taxa de franquia** inicial para treinamento, uso da marca, escolha do ponto e auxílio na montagem da loja. Após a inauguração do negócio, existem os custos mensais como luz, telefone, água, funcionários, contador etc.

Há também duas formas principais de remuneração do franqueador pelo franqueado. Em primeiro temos os royalties que se referem ao uso da marca durante o contrato, suporte, treinamentos e supervisão da loja com base em uma porcentagem do faturamento da unidade ou sobre as compras efetuadas. Há também uma modalidade fixa mensal que independe do faturamento da unidade.

A segunda forma se refere à taxa de propaganda mensal, que remunera o fundo de marketing da rede e não o franqueador em si. Esse fundo é gerido tanto por franqueados como por funcionários do franqueador.

Diagrama do *franchising*



1



D2) Descrição: o perfil para ser franqueado.

Este é um ponto crucial e por vezes subestimado por franqueadores e candidatos a franqueados: a descrição dos motivos que levam uma pessoa a querer abrir uma franquia, seu perfil pessoal e profissional.

Após analisar diversos sites, livros, estudos e fazer visitas a dezenas de franqueadores, cheguei à conclusão que o candidato a franqueado precisa ter características de empreendedor, mas necessariamente seguir as regras do sistema de franquia escolhido.

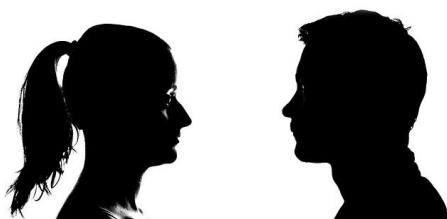
A essência do “franqueado ideal” contém alguns ingredientes: seguir regras, possuir resiliência (suportar adversidades), saber liderar, ter o perfil adequado, afinidade com o negócio, comprometimento, aceitar riscos, administrar o negócio e por fim ser um executor e colocar em prática a estratégia do franqueador.

Sabemos que não existe o franqueado perfeito. Mas é muito importante que o candidato tenha consciência desses aspectos, pois é o franqueado no dia-a-dia quem fará com que o negócio deslanche e prospere. O franqueador apenas “ensina a pescar”.

Portanto, faça uma autoanálise sincera e avalie as motivações que levaram você a querer abrir uma franquia. Qual tipo de trabalho é a sua paixão? O seu perfil possui esse espírito empreendedor? Você está disposto a seguir regras? Quais suas habilidades profissionais? Tem afinidade com o negócio?

Só depois de ter estas respostas você poderá partir para encontrar uma franquia que se encaixe com suas características pessoais. Perceba que o ideal no *franchising* é que seja um casamento duradouro, portanto o franqueador também fará a seleção para verificar se você se adequa a rede.

Perfil do franqueado



2



D3) Dinheiro: quanto você pode investir?

Um fator determinante para quem vai investir em uma franquia é saber o valor real que será aplicado no negócio como um todo, desde a taxa de franquia, montagem da loja, capital de giro e as estimativas mensais das vendas, custos e lucro.

O investimento inicial é formado por 3 componentes: **taxa de franquia + instalações + capital de giro**. Coloque os dados em uma planilha eletrônica tudo o que realmente entra na conta. Não deixe passar nada, pois muitas vezes os pequenos custos somam uma grande quantia no final.

Via de regra, é necessário ter o dobro do capital inicial, pois o retorno do investimento costuma levar entre 12 a 24 meses, fazendo com que o investidor necessite de certa reserva para manter a saúde do negócio até sua maturação. Muitos deles levam até 36 meses para obter o retorno.

Caso opte por financiamento, é importante entender qual o custo do dinheiro através da taxa mensal de juros e o prazo de pagamento.

Já os custos mensais são aqueles mais conhecidos e incluem água, luz, telefone, royalties, funcionários, taxa de propaganda, aluguel, etc.

Quanto dinheiro você pode investir de fato?



3



D4) Descobrir: como escolher um franqueador?

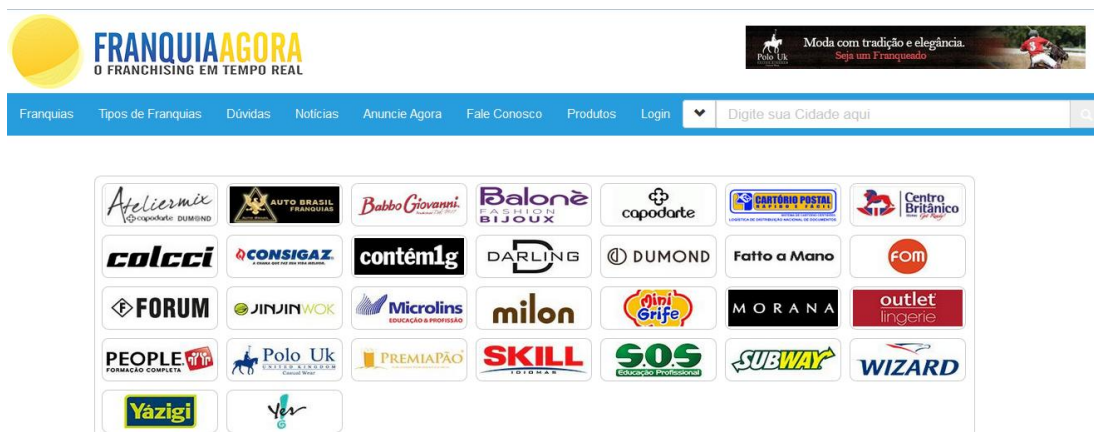
Chegou a hora de conhecer os franqueadores. Existem hoje mais de 3.000 redes de franquias no Brasil. Este é um dado muito positivo pois retrata a grande evolução vivenciada pelo setor, uma vez que há 10 anos haviam “apenas” 650 marcas. Em números é um crescimento de quase 300% em uma década.

Para sua escolha, o ideal é selecionar no máximo 10 redes diferentes para não se confundir ou sobrecarregar-se de informações. Escolha as redes que mais se aproximam do seu perfil e avalie os seguintes fatores:

Quantos anos a empresa está no mercado, como está a saúde financeira, quais suportes são oferecidos... Visite também a sede da empresa e certifique-se da satisfação dos franqueados. São eles que estão no dia-a-dia do negócio.

Para encontrar o franqueador ideal, você pode acessar o [Franquia Agora](#). Temos uma busca exclusiva inédita por cidades disponíveis.

No Portal Franquia Agora você pode descobrir mais de 1.000 marcas de franquias.



D5) Direito: aspectos jurídicos do sistema

O *franchising* é regido pela Lei de Franquias 8.955/94. Nela estão todos os procedimentos que um franqueador deve realizar para fazer parte do sistema.

Como parte de algumas das determinações legais, o candidato deve receber a COF (Circular de Oferta de Franquia), que contém uma cópia do contrato, os balanços e demonstrativos da rede, histórico da empresa entre muitos outros detalhes técnicos.

Após ser lida com pelo menos 10 dias de antecedência, o candidato assinará o contrato de franquia para então ingressar na rede que selecionou.

É importante lembrar que o futuro franqueado jamais deve pagar qualquer taxa antes de ter lido a COF e assinado o contrato, pois esse procedimento é ilegal.

É imprescindível que saiba que esse contrato não tem vínculo empregatício e costuma durar entre 5 a 10 anos, ou seja, é muito importante ponderar os aspectos aqui expostos para que essa decisão seja tomada de forma consciente.

Consultar um advogado especializado em franquias antes de assinar qualquer contrato é uma decisão sábia, uma vez que você deve conhecer muito bem quais são suas obrigações e direitos para então questionar algum ponto ou dúvida que possam surgir.

Ler e reler o contrato algumas vezes faz parte do processo, mesmo que você conte com ajuda profissional. Atenção a essa etapa para que tudo corra da melhor forma no decorrer do contrato.

Direito: atenção à lei de franquias e contratos



5



D6) Delimitação: ponto comercial e território

Novos tempos, novas realidades. Se antes uma franquia necessitava de um local específico, hoje com a ascensão da internet e a diminuição dos investimentos para a abertura de franquias, o ponto comercial (fator ainda determinante para franquias de lojas físicas), ganhou novas opções como a própria residência do franqueado ou qualquer outro lugar com acesso à internet.

De fato, essa é uma grande mudança que o setor tem vivenciado. De qualquer forma, ainda que o ponto comercial não seja necessariamente o tradicional, o franqueado tem limites geográficos para atuar. Isso significa que entender o mercado consumidor em sua região é uma das condições obrigatórias para que o negócio prospere.

Vamos a alguns fatores que na escolha de um ponto comercial:

Potencial de mercado da região, melhor local (rua, shopping, supermercado, aeroporto, metrô...), fluxo de pessoas e carros, estacionamento próprio ou próximo e a concorrência na região.

Outro ponto relevante é o fato de alguns franqueadores possuírem ferramentas de Geomarketing (“Geografia + Marketing”) que possibilita a utilização de informações geográficas de certas regiões para determinar o potencial de mercado.

É comum também que os franqueadores trabalhem com cidades que tenham a partir de 100 ou 200 mil habitantes, mas existem os que já partem de 40 mil e ainda há alguns que simplesmente não tem restrições.

Por outro lado, você verá na prática o quão difícil é descobrir as cidades disponíveis de cada franquia. Essa foi uma das razões que motivou a criação do [Franquia Agora](#), onde você pode verificar essas informações em tempo real dos clientes que anunciam no portal.

Delimitação: escolha o território/ ponto comercial próximo a onde está o seu público alvo.



6



D7) Demanda: quem é o seu cliente?

Chegamos à última e talvez mais importante parte para que qualquer empresa prospere: a Demanda. Em outras palavras, consumidores que tenham necessidades de adquirir o seus produtos ou serviços. Mais importante ainda, quem é esse cliente final?

Parece simples, mas não é. Seus clientes são grupos de pessoas que possuem determinadas características dentro de certos aspectos demográficos, sócio-econômicos, psicológicos e comportamentais específicos.

E em se tratando de negócios, este cenário pode vir a mudar com certa constância devido aos ambientes de mercado conhecidos como "PASTEL": políticos, ambientais, sociais, tecnológicos, econômicos e legais.

Considerando esta realidade, um dos pontos mais relevantes é o tecnológico, uma vez que estamos vivendo a revolução digital. O Google, as mídias sociais (Facebook, Twitter, You Tube...) também revolucionaram a forma como compartilhamos informações, compramos e até nos comunicamos.

Dessa maneira, ter a atenção do cliente não é uma tarefa fácil. E por que estou dizendo isso? Porque um franqueador precisa conhecer seu cliente na palma da mão. Antes de qualquer estratégia, entender a fundo que é seu público alvo é o segredo do sucesso.

Analisar a concorrência também é muito importante, porém não mais do que o próprio cliente. Vamos a alguns exemplos de como segmentar os clientes: demográficos, sócio-econômicos, psicológicos, características geográficas e o comportamento de compra são fatores importantes de conhecer.

Demanda: Conheça a fundo o seu cliente e se há suficientes deles.



7



Conclusão

Que bom que chegou até o final desse e-book. Vou te enviar mais dicas por e-mail para reforçar o conteúdo mencionado. Tenho certeza que agora você está mais consciente do que precisa considerar para abrir uma franquia com segurança. Isso te dará um diferencial em relação à grande maioria dos candidatos a franqueados que, assim como você, querem realmente empreender. Com estas informações são maiores as chances de sucesso para todos.

A mensagem final que quero deixar é que empreender pode se tornar mais fácil se você estiver disposto a realmente se dedicar ao negócio. Lembre-se que meu objetivo não é te convencer a abrir uma franquia, pois esta é uma decisão única e exclusivamente sua. O que quero realmente é que tome a melhor decisão de investimento.

Por fim, a essência do *franchising* é a multiplicação de um negócio de sucesso onde todos ganham. Assim, é necessário conhecer muito bem o franqueador que será seu parceiro nessa jornada que é o empreendedorismo. Apesar de toda a emoção e empolgação inicial, seja o mais racional possível para realizar o sonho de ter seu próprio negócio.

Um abraço e bons negócios!

Denis Kraiser



Bibliografia e outras referências

LIBAVA, Joel - www.thefranchiseeking.com

CHERTO, Marcelo. Dicas práticas para quem pensa em investir numa franquia.

MAURO, Paulo César. O Guia do Franqueado

SOUZA, Gabriel Camargo de, A importância do perfil do franqueado para o sucesso das franquias: uma análise da capacidade empreendedora, Agosto/2011.

Associação Brasileira de *franchising*, São Paulo – SP

900 Franquias para você Investir, Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios, Editora Globo S.A, junho/2013, nº 11.

