

Franquias, Franqueados e Franqueadores

O Que é Franchising? Como se Relacionam Entre Franqueados e Franqueadores? Quais as Potencialidades de Uma Franquia? Franchising é um arranjo para melhor distribuir produtos e/ou serviços que, juridicamente, se implementa através de um contrato pelo qual o detentor de uma determinada marca – ou algum membro de uma organização – outorga a alguém licença para explorar essa marca ou tecnologia. Nesse cenário o Franchising estabelece duas presenças: o Franqueador: é aquele que detém a marca e o know-how da comercialização de certo bem ou serviço. Os direitos de revenda e uso são cedidos pelo contrato. o Franqueado: é aquele que adquire contratualmente o direito de comercializar o bem ou serviço. Geralmente esse uso se restringe a certa área geográfica e vem acompanhado do benefício da marca e de apoio para o gerenciamento do negócio. No sistema Franchising o franqueador (detentor da marca) estabelece o modo pelo qual o franqueado (interessado pela concessão) deverá instalar e operar seu próprio negócio e desempenhar suas atividades, as quais serão desenvolvidas sempre sob o comando e orientação do franqueador. Um dos grandes atrativos do sistema é que ele permite a formação de uma rede de distribuidores formada por empresários, os quais investem e apóiam o sucesso do franqueador. A remuneração será prevista em contrato e variará de acordo com o desempenho do negócio. Outros atrativos do sistema Franchising: o franqueado pode fornecer informações permanentes ao franqueador a respeito das tendências do mercado e o comportamento dos consumidores. o franqueado é um parceiro na marca franqueada e atua com iniciativa e responsabilidade próprias. o franqueado procura trabalhar com mais eficiência, servindo melhor aos consumidores do que se fosse um funcionário, pois ele é um empresário e seu desempenho econômico dependerá de como ele atende seus clientes. o franqueado conhece melhor seu mercado do que o franqueador, podendo fazer adaptações no negócio exigidas pelas características da sua região. Tipos de Franchising No decorrer dos últimos anos o sistema de franquias vem se desenvolvendo e assumindo novas relações entre franqueados e franqueadores. Mas, em princípio, pode-se apresentar três tipos de relação: Franchising no Varejo Patrocinada Pelo Fabricante: Trata-se do franchising de produtos e marcas. Ou seja, o tradicional. É a concessão da exploração comercial de uma determinada marca, associada à revenda de produtos e prestação de serviços, os quais são fornecidos pelo franqueador ao franqueado. Nesse tipo de franquia não existe muita supervisão ou apoio do franqueador e os principais exemplos são os postos de combustíveis e as vendas de automóveis. Franchising no Atacado Patrocinada Pelo Fabricante: Em relação ao tipo anterior, inclui-se a exclusividade no fornecimento do produto (ou serviços), existindo mais supervisão do franqueador. O caso clássico são as indústrias de refrigerantes, onde o fabricante concede licença aos engarrafadores que compram seus concentrados, industrializam e vendem o produto aos varejistas. Franchising no Varejo Patrocinada Por Prestadora de Serviços: É um formato de negócio que inclui a transferência de tecnologia do franqueador ao franqueado. Esse know-how se refere ao planejamento, a implementação e ao gerenciamento da unidade franqueada e os melhores exemplos são as redes de fast-food. No início de suas atividades muitas dessas redes cobravam taxas abusivas ao novo franqueado e, além disso, não vendiam áreas geográficas para atuação exclusiva do franqueado. Elas visualizavam grandes potencialidades nesse segmento e compreendiam que o sucesso dos franqueados levaria – necessariamente – ao sucesso da rede. Sendo assim, pode-se afirmar que as potencialidades do sistema Franchising são praticamente inesgotáveis e, por ser muito flexível, pode apresentar formas bastante diversificadas e adaptáveis a dinâmica de cada negócio.

Sobre o Autor

Professor, consultor e palestrante. Articulista do Jornal do Commercio (RJ) e co-autor do livro: "Trabalho e Vida Pessoal - 50 Contos Seleccionados" (Ed. Qualitymark, Rio de Janeiro, 2001). Por mais de 20 anos treinou equipes de Atendentes, Supervisores e Gerentes de Vendas, Marketing e Administração em várias empresas multinacionais de bens de consumo e de serviços. Elaborou o curso de "Gestão Empresarial" e atualmente ministra palestras e treinamentos "in Company" nas áreas de Marketing, Administração, Técnicas de Atendimento ao Cliente, Secretariado e Recursos Humanos. Graduado em Administração de Empresas, especialista em Marketing e Gestão Empresarial, com MBA em Marketing no Mercado Globalizado e complementação pedagógica. Contatos: jcss_sc@click21.com.br ou jcss_sc@yahoo.com.br (21) 2233-1762 / (21) 9348-4170 / www.profigestao.blogspot.com <http://br.linkedin.com/pub/julio-cesar-s-santos/25/544/1b8> <https://profiles.google.com/u/0/professorjulio59/about?hl=pt-BR&tab=wh>