



CÂMARA DOS DEPUTADOS - DETAQ

Com redação final

Sessão: 055.4.55.O

Hora: 14h12

Fase: PE

Data: 28/03/2018

O SR. GONZAGA PATRIOTA (PSB-PE. Como Líder. Sem revisão do orador.) - Minha querida Presidente Carmen Zanotto, Sras. Deputadas, Srs. Deputados,

Como Presidente da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, eu não me canso de apresentar, desta tribuna, reclamações contra o fato de franqueadores não respeitarem sequer a legislação e os compromissos contratuais. Muitos franqueados até já desistiram das franqueadoras e colocaram suas atividades nesses estabelecimentos no Brasil inteiro. Nomeu Estado de Pernambuco, isso não foi diferente. Na minha querida cidade que me abraçou, Salgueiro, e em Petrolina, isso aconteceu da mesma forma.

Eu pediria a V.Exa., minha querida Presidente Zanotto, que autorize a divulgação deste pronunciamento, em que nós falamos do martírio por que passam esses franqueados. Essa Frente Parlamentar, obviamente, vai fazer determinadas exigências quanto ao cumprimento da legislação e de novas legislações para os franqueados brasileiros.

PRONUNCIAMENTOS ENCAMINHADOS PELO ORADOR

Sr. Presidente, Sras. e Srs. Deputados, a concorrência desleal e o abuso do poder econômico praticado por maus franqueadores é uma estratégia que está sendo adotada por grandes grupos econômicos que atuam no sistema de franquia brasileiro, para adquirir a preço de banana, conforme o linguajar popular, as lojas dos franqueados que eles, franqueadores (grandes empresários), ardilmente ajudaram a quebrar, transformando-as em lojas próprias.

O crescimento da rede de lojas próprias dos franqueadores é defendido por especialistas e entidades comprometidas com esses grandes grupos econômicos, como uma estratégia determinante para a evolução do setor de franquia. Essa estratégia não encontra respaldo técnico nem ético, uma vez que se trata de uma forma desleal de apropriação dos investimentos alocados pelos pequenos negócios franqueados que, ao longo de décadas de trabalhos, esforços e dedicação, implantaram em todas as regiões do País, sobretudo nos pequenos Municípios do interior brasileiro.

Os inúmeros conflitos nos últimos anos entre franqueadores e franqueados que culminaram com o fechamento, o repasse ou a perda de centenas de lojas franqueadas que operavam nos Estados de Alagoas, Ceará, Paraíba, Pernambuco, Bahia, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo e no Distrito Federal, cujas operações foram transformadas em lojas próprias de franqueadores, são um atestado cabal de que a concorrência desleal e o abuso do poder econômico no sistema de franquia são o grande responsável pela mortalidade de expressivo contingente de pequenos negócios que atuam na modalidade de franqueado. Impressiona, Sr. Presidente, a postura de alguns franqueadores como a *holding* de franquias multissetoriais proprietária da marca de restaurantes L'Entrecôte, que adquiriu 90% de uma unidade franqueada no Shopping Cidade Jardim, em São Paulo, alegando reflexos

da diminuição do poder de consumo do brasileiro como causa da baixa rentabilidade da operação franqueada. O dirigente da *holding* afirmou que *era preciso criar uma estratégia para recuperar as margens e aumentar o poder de negociação com os fornecedores e reduzir os custos*, segundo a revista *Exame* publicada em 1º de março de 2018.

A verdade é que a regra tem sido cruel e desumana: o franqueador se aproveita da falta de sustentabilidade do franqueado e assume a unidade franqueada, transformando-a em unidade própria. Essa configuração de negócio ou tentativa de saída da crise pode ser realizada pelos franqueados da rede por meio de consórcios ou centrais de compras e com participação do franqueador.

Justificam erroneamente alguns franqueadores que a vantagem de adquirir unidades franqueadas, transformando-as em lojas próprias, *permite perceber mais rapidamente o que não está funcionando e lançar novidades*, conforme a revista *Exame* publicada em 1º de março de 2018.

Mais uma vez um atributo essencial ao modelo de franquia empresarial está sendo burlado, visto que testes e validações devem ser realizados nas unidades-pilotos do franqueador, com frequentes validações de processos e sistemas, nos quais se inclui a definição do *mix* de produtos e serviços da marca.

Especialistas que operam no sistema de *franchising* brasileiro têm enfatizado, sem nenhum respaldo técnico-científico, que *dificilmente uma rede consegue crescer de forma sustentável, no médio e no longo prazo, só com franquias. O ideal é que o percentual de lojas próprias do franqueador situe-se entre 15% ou 20%*. Aplicando-se esse percentual no universo de 146.134 unidades franqueadas em operação no País, projeta-se a mortalidade de 29.226 unidades franqueadas que, após sucateadas por franqueadores, passam a integrar a rede de unidades próprias desses poderosos grupos econômicos.

A incoerência, Sr. Presidente, dessas informações nos remete para reflexões sobre a importância e a finalidade das unidades-pilotos com base experimental dos franqueadores, que se constituem em elementos de destaque quando do processo de aquisição de marcas formatadas no modelo franquia empresarial por investidores e empreendedores. Um renomado franqueador que atua no setor de *franchising* no segmento de chocolates por meio de uma rede com cerca de 3 mil lojas franqueadas inaugurou 152 unidades próprias no ano de 2017. Trata-se de uma estratégia de concorrência direta com suas unidades franqueadas, levando-as ao desequilíbrio de sua sustentabilidade e competitividade. Adquirir lojas franqueadas em dificuldades de operacionalização possivelmente foi manobra que levou a maior rede de franquias de cosméticos do Brasil a recomprar 113 unidades franqueadas de uma empresa da Bahia, com 33 anos de atuação no mercado de franquia. A justificativa apresentada pela empresa fundamenta-se numa alegação óbvia de abuso do poder econômico: *É um movimento natural de uma empresa que está consolidada e tem boa saúde financeira* (revista *Exame* publicada em 1º de março de 2018).

Como Presidente da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, estamos atentos a esse ardiloso movimento representado por uma estratégia anticoncorrencial e abusiva. O franqueado é sufocado pelos multicanais de comercialização utilizados diretamente pelo franqueador e se vê obrigado a repassar seus negócios ao franqueador por, em média, 30% do real valor de mercado.