

Revista do **FRANQUEADO**

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

ANO 1 | NÚMERO 01

ASBRAF
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANQUEADOS

REPRESENTATIVIDADE

Com 211 deputados e senadores, Frente Parlamentar defende empresas franqueadas no Congresso Nacional

MP 881

Como ela impactará o desempenho das micro e pequenas franquias?

MESA EXECUTIVA DE VAREJO E FRANQUIAS

Um instrumento fortalecedor da retomada do crescimento socioeconômico do Brasil

FOTO: SHODO YASSUNAGA

NA LINHA DE FRENTE PELAS FRANQUIAS

Otimista e visionário, Raul Canal conta como tem defendido o setor de franchising, por meio da Asbraf, e quais são os planos para aprimorar a sustentabilidade e competitividade das empresas franqueadas brasileiras



FRANQUEADOS UNIDOS, FRANCHISING FORTALECIDO

Associe-se: www.asbraf.com

QUEM SOMOS



A Asbrafr (Associação Brasileira de Franqueados) é uma entidade civil, em forma de associação, sem fins econômicos, político-partidário ou religioso, de âmbito nacional.

A Asbrafr tem como sócios fundadores empreendedores, empresários e profissionais de mercado, que na condição jurídica de representantes, distribuidores e franqueados tiveram, desde o ano de 1980, participação ativa nos marcos históricos da implantação do modelo de franquia empresarial (franchising) no País e na regulamentação da Lei nº 8.955/94, que dispõe sobre contrato de franquia empresarial (franchising).

O Direcionamento Estratégico da Asbrafr para o Quadriênio 2017 – 2020 considera, em suas ações programáticas, a relevância dos indicadores quantitativos e qualitativos do sistema de franchising brasileiro que registrou, no ano de 2018, um faturamento recorde de R\$ 174,8 bilhões obtido por 2.877 franqueadores através de 153,7 mil unidades franqueadas em operação no País. Essas relações de negócios formatados no modelo de franquia empresarial geraram, em 2018, segundo a ABF (Associação Brasileira de Franchising), o expressivo número de 1.299 milhões de empregos.

A Asbrafr pretende, no fortalecimento da competitividade dos seus associados e no desenvolvimento sustentável do sistema de franquia empresarial brasileiro, formalizar parcerias estratégicas com órgãos e instituições que operam com acesso ao crédito, acesso ao mercado, acesso a apoio e orientação, acesso à inovação e à tecnologia.

CONHEÇA NOSSAS METAS E DIRETRIZES

Contribuir para o fortalecimento e desenvolvimento sustentável do sistema de franquia empresarial brasileiro, defendendo junto às autoridades governamentais, órgãos públicos, entidades e associações de classe, e formadores de opinião, os interesses, ideais e objetivos econômico-sociais de empresas e empreendimentos que realizam suas atividades de comércio, serviço, indústria e agronegócio, na condição de franqueados em conformidade com os princípios e a regulamentação da Lei nº 8.955/94, que dispõe sobre contrato de franquia empresarial (franchising).

“POUCO” TEMPO, GRANDES AVANÇOS

Com dois anos de existência, completados no dia 29 de junho de 2019, a Asbraf (Associação Brasileira de Franqueados) já firmou-se perante o mercado brasileiro como a grande representante dos empresários franqueados, estabelecendo uma liderança ímpar na interlocução com os poderes Executivo e Legislativo, bem como junto às demais forças do mercado.

Conseguimos criar a Frente Parlamentar de Apoio às Empresas Franqueadas, sob a batuta do Deputado Gonzaga Patriota (PSB/PE), atualmente com a participação de 192 deputados federais e de 19 senadores.

A atuação determinante da Asbraf ajudou na aprovação da Lei Complementar 167/2019, que criou as Empresas Simples de Crédito (ESC), as quais preencherão uma imensa lacuna, oferecendo linhas de crédito a micro e pequenas empresas, hoje não existentes na prateleira dos bancos de varejo. Tais empresas simples de crédito favorecerão os nossos franqueados de pequeno porte, cujos projetos de viabilidade econômica para financiamentos de médio e longo prazos, seja para investimento, seja para capital de giro, são indeferidos em 79% dos casos, justamente pela ausência de linhas de crédito específicas no sistema bancário convencional. Segundo levantamentos do Sebrae, 30% das microempresas e 55% dos microempreendedores individuais

não tem qualquer relacionamento bancário atualmente. Esses, certamente, serão clientes e encontrarão ressonância às suas inquietudes financeiras nas empresas simples de crédito.

Outra frente de atuação da Asbraf, ao longo desses dois anos, tem sido o PLC 219/2015 (origem PL 4386/2012 da Câmara dos Deputados, atualmente tramitando perante a Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania do Senado, sob a relatoria do Senador Weverton – PDT/MA), que revoga a Lei 8.955/94 e revoluciona o sistema de franquia empresarial no Brasil, tornando as relações entre franqueado e franqueador mais justas e equilibradas, além de deixar mais transparentes as regras contratuais entre as partes.

Outra grande preocupação da Asbraf, e na qual tem atuado fortemente, é pela aprovação do PL 4447/2012, que dispõe sobre a locação de espaços comerciais urbanos e os procedimentos a ela pertinentes, limitando a cobrança a 12 aluguéis anuais, no caso de centros comerciais (shopping centers), proibindo qualquer modalidade de cobrança progressiva de aluguéis ou de percentuais calculados sobre o faturamento do lojista. Essa medida impactará nos franqueados sediados em centros comerciais urbanos, que hoje chegam a pagar 15 aluguéis anuais, pois tem a cobrança do 13º, do 14º e do 15º aluguéis nos meses de maio, de junho e de dezembro, em virtude do aquecimen-



to das vendas provocado pelos Dias das Mães e dos Namorados e pelo Natal, respectivamente.

Também estamos atuando de forma muito ativa e muito intensa no projeto de lei de conversão da Medida Provisória 881, que fora batizada, com justiça, de “medida provisória da liberdade econômica”. Essa, na visão da Asbraf, foi, até o momento, a melhor medida adotada pelo governo Bolsonaro. Sua aprovação e a implementação das medidas nela previstas significarão a abertura de cerca de 3 milhões de novos postos de trabalho em curtíssimo prazo de tempo. Ao passo que a reforma da previdência somente gerará efeitos práticos em duas décadas (exceção, evidentemente, a credibilidade dos investidores e a segurança jurídica que atraem investimentos ime-

diatos) e a reforma tributária necessita de dez anos de transição para se consolidar, a liberdade econômica implementada pela medida provisória trará efeitos imediatíssimos.

Dois anos, com efeito, representam uma fatia quase insignificante de tempo. Todavia, nesse curtíssimo lapso temporal, a Asbraf já assumiu o seu protagonismo e promete revolucionar o mercado de franquia empresarial.

Raul Canal

Presidente da Asbraf

Associação Brasileira de Franqueados

10

CUIDADOS

Acabo de inaugurar minha franquia. E agora?



14

LEGISLAÇÃO

Franchising e cláusula de quarentena



46

DISTRIBUIÇÃO DE INVESTIMENTOS

Franquia Pública: privatização através do franchising

52

ENTREVISTA COM BALEIA ROSSI

5 em 1

- 18 MINISTÉRIO DA ECONOMIA**
Mesa Executiva de Varejo e Franquias
- 24 ENTREVISTA DE CAPA - RAUL CANAL**
Fim da relação vertical entre franqueador e franqueado?
- 32 NO CONGRESSO**
Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas
- 36 LINHA DE CRÉDITO**
BNDES inova e caminha rumo às franquias
- 40 ENTREVISTA COM FÁBIO BENTES**
Cenário positivo
- 56 CONSTRUÇÃO COLABORATIVA**
Banco do Brasil marca presença na 28ª edição da ABF Expo
- 58 ENTREVISTA COM ENIO DUARTE**
Desregulamentação da economia: a chave para o desenvolvimento dos pequenos negócios
- 64 NO SENADO**
MP 881 da Liberdade Econômica: impactos na sustentabilidade e competitividade dos pequenos negócios
- 68 POLÍTICA PÚBLICA**
Empresa Simples de Crédito (ESC) deve contribuir para redução de juros para milhares de franqueados
- 70 GESTÃO DE NEGÓCIOS**
Educação: fator essencial à sustentabilidade de negócios franqueados
- 74 REDUÇÃO DE CUSTOS**
Benefícios da lei 13.352/16 em operações franqueadas
- 80 INTEGRAÇÃO**
Conselho de franqueados: um instrumento compartilhado de melhorias contínuas
- 84 OPINIÃO**
Como é ser franqueado num país cheio de controvérsias? Certezas e incertezas no franchising brasileiro
- 88 PROJETO DE LEI**
Franqueados podem se livrar da cobrança do 13º aluguel em Shoppings centers
- 92 RELAÇÃO DESIGUAL**
A concorrência desleal e o abuso do poder econômico no sistema de franchising

EXPEDIENTE

ASBRAAF (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANQUEADOS)

Diretor Presidente
RAUL CANAL

Diretor Vice-Presidente
JAMILSON MARIA DE MACEDO SOARES
Diretora Administrativa-Financeira
IONE MEDEIROS
Diretor Jurídico
LIANDER MICHELON
Diretora de Mercado
HORTÊNSIA MARIA ALVES DE LUCENA
Diretor Relações Institucionais
DOUGLAS ROBSON BEZERRA NUNES
Diretor de Estudos e Pesquisas
JOSÉ ANTONIO GONÇALVES LIRA
Diretor de Gestão e Controle Organizacional
JOSÉ ANTONIO RAMALHO

REVISTA DO FRANQUEADO

Editor-chefe
ANDREW SIMEK (DRT 10484/DF)
Revisão
ANDREW SIMEK
CLAUDIA SOUZA
Diagramação
ANGELO GABRIEL
Impressão
GRÁFICA ATHALAIÁ
Tiragem
10 MIL EXEMPLARES



Endereço: **SHS Q. 02, Bl J, Bonaparte Hotel, Mezanino, Brasília - DF - CEP: 70322-901**
Telefone: **(61) 3213-2121**
E-mail: **contato@asbraf.com**

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução total ou parcial de textos, fotos e artes sem autorização prévia é proibida. A **Revista do Franqueado** não se responsabiliza por textos opinativos assinados. "As opiniões expressas nos artigos assinados são de responsabilidade de seus autores".

Sabe o que
cairia bem com
a sua franquia?



125 milhões de novas oportunidades para vender.

Esse é o número de cartões Elo emitidos no país. Por isso, aceitar Elo na sua franquía faz toda a diferença. Contar com a maior bandeira brasileira na sua franquía é, afinal, escolher vender mais e melhor todos os dias.



ACABO DE INAUGURAR MINHA FRANQUIA. E AGORA?

OS PRINCIPAIS DESAFIOS DE UM RECÉM-FRANQUEADO

Você conseguiu ultrapassar todas as barreiras e dificuldades para instalar e inaugurar a sua franquia. Descobriu que todos diariamente tentaram atrapalhar seu empreendimento e, em especial,

órgãos governamentais de fiscalização e controle com seus alvarás, liberações e, sobretudo, com o “não pode”. Ninguém reconhece seu esforço e investimento pessoal em gerar novos empregos e renda para a comunidade local.



FOTO: ISTOCK

Mas, acredite que você ainda não viu nada! Ao iniciar a operação você vai conhecer o lado selvagem do negócio e terá que lutar bravamente para sobreviver no emaranhado fiscal e tributário. Isso sem contar com as visitas agradáveis do sindicato, saúde, bombeiros, auditores, consultores, fiscalizadores e muitos outros com o “não pode”. Todas as visitas em nome de proteger algo ou alguém e nenhuma para proteger você, aquele que com coragem empreendeu, gerou emprego e renda sem nenhuma ajuda, subsídio ou mesmo incentivo.

CUIDADOS ESSENCIAIS PARA INICIAR A OPERAÇÃO DA SUA FRANQUIA

Certamente você deve acreditar que nada disto vai acontecer, mas, acredite, vai! Essas orientações são preventivas e você deve atuar fortemente antes que aconteçam, mesmo acreditando que com você nada disto ocorrerá. Lidar

com desafios preventivamente é o melhor caminho para evitar barreiras na busca do sucesso do seu negócio.

1. APROVEITE A SUA PAIXÃO



A maioria dos negócios montados são extensões do interesse pessoal do proprietário. A sua paixão pelo serviço com alimentos, vestuário ou mesmo veículos que originalmente definiu a escolha da franquia, tem que ser aproveitada agora.

No dia a dia da operação, essa paixão tende a diminuir e a sobrevivência do negócio depende dessa chama viva e forte, em especial neste período inicial. Mantenha viva a paixão, lembrando-se porque você escolheu esta franquia para começar seu próprio negócio. A medida que surgem os desafios enfrente cada um deles com o apoio de seu franqueador.

“ Mantenha uma atitude positiva para cada lombada (...) colocada no seu caminho e bem na frente do seu negócio ”

2. O FLUXO DE CAIXA DO NEGÓCIO É TUDO



Começar um negócio é arte e ciência. O componente subjetivo artístico é a sua paixão. A parte objetiva é o seu modelo de negócio e, principalmente, as entradas e saídas de dinheiro no seu caixa.

Gerenciar o fluxo de caixa é fundamental para o sucesso de qualquer novo empreendimento, e no início, acredite, as saídas de caixa são bem maiores que as entradas. É nesse momento que a sua

reserva (capital de giro) deve ser cuidadosamente utilizada e monitorar o fluxo de caixa significa ter uma bússola com indicativos do caminho para o crescimento e manutenção da sua franquia no mercado.

3. ROTATIVIDADE DE PESSOAL: MELHORE SUA GESTÃO



Uma realidade do seu negócio que ninguém lhe contou: em três meses, 90% das pessoas contratadas serão substituídas.

Contratar a pessoa certa para executar qualquer atividade é absolutamente crucial. Evite a experiência anterior ou mesmo especialistas para o seu pequeno negócio. Não se apresse no processo de contratação e escolha pessoas que tenham capacidade de absorver todas as tarefas depois de treinadas. Acredite que a experiência anterior do candidato em nada se aplicará ao seu negócio. Prefira pessoas com características pessoais que possuam muita vontade de aprender e fazer, nunca pelo que fizeram.

Como proprietário de uma franquia, ter trabalhado em cada uma das posições do seu negócio,



FOTO: PEXEL

vai lhe dar a necessária sensibilidade para contratar e preparar as pessoas. Nada funciona melhor do que ter calçado os sapatos de cada um dos seus funcionários.

4. É O OLHO DO DONO QUE ENGORDA O GADO!



Cada franquia enfrenta uma enormidade de barreiras e refletir sobre o que pode dar errado, mesmo que a probabilidade seja pequena, é essencial para a sobrevivência do negócio. Mantenha uma atitude positiva para cada lombada (reduzores de velocidade) colocada no seu caminho e bem na frente do seu negócio.

Se lhe contaram que é franquia e, como tal, você pode passar de vez em quando só para dar uma olhadinha, ou mesmo que os controles possibilitam você pilotar a distância, acredite: é mentira, seu avião vai cair! Pergunte a um experiente piloto se ele liga o automático na decolagem.

Nada substitui sua presença dia e noite e, pelo menos nos próximos dois anos, nem pense em férias, feriados ou descanso. Conte com o apoio e compreensão de sua família, use sua paixão como motor que impulsiona o negócio e os resultados como o combustível que alimentará a máquina, você.

5. EU SOU VOCÊ AMANHÃ!



Ao terminar o treinamento oferecido pelo franqueador, você sai altivo e com a certeza de que sabe tudo. Na verdade, você descobre que nada sabe exatamente no dia da inauguração da sua franquia.

Na sua franquia, a tomada de decisão começa e termina com você. Para decisões importantes, consulte, troque ideias com outros franqueados que já passaram pelo momento que você está passando e não seja orgulhoso, peça ajuda e aconselhamento para o seu franqueador. Apesar de você saber tudo, aceite os conselhos e orientações de quem já passou por tudo isso, afinal é o efeito – “Eu sou você amanhã” (a vodca que alegava não causar ressaca).

Acredite, são orientações valiosas que dedico a todos os franqueados, que são verdadeiros empreendedores neste país complicado que cria todas as dificuldades para que seus negócios não prosperem.



Marcus Rizzo

Administrador de empresas com MBA em Franchise pela Nova University e fundador da ABF

FRANCHISING E CLÁUSULA DE QUARENTENA



Segundo a ABF (Associação Brasileira de Franchising), o desempenho do setor de franquias no Brasil, em 2018, foi de R\$ 174,843 bilhões, tendo um crescimento de 7,1% comparado a 2017. De acordo com o mesmo estudo, o ritmo de expansão das franquias brasileiras no período dobrou, passando de 2,4% em 2017 para 5,2% no último ano¹.

Já no primeiro trimestre de 2019, o índice de confiança empresarial caiu de 95 para 94 pontos e o índice de confiança do consumidor caiu de 92 para 91 pontos. Entretanto, o faturamento do setor de franquias no País teve um aumento de 7% no primeiro trimestre de 2019 em comparação ao primeiro trimestre de 2018, crescendo de 38,762 bilhões para 41,464 bilhões em faturamento².

Nesse cenário de expansão superior à média de outros setores da economia, é natural que se aumente também o número de conflitos entre franqueados e franqueadores.

À medida que a capilaridade dos sistemas de franquia aumenta, muitos franqueadores optam por concentrar as unidades franqueadas em master franqueados regionais, ou ainda, em retirar unidades de pequenos franqueados já existentes repas-

sando-as a franqueados mais capitalizados, sendo que, muitas vezes, o trespasse da unidade franqueada não é efetuado na melhor forma de direito, ocorrendo abuso de poder econômico no cancelamento dos contratos em vigor e até mesmo práticas de concorrência desleal para “motivar” o franqueado a encerrar o contrato.

Hoje, 82% dos sistemas de franquias possuem multifranqueados³.

Alguns podem dizer que o aumento da concentração de lojas em poucos franqueadores é um dos efeitos da crise econômica sistêmica que o País vive desde 2015, quando o comércio varejista cortou 180,9 mil vagas formais e fechou cerca de 80 mil lojas⁴, justificando a concentração de lojas em franqueados mais eficientes e capitalizados.

Entretanto, não se pode esquecer que a aprovação do franqueado é prerrogativa exclusiva do franqueador, responsável único pela *due diligence*, prévia à assinatura do contrato, e, portanto, pela checagem da capacidade financeira e de gestão do franqueado.

Da mesma maneira que o franqueador tem a obrigação de apresentar ao candidato a franqueado, dez dias antes da assinatura do contrato, a COF - Circular de Oferta de Franquia, por escrito e em linguagem clara e acessível com todas as informações do sistema de franquias⁵, sob pena do franqueado poder arguir a anulabilidade do contrato e exigir devolução de todas as quantias que já houver pago ao franqueador ou a terceiros por ele indicados, a título de taxa de filiação e *royalties*, devidamente corrigidas, pela variação da remuneração básica dos depósitos de poupança mais perdas e danos⁶, tem o franqueador o dever de escolher um franqueado que atenda a todos os requisitos para o bom desenvolvimento da unidade franqueada.

Também não se pode olvidar, que na vigência do contrato de franquias, deve o franqueador, em contrapartida ao recebimento dos *royalties*, oferecer *know-how*, treinamento e assistência ao franqueado, o que se sabe, muitas vezes, não ocorre em razão de um afã expansionista do franqueador que, interessado exclusivamente em aumentar a capilaridade de seu negócio, não desenvolve condições de assessoramento adequado ao seu universo de franqueados.

Ainda que não se possa precisar com exatidão de quem é a culpa majoritária pela derrocada das relações de franquias, algumas condutas contratuais e extracontratuais dos franqueadores são muito danosas aos franqueados por ocasião do fim

da relação negocial, desequilibrando de forma injusta e ilegal a relação entre os ex-parceiros.

Um dos abusos perpetrados é a exigência de cláusula de quarentena, com a proibição do franqueado de atuar no mesmo segmento de mercado do franqueador após o término do contrato.

Diz o art. 2º da Lei 8.955/1994 que a franquias empresarial é o sistema pelo qual o franqueador cede ao franqueado o direito de uso de marca ou patente, associado ao direito de distribuição exclusiva ou semi-exclusiva de produtos ou serviços, e, eventualmente, também ao direito de uso de tecnologia de implantação ou administração de negócio.

Ocorre que, na maioria absoluta dos casos práticos, não há a transferência efetiva de tecnologia inédita, pois quase metade das unidades franqueadas no Brasil têm por objeto a venda de alimentos e peças de vestuário. As 50 maiores franquias do Brasil estão distribuídas nos seguintes ramos: Alimentação (34%); Casa e Construção (2%); Comunicação, Informática e Eletrônicos (2%); Hotelaria e Turismo (2%); Limpeza e Conservação (2%); Moda (14%); Saúde, Beleza e Bem-estar (16%); Serviços Automotivos (6%); Serviços Educacionais (18%); Serviços e outros negócios (4%)⁷.

Assim, ressalvados os direitos do franqueador com respeito ao seu *trade dress* e às marcas e patentes de sua propriedade, devidamente registradas no INPI, verifica-se que, no mais das vezes, não é repassada ao franqueado nenhuma tecnologia inédita ou legalmente protegida, posto que os produtos são pré-industrializados e adquiridos de fornecedores indicados expres-



“ Um dos abusos perpetrados é a exigência de cláusula de quarentena, com a proibição do franqueado de atuar no mesmo segmento de mercado do franqueador após o término do contrato ”

samente pelos franqueadores, não se podendo falar em aplicação automática de cláusula de quarentena ou proibição de exercício de atividade econômica no mesmo nicho do franqueador.

Tais disposições contratuais somente podem ser consideradas válidas, se, observado o Princípio da Verdade Real, o franqueado realmente tiver contato com uma tecnologia disruptiva, essencial para a manutenção do negócio do franqueador, posto que na maioria absoluta das vezes, não são as operações de franchising detentoras de um segredo comercial ou tecnológico que impedem um gerente de perfil médio de mercado administrá-las, muito pelo contrário, pois 94% das unidades franqueadas possuem o formato de loja⁸.

O mercado de franchising é dinâmico e 45% das redes de franquia filiadas à ABF alegam ter introduzido equipamentos, técnicas ou softwares novos no período compreendido entre 2014 e 2016⁹, entretanto é muito difícil de comprovar-se que essas “inovações” sejam nevrálgicas para o negócio e não possuam um formato análogo já utilizado pela concorrência.

Assim, as cláusulas de quarentena e de não exercício de atividade no mesmo ramo atentam

contra a boa-fé contratual, mas também quanto aos princípios que nortearam o legislador ao confeccionar a Lei da Concorrência. Não há que falar-se em hipossuficiência do franqueado perante o franqueador, mas simplesmente em regras de equidade e boa-fé contratual, pois, normalmente, os diferenciais do franqueador (marcas e patentes), além de estarem contratual e legalmente protegidos, são suficientes para evitar o desvio de clientela, o parasitismo ou afetar a imagem dos produtos e serviços comercializados pelo franqueador.

Assim, ao exigir “quarentena” após o encerramento do contrato, o franqueador está claramente exercendo posição abusiva, ferindo a livre concorrência, colocando o franqueado em posição de exagerada desvantagem, maculando o princípio da boa-fé, mesmo porque, como já foi dito, não há na operação da maioria absoluta dos franqueadores qualquer segredo estratégico ou tecnológico que justifique a existência de tal cláusula. Ademais, impor automaticamente a quarentena aos franqueados sem analisar o caso concreto é decretar o extermínio de sua atividade econômica lícita, o que é impensável como já decretou o STJ (AG 1.165.511 - RS)¹⁰ e o TJPR (Agravo de Instrumento nº 1.532.899-5)¹¹.

No tocante ao trade dress, o TJSP ao julgar a Apelação Cível nº 1114716-29.2014.8.26.0100¹², entendeu que é absolutamente necessário se comprovar a efetiva invenção.

O relator do acórdão, Desembargador Francisco Loureiro, teceu brilhante lição sobre o tema no voto condutor do acórdão¹³:

“No caso em tela, a receita culinária desenvolvida pela ré não consiste em verdadeira invenção, pois não preenche qualquer dos requisitos acima especificados: não é nova ou original, pois mero desdobramento de receita mundialmente conhecida, decorre de maneira evidente do estado da técnica, pois consiste em ligeira variação de fórmula já sabida, além do que não é passível de aplicação industrial.”



FOTO: FREEPIK

Assim, não basta o depósito da marca ou da patente no INPI para garantir-se, com segurança, que está o franqueado obrigado a cumprir quarentena, pois o exercício de atividade econômica no mesmo ramo de atividade do franqueador não implica necessariamente de aproveitamento do know-how adquirido na vigência do contrato de franquia, porque, no mais das vezes, trata-se de métodos administrativos comuns e correntes, diferenciados pelo registro da marca, em bons produtos, pela capilaridade e pela confiança alcançada junto ao público consumidor.

Ocorre que todos esses pontos positivos que seduziram o franqueado a firmar o contrato com o franqueador não são suficientes para justificar a quarentena, sob pena de se ofender comandos da Constituição Federal¹⁴; do Código Civil¹⁵; da Lei 12.529/2011, que disciplina o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência¹⁶.

Ressalte-se, por fim, que a MP 811/2019, que institui a Declaração de Liberdade Econômica e estabelece garantias de livre mercado, determina como princípio a presunção de liberdade no exercício da atividade econômica¹⁷; presume a boa-fé dos particulares como um princípio¹⁸, sendo que toda relação de franchising em sua contratação, execução e término deve a esses comandos e princípios submeter-se de forma a garantir-se o equilíbrio entre as partes e a justiça contratual.



Danny Cabral

Advogado especialista em Franchising e sócio da Cabral Gomes e Thronicke Advogados Associados

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.





MESA EXECUTIVA DE VAREJO E FRANQUIAS

FOTO: REPRODUÇÃO | ARQUIVO MINISTÉRIO DA ECONOMIA



Contribuir com uma trajetória de crescimento para a economia brasileira é o principal propósito da atuação da Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade do Ministério da Economia (SEPEC). Assim, sob coordenação da Secretaria de Desenvolvimento da Indústria, Comércio, Serviços e Inovação (SDIC), foram implementadas o que convencionou-se chamar de Mesas Executivas. Especificamente sobre a dinâmica das Mesas Executivas, a ideia é a realização de reuniões periódicas para resolver problemas e obstáculos

que afetam o setor afeito. Trata-se de instrumento que segue os principais modelos internacionais, que prevê a realização de planos de trabalho e a prestação de contas periódicas. Ressalte-se que a experiência das Mesas Executivas em outros países aponta para uma maior harmonia e complementariedade entre as ações do setor privado e do Governo. O objetivo básico é, dentro dos segmentos escolhidos, que o setor privado, assim como um paciente que busca o médico, seja mais assertivo e, de corpo presente, contribua bastante para o diagnóstico correto dos problemas, que, no

fundo, é o ponto de partida para a adoção de soluções. Não é incomum que o Setor Público, quando distante do Setor Privado, adote soluções de grande qualidade e complexidade técnica para um problema que, muitas vezes, ou não existe, ou não é o que mais afeta as empresas. As Mesas Executivas são, portanto, excelentes instrumentos para compreender melhor os problemas e maximizar esforços com baixa relação de custo/benefício em sua implementação.

As Mesas Executivas surgem do entendimento de que o debate de questões específicas e diretas, ou ainda mais abstratas, que afetam a competitividade da economia têm complexidade e rito próprios e, por isso, devem ser objeto de governança adequada. Dessa forma, as Mesas foram concebidas na forma de grupos de trabalho sob coordenação público-privada, que visam identificar e remover os gargalos que afetam a produtividade de um setor, focados em questões específicas e na implementação de soluções rápidas para temas relacionadas à regulamentação, trâmites, gestão ou que abordem problemas transversais presentes em vários setores, como barreiras à inovação, questões burocráticas ou tributárias. As discussões começam pelo diagnóstico mais direto do problema por quem sente essa “dor” e terminam por prescrições focadas em implementação de solução, muitas vezes chegando em nível de detalhes. O foco não é o debate mais generalista e, sim, a execução das ações necessárias para solução de problemas, que trancam a pauta do desenvolvimento da economia por conta do ambiente hostil às empresas.

Esse trabalho exige uma grande proximidade com o setor privado, com quem tem-se mantido um constante diálogo e que tem, de fato, o condão de aumentar a produtividade da economia brasileira. Como muitas vezes enfatizado por membros da

“As Mesas foram concebidas na forma de grupos de trabalho sob coordenação público-privada”

equipe técnica da SEPEC e SDIC, quem produz é empresário, não o Governo. Além do mais, grande parte dos temas que chegam às Mesas não é exatamente surpresa e muitas das reclamações são verdadeiras campeãs de audiência. Há a percepção de que é necessário diminuir o peso de regulações excessivas e promover um ambiente de segurança jurídica, reduzir a burocracia, cortar etapas na obtenção de licenças, coordenar diversos órgãos e níveis de governo, reduzir redundâncias. Eventualmente, surgem temas mais específicos de um segmento que foge desse cardápio, mas que também são tratados de acordo com sua importância, urgência e possibilidade efetiva de solução. Para isso, é crucial o crescente engajamento das empresas, assim como dos gestores públicos no âmbito desse instrumento que são as Mesas Executivas.

ESCOLHA DOS SETORES

A SEPEC e SDIC priorizaram alguns setores para iniciar o projeto das Mesas Executivas começando os trabalhos com Mesas de Varejo e Franquia, Construção Civil e Tecnologia da Informação (TI). Pesaram nessa definição fatores como importância global em relação ao PIB, capacidade de geração de empregos (volume e velocidade), transversalidade (esses segmentos afetam e/ou são afetados por muitos outros, com resultados e desempenho que transbordam para toda economia) e factibilidade



“A importância do setor terciário fica evidente quando se olha sua parcela na geração da riqueza do País”

de mudanças relativamente rápidas no ambiente de negócios. Os números dos setores falam por si e justificam a escolha dessa Mesa para ser uma das três iniciais do programa, tendo sido lançadas ainda no primeiro trimestre deste ano.

A importância do setor terciário (comércio e serviços) fica evidente quando se olha sua parcela na geração da riqueza do País. Segundo dados do IBGE, a participação do setor terciário no valor adicionado passou de 67% em 1995 para 73% em 2017. O setor de comércio e serviços é também destaque na absorção da mão de obra no país. Os dados do CAGED mostram que quase 70% das carteiras assinadas estão vinculadas ao setor terciário, no qual o varejo e as franquias estão localizadas. Assim, buscando uma retomada rápida do emprego e do consequente crescimento do consumo das famílias bem como da confiança de empresários e consumidores, é importante analisar os principais elementos que contribuem para um ambiente de negócios favorável a esses setores escolhidos, tendo em conta sua importância para a economia brasileira.

De acordo com dados do Setor de Franquias no País, durante o ano de 2018, o setor de franchising apresentou aumento no número de redes de franquias e crescimento médio do faturamento de 7,1%, se comparado ao ano anterior, chegando a aproximadamente R\$ 175 bilhões. O varejo, por sua vez,

apresenta faturamento anual ao redor de R\$ 2 trilhões, composto por mais de 95% de empresas de pequeno porte, empregando milhões de brasileiros e presente em todas as regiões do país. O setor é o termômetro da economia, sentindo diretamente os efeitos dos ciclos econômicos no seu contato direto com consumidores de todos os extratos sociais. Diante desses números e do potencial de retomada mais acelerada do que outros setores que dependem de investimentos maciços para a geração de novos postos de trabalho (dado que o setor terciário é intensivo em mão de obra), fica claro o porquê da escolha para participarem dessa nova e moderna ferramenta de atuação de parceria entre o setor público e privado. Vale ressaltar que varejo e franquias andam lado a lado e são motores do desenvolvimento por seu porte (no caso do varejo, que é um dos segmentos mais representativos da economia nacional e hoje bastante maduro) e por seu potencial acelerado de crescimento do lado das franquias, um setor ainda jovem, contudo muito promissor quando comparado com a disseminação de franquias em economias mais desenvolvidas.

ANDAMENTO DOS TRABALHOS

Desde março, foram realizadas três reuniões da Mesa Executiva de Varejo e Franquias. No caso concreto da Mesa Executiva de Varejo e Franquias, foi buscada a interação com entidades e empresas de diferentes segmentos de modo a reunir perspectivas diversas. Os participantes possuem também um histórico no Fórum de Competitividade do Varejo (FCV) coordenado pela Subsecretaria de Comércio e Serviços, instância na qual a interlocução com o setor privado acaba por respaldar os trabalhos da Mesa Executiva para o desenvolvimento de ações voltadas para a melhoria do ambiente e negócios no setor de varejo.





FOTO: REPRODUÇÃO | ARQUIVO MINISTÉRIO DA ECONOMIA

Caio Megale e Fábio Pimenta em reunião da Mesa Executiva de Franquias e Varejo

De forma geral e resumida, na primeira reunião foram apresentadas as principais preocupações do setor. A segunda e a terceira reuniões visaram apresentar os avanços obtidos e colher eventuais novos temas, com o desenrolar natural dessas Mesas. Dentre os temas tratados até o momento, mencionem-se as discussões sobre melhorias no âmbito das regulações incidentes sobre o setor de comércio de órgãos como Inmetro, Anvisa, Senacon (do Ministério da Justiça) e até Ibama. Os temas tratados abarcaram também financiamento adequado, janela regulatória, licenças e permissões de funcionamento, justa concorrência, simplificação aduaneira, entre outros. Para todos esses casos, evoluções foram alcançadas ou no mínimo encaminhadas.

Importante mencionar que no intervalo entre as reuniões das Mesas é realizado grande esforço de coordenação pela SDIC com vistas a garantir que haja ações concretas de melhoria do ambiente de negócios e simplificação. As interações com

o setor privado demonstram que as inquietações parecem convergentes à preocupação apontada no último relatório do Banco Mundial (The Global Competitiveness Report 2018), no sentido de que as economias devem investir nos elementos chaves de competitividade hoje para garantir crescimento e rendimento no futuro.

Para citar alguns exemplos, os temas das demandas passaram por assuntos que vão desde a permissão de venda de medicamentos isentos de prescrição em supermercados (tema em discussão neste exato momento) até a facilitação na internalização de brinquedos importados (com auxílio do Inmetro que passa a receber um protocolo prévio permitindo a importação para posterior aprovação, facilitando os trâmites). Também houve apresentação pelo Inmetro e Anvisa de novo marco regulatório com janelas e prazos mais adequados para alteração de normas ou para entrada em vigor de novas regras, respaldando o setor privado em sua necessidade de eventual período



de adaptação. Através dessas reuniões, temas de justa concorrência, processos de dumping, linhas de financiamento e até mesmo a participação colaborativa entre Governo e entidades privadas na formulação de textos legais (como a nova Lei de Franquias) também foram abordados com alguns já sendo levados a termo ao longo desse curto espaço de tempo das reuniões do primeiro semestre, do primeiro ano dessa experiência já exitosa.

Importante dizer que, ao longo do processo, a Mesa Executiva acabou por se revelar um instrumento de colaboração mútua, algo de mão dupla. O setor público passou também a se valer da ferramenta inclusive para, além de dialogar com o setor produtivo acerca das agruras e necessidades do setor privado, levar os seus pleitos e mensagens. Através da Mesa Executiva de Varejo e Franquias, o Governo pleiteou apoio a iniciativas que estão em processo de desenvolvimento ou início de implementação. Esse foi o caso da Nota Fiscal de Serviços Eletrônica, para o qual foi pedido o engajamento do setor privado na disseminação da informação e no convencimento de que esse é um projeto que deve beneficiar a todos, mas que depende da realização de convênios com municípios e, portanto, é necessário estimulá-los a tanto. Se é verdade que o setor privado precisa do apoio do setor público, a recíproca é mais do que verdadeira: é o setor público que mais precisa do apoio da sociedade para implementar os ajustes e reformas que vão fazer o país finalmente voltar a crescer e gerar empregos. As Mesas Executivas têm papel decisivo nessa relação de ganhos mútuos de confiança.

ESCOLHA DE TEMAS: MIX DE IMPORTÂNCIA COM FACTIBILIDADE

Como já observado, o objetivo é priorizar e implementar medidas que destravam os investimentos nas cadeias produtivas para que seja possível retomar a produtividade e a competitividade da economia brasileira. Contudo, tal objetivo não será alcançado sem uma forte coordenação entre governo e setor privado. Também não será eficiente sem



FOTO: REPRODUÇÃO | ARQUIVO MINISTÉRIO DA ECONOMIA

Reunião da Mesa Executiva de Franquias e Varejo

a adequada escolha de temas a serem endereçados. A rigor não existem temas proibidos, entretanto há algumas restrições de origem: não são objeto das Mesas os temas que versem sobre as Reformas Estruturantes, ou pedidos de subsídios, aumento de gastos públicos ou que visem aumento de protecionismo. Há, esquematicamente, quatro grupos de temas que – mais ou menos - assim se priorizam:

Temas para os quais as soluções sejam simples e de grande efeito econômico; temas para os quais as soluções sejam de simples adoção, porém de efeitos menos relevantes; temas que a solução traga grandes efeitos, todavia que sejam de difícil implementação e, por último, aqueles temas de pouco efeito e ainda de difícil implementação. Claro que não existe essa regra explícita para escolha de temas a serem tratados (que ademais podem ser tratados em paralelo), mas, certamente, essa é uma maneira eficiente de se despendar esforços para se obter os maiores resultados na melhoria do ambiente de negócios diante de recursos limitados e da viabilidade de mudança.



Ministério da Economia

ASBRAF

APOIA A CAMPANHA

UNIDOS CONTRA A CORRUPÇÃO



*Instituição aderiu
à iniciativa de
implementação das
70 medidas visando
a sustentabilidade e
competitividade dos
empreendimentos
franqueados brasileiros*



FIM DA RELAÇÃO VERTICAL ENTRE **FRANQUEADOR E FRANQUEADO?**

As regras impostas de cima para baixo representam uma das maiores ameaças ao mercado de franquias no Brasil. Por isso, em 2017, o empresário Raul Canal decidiu criar a Asbraf (Associação Brasileira de Franqueados). A entidade luta para que a relação entre franqueador e franqueado seja a mais harmoniosa possível, ampliando o crescimento da marca e gerando mais resultados. A expectativa é que, com a aprovação do Projeto de Lei da Câmara (PLC) nº 219/2015, essa relação vertical tenha fim.

Redação Final do PLC 219/2015,
que dispõe sobre o sistema de
franquia empresarial (franchising)
e revoga a Lei nº 8.955/94.





FOTO: SHODO YASSUNAGA

Advogado especialista em cooperativismo, associativismo e em modelos de negócios de franquia empresarial, Raul Canal, 54, também é empresário, poeta, escritor, compositor e apresentador de TV. Natural de Carlos Barbosa (RS), é pai de três filhos, presidente da Asbraf, presidente do Supremo Conselho Internacional Acadêmico da Academia Latino-Americana de Ciências Humanas (ALACH) e é membro da Academia Maçônica de Letras do Distrito Federal, da Academia de Letras de Brasília e da Associação Nacional de Escritores.

Como aconteceu seu envolvimento com o sistema de franquia empresarial (franchising)?

RAUL CANAL - O escritório Raul Canal & Advogados Associados iniciou suas atividades em 1990 na cidade de Brasília, ou seja, quatro anos antes da promulgação da Lei nº 8.955/94 que dispõe sobre contrato de franquia empresarial (franchising). Como atendíamos clientes e empreendimentos que operavam seus negócios na condição de distribuidor de produtos franqueados e loja franqueada, priorizamos no período de outubro de 1991 a dezembro de 1994, o acompanhamento e apoio no Congresso Nacional do Projeto de Lei nº 318-A/91, de autoria do Deputado Magalhães Teixeira, notadamente as audiências públicas de Fran-

quia Mercantil (franchising) realizadas pela Comissão de Economia, Indústria e Comércio da Câmara Federal, que tiveram a participação ativa do professor José Antonio Ramalho, colaborador do nosso escritório e atualmente Diretor de Gestão e Controle Organizacional da Asbraf, que temos a honra de presidir. Em 2015, fomos procurados por um grupo de empreendedores, empresários e profissionais de mercado, que, na condição jurídica de representantes, distribuidores e franqueados, tiveram, desde o ano de 1980, participação ativa nos marcos históricos da implantação do modelo de franquia no País e na regulamentação da Lei nº 8.955/94, com a proposta de viabilizarmos a criação da Asbraf.

Os significativos índices de crescimento ano após ano do franchising brasileiro são um atestado da maturidade deste modelo de negócio?

RAUL CANAL - As análises e estudos dos indicadores quantitativos do período compreendido entre 2004 e 2018, desenvolvidos pela ABF (Associação Brasileira de Franchising), demonstram que o sistema de franchising brasileiro apresenta continuamente significativas taxas de crescimento. Por diversas vezes, o franchising brasileiro obteve um desempenho positivo, muitas vezes superior ao PIB nacional. Em 2018 153.704 empresas franqueadas que atuam nos setores de serviços, comércio, indústria e agronegócio em todas as regiões do país, foram responsáveis por um faturamento de R\$ 174,843 bilhões de reais, distribuídos em 2.877 redes que geraram 1.299.145 de empregos. Segundo dados da Diretoria de Estudos e Pesquisas da Asbraf e com base na Pesquisa Desempenho do Franchising Brasileiro no ano de 2018 da ABF, ao contrário dos números negativos da economia brasileira e da baixa taxa de crescimento de 1,1% do Produto Interno Bruto (PIB) em 2018, os números projetados para o

crescimento de negócios que atuam no sistema de franchising no ano de 2019 têm uma expectativa positiva de avanço entre 8% e 10%. Em que pesem os significativos percentuais de crescimento quantitativo do sistema de franchising brasileiro, a avaliação do grau de maturidade empresarial, ou de um sistema, guarda estreita relação com os resultados obtidos com a sustentabilidade e competitividade dos negócios franqueados, o que requer que franqueadores adotem junto aos seus parceiros de negócios, políticas de qualidade, cujos instrumentos e mecanismos considerem, prioritariamente, a implantação e monitoramento de indicadores qualitativos.

O senhor considera que a Lei 8.955/94 tornou a relação franqueador - franqueado mais transparente e participativa?

RAUL CANAL - Durante os 25 anos de existência da Lei 8.955/94, conhecida como a Lei do Franchising, o relacionamento dos empresários que atuam no setor de franquia brasileiro, do franqueador com o franqueado, do franqueado para com o franqueador, sempre foi um relacionamento totalmente verticalizado com regras impostas de cima para baixo. Não se discute e nem se flexibiliza regras contratuais. A criação da Asbraf é um marco histórico, porque esse relacionamento autoritário vai mudar, vai se passar a discutir regras contratuais, vai se discutir mudanças na legislação que protejam o franqueado, que é quem realmente operacionaliza o negócio, que cria os empregos diretos e os postos de trabalho e que movimenta a economia. O franqueado no Brasil tem três sócios: o primeiro sócio é o Tesouro Nacional, a União, o leão que cobra os impostos todos os meses; o

segundo sócio é o franqueador, que leva parte substancial dos seus lucros; e o terceiro sócio é o shopping center, que leva outra parte dos lucros. Essa relação vai mudar com a atuação da Asbraf na defesa dos ideais e interesses econômicos do franqueado.

Qual o propósito de atuação e quais são os objetivos da Asbraf?

RAUL CANAL - A Asbraf é uma entidade civil, em forma de ASSOCIAÇÃO (art. 53 da Lei 10.406/2002), sem fins econômicos, político – partidário ou religioso, com atuação em âmbito nacional. A Asbraf tem como principal objetivo contribuir para o fortalecimento e desenvolvimento sustentável do sistema de franquia empresarial brasileiro, defendendo junto às autoridades governamentais, órgãos públicos, entidades e associações de classe e formadores de opinião, os interesses, ideais e objetivos econômico-sociais de empresas e empreendimentos que realizam suas atividades de comércio, serviço, indústria e agronegócio, na condição de franqueados em conformidade com os princípios

e a regulamentação da Lei Nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994.

Quais são as categorias de sócios da Asbraf?

RAUL CANAL - O quadro societário abrange sete categorias de sócios: I Fundador; II Franqueado; III Ex-Franqueado; IV Distribuidor Venda Direta Produtos Franqueados; V Ex-Distribuidor Venda Direta Produtos Franqueados; VI Distribuidor Regional de Produtos / Serviços Franqueados; VII Ex-Distribuidor Regional de



A criação da Asbraf é um marco histórico, porque esse relacionamento autoritário vai mudar





Produtos / Serviços Franqueados. Pessoas jurídicas que pertençam a grupos econômicos de redes de franqueadores, mesmo que se enquadrem nas categorias de sócios especificadas no Artigo 9º do Estatuto Social, não terão acesso ao processo de filiação da Asbraf.

Existe diferenças de propósitos entre a Asbraf e a ABF?

RAUL CANAL - A Asbraf tem compromisso estatutário no fomento e na defesa do sistema de franchising brasileiro, por meio da colaboração da concepção de políticas públicas e implementação de objetivos estratégicos que impactem, de forma quantitativa e qualitativa, na geração de empregos, postos de trabalho e elevação de renda, que o modelo de negócio franquia empresarial proporciona e na defesa dos ideais e objetivos econômicos e sociais de empresas e empreendimentos que atuam na modalidade franqueados.

As duas associações atuam com cooperação técnica na defesa do sistema de franchising brasileiro?

RAUL CANAL - Não existem cooperações formalizadas, mas sim manifestações públicas e notas técnicas independentes, como o apoio aos votos dos ilustres senadores Dário Berger (PMDB-SC) em 23/09/2016 e do Senador Armando Monteiro (PTB/PE) em 30/05/2018 na Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ) e da Senadora Kátia Abreu (PDT/TO) em 15/05/2019 na Comissão de Assuntos Econômicos (CAE), que validou a Redação Final do PLC 219/2015, que dispõe sobre o sistema de franquia empresarial, revoga a Lei nº 8.955/94, e dá outras providências, cujos principais destaques serão determinantes para o aperfeiçoamento das relações formalizadas entre franqueadores e franqueados.

Qual a importância da criação da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas para o sistema de franchising brasileiro?

RAUL CANAL - A Asbraf priorizou no elenco dos seus objetivos estratégicos para o quadriênio 2017 – 2020, a criação da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, coordenada, liderada e presidida pelo ilustre deputado Gonzaga Patriota, parlamentar que tem se engajado e defendido ao longo de décadas, com determinação e brilho, os justos interesses dos pequenos negócios, representados pelos segmentos de microempreendedores individuais, micro, pequenos e médios empresários, que atuam nos setores econômicos do comércio, serviços, indústria e do agronegócio em todas as regiões brasileiras, notadamente no interior do País. A criação da Frente Parlamentar Mista reforça o acompanhamento do processo legislativo no Congresso Nacional de iniciativa de proposições de interesse do sistema de franchising brasileiro, com destaque para o PLC 219/2015, cujos principais destaques serão decisivos para o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos que operam na modalidade franqueados, e para o PL 4447/2012, que proíbe a cobrança de mais de 12 aluguéis anuais de lojistas localizados em shopping centers, fator considerado fundamental para a sustentabilidade e competitividade de pequenos negócios franqueados que operam nesses equipamentos de varejo. A Asbraf mantém com a Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, Convênio de Cooperação Técnica que tem como objeto o assessoramento técnico especializado, por meio do compartilhamento e disponibilização de estudos, pesquisas, programas e projetos que fortaleçam políticas públicas direcionadas para o desenvolvimento sustentável do sistema de franquia empresarial brasileiro.

As reformas e medidas estratégicas que estão sendo adotadas para a retomada do crescimento socioeconômico do País impactarão no sistema de franchising brasileiro?

RAUL CANAL - Dentre as estratégias de retomada do crescimento socioeconômico que impactarão no sistema de franchising, destaca-se a Medida Provisória nº 881 (MPV), publicada em 30 de abril de 2019, que institui a Declaração de Direitos de Liberdade Econômica, estabelece regras para garantir o livre mercado e a análise de impacto regulatório. A MPV insurge-se contra os excessos de intervenção do Estado, com vistas a estimular o empreendedorismo e o desenvolvimento econômico. O objetivo é esclarecer com transparência e agilidade as “regras do jogo” no âmbito da Administração Pública perante os particulares envolvidos em atividade econômica. Outro destaque estratégico é a Lei Complementar 167/2019 que criou a Empresa Simples de Crédito (ESC), cujas operações contribuirão para a redução da taxa de juros para milhões de pequenos empreendimentos no país. Estudo desenvolvido pela Asbraf mostra que 570 categorias profissionais que desenvolvem atividades nos setores do comércio, serviços e indústria já optaram pela legalização dos seus negócios por meio da figura do Microempreendedor Individual (MEI). Desde o início da Lei Complementar nº 128, em 19 de dezembro de 2008, foram realizadas 8.336.541 formalizações pelos benefícios e vantagens da referida lei. Dentre os potenciais beneficiados com a nova legislação, estão as empresas que se enquadram como microempreendedores individuais (MEI) e as chamadas microfranquias, consideradas nova tendência de negócios e que possuem operações com investimento inicial até R\$ 90 mil. No elenco de mecanismos e instrumentos fortalecedores da retomada do crescimento socioeconômico, o Ministério da Economia institucionalizou a política de Me-

“A criação da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas reforça o acompanhamento do processo legislativo no Congresso Nacional”



FOTO: SHODO YASSUNAGA



sas Executivas para tratar temas setoriais, com o objetivo de criar um canal de comunicação direta para discutir questões pontuais de diferentes setores. A gestão desse mecanismo, que a Asbraf tem a honra de integrar como participante da Mesa Executiva do Setor de Franquias e do Varejo, é coordenada por Caio Megale, Secretário de Desenvolvimento da Indústria, Comércio, Serviços e Inovação (SDIC), do Ministério da Economia.

Os destaques propostos no PLC 219/2015 serão determinantes para o fortalecimento das relações franqueadores x franqueados?

RAUL CANAL - Nos últimos anos, redes franqueadoras passaram a atuar diretamente sem a participação de parceiros franqueados, junto a consumidores finais de seus produtos e/ou serviços por meio dos multicanais vendas online, lojas virtuais, lojas de bolso, lojas multimarcas, vendas diretas, impactando negativamente na sustentabilidade e competitividade dos empreendimentos franqueados. A aprovação do PLC 219/2015 tornará as relações entre franqueadores e franqueados mais éticas, mais transparentes e orientadas para a obtenção de resultados econômicos e financeiros satisfatórios para os parceiros de negócios. Dentre os destaques do PLC 219/2015, que deve melhorar a relação entre franqueados e franqueadores, estão propostas que exigem informações claras quanto a taxas periódicas (*royalties*, propaganda) e outros valores a serem pagos pelo franqueado ao franqueador ou a terceiros. Segundo Pesquisas realizadas pela Asbraf, alguns franqueadores chegam a cobrar *royalties* mensais absurdos

que atingem até 45% sobre as compras realizadas e/ou sobre o faturamento, inviabilizando a sustentabilidade e competitividade da operação franqueada. Outros destaques relacionam-se com a complexa questão do estabelecimento de quotas mínimas de compra pelo franqueado junto ao franqueador e a obrigatoriedade de cláusulas precisas no contrato padrão de franquia celebrado entre as partes sobre condições, prazos de validade, regras de transferência, de renovação, sucessão e penalidades.

Conforme o Parecer (SF) nº 69 de 30 de maio de 2018, do Senador Armando Monteiro (PTB/PE), "Em síntese o PLC nº 219, de 2015, atualiza a legislação que disciplina o sistema de franquia empresarial, adequando a terminologia utilizada na lei em vigor; inserindo dispositivos que aperfeiçoam a relação estabelecida entre franqueador e franqueado; disciplinado a sublocação de imóvel ao franqueado conforme a jurisprudência dominante; e dispondo sobre a legislação aplicável aos contratos de franquia, inclusive aos contratos internacionais." Ainda em conformidade com o Parecer (SF) nº 69, de 30 de maio de 2018, "o projeto também autoriza a adoção de franquias pelas empresas estatais, desde que pre-

cedida de licitação, na forma da Lei nº 8.666, de 1993. Há discussões doutrinárias em torno da aplicabilidade do sistema de franquias na Administração Pública, mas elas já existem, com regulação em lei, no âmbito dos serviços postais. Em princípio, desde que a lei autorizadora da criação da empresa não o vede, entende-se possível a celebração de contratos de franquia por empresas estatais, envolvendo atividades acessórias e mesmo parte de suas atividades finalísticas."



A aprovação do PLC 219/2015 tornará as relações entre franqueadores e franqueados mais éticas, mais transparentes e orientadas



O senhor acredita que o franchising brasileiro voltará a crescer acima de dois dígitos?

RAUL CANAL - Seguramente, com a aprovação das Reformas Previdenciária e Tributária em 2019, a eliminação ou redução previstas na MPV 881 da Liberdade Econômica, de procedimentos administrativos e burocracias que dificultam o exercício da atividade econômica e consomem tempo e recursos públicos desnecessariamente, a consolidação de Empresas Simples de Crédito – ESC como instrumento de financiamento de crédito aos pequenos negócios, as ações de racionalização e desburocratização do ambiente de negócios implementadas pela Mesa Executiva de Franquias e do Varejo, serão determinantes para estabelecer os índices de confiança dos investidores, empresários e consumidores. Entre 2020 e 2021 o sistema de franchising atingirá patamares acima de dois dígitos.

Quais cuidados deve ter um investidor interessado no mercado de franquia? Investir no modelo de negócio franquia empresarial elimina riscos?

RAUL CANAL - O modelo de negócio Franquia Empresarial possui elementos técnicos, estruturais e operacionais formatados e validados com base experimental em unidades pilotos, o que garante a reprodução em diferentes locais, e sob a responsabilidade de diferentes pessoas, de um mesmo conceito de negócio. A essência do sucesso de uma franquia está na transferência do franqueador para o franqueado, de conhecimentos e técnicas de que este necessita para ser bem sucedido na implantação, operação e gestão de sua réplica de negócio criado pelo franqueador. Esses

requisitos não eliminam a possibilidade de riscos e insucessos, uma vez que, como todo e qualquer negócio, o sistema de franquia sofre influência de fatores impulsores e restritivos internos e externos ao mercado. Especialistas em negócios formatados no modelo franquia empresarial (franchising) recomendam a adoção de três medidas: i) Realizar uma cuidadosa e profunda autoavaliação para checar se tem as mínimas condições de ser bem sucedido nesse modelo de negócio que requer o cumprimento de uma série de regras e limitações, como obedecer aos padrões de identidade visual

do empreendimento, realizar relações e interfaces de negócios exclusivamente dentro do território contratualizado, cumprir as indicações técnicas, procedimentos e processos de trabalho definidos pelo franqueador nos manuais de operação e funcionamento da unidade franqueada; ii) O potencial investidor deve ler, avaliar e refletir criteriosamente sobre o teor das informações contidas na COF entregue pelo franqueador, assessorar-se junto a profissionais da área jurídica com conhecimentos do sistema de franchising, sobre todas as implicações que poderão decorrer da decisão de adquirir uma unidade franqueada; cuidado com

franquias da moda e sem experiência no mercado; escolha a franquia pela qualidade e suporte e pela sua afinidade com a área e não pelo custo do investimento inicial. iii) Visitar e buscar informações com franqueados e ex-franqueados da marca pretendida sobre o apoio e suporte realizado e canais de relacionamentos disponibilizados.



Entre 2020 e 2021 o sistema de franchising atingirá patamares de crescimento acima de dois dígitos



Núcleo de Estudos, Pesquisas e Inteligência da Asbraf



FRENTE PARLAMENTAR MISTA DE APOIO ÀS EMPRESAS FRANQUEADAS

*Um instrumento suprapartidário na defesa
do franchising brasileiro*

Durante muitos anos de atuação parlamentar, tenho manifestado, em várias oportunidades no plenário da Câmara Federal, o contexto de incertezas e dificuldades em que se encontram milhões de pequenos negócios formais e informais no País, dentre os quais se enquadram milhares de empreendimentos que operam na modalidade franquia empresarial, ou seja, como franqueados.

A falta de instrumentos mobilizadores de capacitação e orientação profissional adequados para esses segmentos, as dificuldades do acesso ao crédito, ao mercado, à inovação e à tecnologia, aliadas à ineficiência dos serviços de educação, de saúde e de segurança, incapazes de atender às demandas provenientes das várias regiões do

país, geram grandes desigualdades com sérias consequências para a qualidade de vida da população, notadamente dos empreendedores, que conduzem os 18.188.657 microempreendimentos e pequenas empresas que operam nos setores comercial, industrial, de serviços e do agronegócio.

Estudos e pesquisas realizadas pela ABF (Associação Brasileira de Franchising) demonstram que o sistema de franchising brasileiro apresentou, de forma continuada, no período compreendido entre 2004 a 2018, expressivas taxas de crescimento. Os indicadores quantitativos apontam que a evolução das redes de franquias registrou um significativo salto no total de redes, que passaram de 814 em 2004, para 2.877 no final de 2018, alcançando no período um crescimento de 253,4%.



FOTO: ANTONIO AUGUSTO | CÂMARA DOS DEPUTADOS

A evolução do número de empreendimentos franqueados demonstra um crescimento no período de 2014 (125.641) a 2018 (153.704) de mais de 22,3%, o que indica elevadas taxas de sobrevivência de negócios que operam no modelo franquia empresarial (franchising).

O número de empregos diretos cresceu 144,5% entre os anos de 2004 (531.252) e 2018 (1.299.145). O faturamento do setor aumentou 452,6% entre os anos de 2004 (R\$ 31.639 bilhões) e 2018 (R\$ 174.843 bilhões). Por diversas vezes, o franchising brasileiro obteve um desempenho positivo superior ao PIB nacional.

O impacto dos negócios franqueados na economia do País, no ano de 2018, se considerarmos três pessoas por grupo familiar, que dependem social e

economicamente da renda dos 1.299.000 trabalhadores vinculados às 153.700 unidades franqueadas, atingiu cerca de 3.897.000 pessoas.

O documento Desempenho do Franchising Brasileiro, divulgado pela ABF, indica que o setor cresceu 7% no 1º trimestre de 2019 (41.464 bilhões) em comparação com o 1º trimestre de 2018 (38.762 bilhões), um percentual superior ao alcançado pelo varejo (Índice Cielo Ampliado (ICVA) – 1º tri 2019: 6,2%), confirmando a força do sistema de franchising na retomada do crescimento brasileiro

Nesse ambiente de expressivos resultados geradores de empregos, postos de trabalho e renda, exigências impostas por maus franqueadores, implementadas de forma injusta e desigual, na verticalidade e unilateralidade, desequilibram o



sistema de franchising brasileiro, impactando negativamente na sustentabilidade dos empreendimentos franqueados e no equilíbrio físico e emocional de investidores que optam por esse modelo de negócio. Essa situação agravou-se nos últimos anos, quando os franqueadores, por meio de canais de vendas online e diretas, passaram a concorrer de forma desleal com sua rede de franqueados, ofertando ao consumidor final preços menores, prazos convidativos de pagamento e entregas sem custos de fretes.

Em que pese os esforços implementados durante os 25 anos de existência da Lei nº 8.955/94, pelos vários agentes que operam no sistema de franchising brasileiro, notadamente pela ABF, o relacionamento dos franqueadores com os franqueados orienta-se por modelos de gestões autoritários com regras impostas de cima para baixo.

A análise situacional dos marcos históricos, dos pontos fortes, dos pontos fracos, das oportunidades e das ameaças do sistema de franchising brasileiro, revela a necessidade de criação de um instrumento suprapartidário capaz de reforçar o acompanhamento do processo legislativo, no Congresso Nacional, de iniciativas de proposições de interesse desse sistema, como o PLC 219/2015 e o PL 4447/12, cujos principais ajustes serão determinantes para o aperfeiçoamento das relações entre franqueadores e franqueados.

Sob a inspiração desses conceitos e do contexto de incertezas em que se encontram milhares de empresas que atuam na modalidade negócios franqueados no País, com o apoio da Asbraf (Associação Brasileira de Franqueados), foi criada, no dia 22 de agosto de 2017, a Frente Parlamentar de Apoio às Empresas Franqueadas, que tenho a honra de presidir, cujo objetivo principal é viabilizar e implementar políticas públicas direcionadas para o fortalecimento desse significativo segmento.

Dentre os destaques do PLC 219/2015, que deverão melhorar a relação entre franqueados e franqueadores, estão propostas que exigem informações claras quanto a taxas periódicas (royalties,

propaganda) e outros valores a serem pagos pelo franqueado ao franqueador ou a terceiros. Segundo pesquisas realizadas pela Asbraf, alguns franqueadores dos segmentos de Saúde, Beleza e Bem Estar e Alimentação, chegam a cobrar royalties mensais absurdos entre 20% e 50% sobre as compras realizadas e/ou sobre o faturamento, inviabilizando a sustentabilidade e competitividade da operação franqueada. Um destaque relevante do PLC 219/2105 é a garantia ao franqueado da exclusividade sobre determinado território, sem a concorrência desleal de multicanais de comercialização de lojas virtuais, online, venda direta, Mercado Livre, operacionalizados diretamente pelo franqueador. Outros destaques relacionam-se à complexa questão do estabelecimento de quotas mínimas de compra pelo franqueado junto ao franqueador e a obrigatoriedade de cláusulas precisas no contrato padrão de franquia celebrado entre as partes sobre condições, prazos de validade, regras de transferência, de renovação, de sucessão e penalidades.

A adoção do modelo de franquia empresarial por empresas públicas e por sociedades de economia da administração pública brasileira em alguns setores do mercado favorecerá a prestação de serviços mais eficiente e eficaz aos cidadãos e à sociedade como um todo. A Asbraf, consciente dos resultados quantitativos e qualitativos que o modelo franquia empresarial trará a administração pública brasileira, apoia integralmente o destaque do PLC 219/2015, que permite que as empresas públicas, as sociedades de economia mista e entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios possam adotar o modelo de negócios Franquia Empresarial, observado o disposto nessa Lei e na Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, no que couber ao procedimento licitatório.

O Projeto de Lei 4447/12, do deputado Marcelo Matos (PHS/RJ), que proíbe a cobrança de aluguéis extras em datas com maior fluxo comercial, como o 13º aluguel do “Natal” (pagamento do aluguel em dobro no mês de dezembro), o 14º aluguel do “Dia



FOTO: GILMAR FELIX | CÂMARA DOS DEPUTADOS

Assinatura do Convênio de Cooperação Técnica entre a Asbraf e a Frente Parlamentar

das Mães” (pagamento do aluguel em dobro no mês de maio) e o 15º aluguel do “Dia dos Namorados” (pagamento do aluguel em dobro no mês de junho), impacta diretamente na sustentabilidade e competitividade das 38.272 unidades franqueadas que representam 36,5% do total das 104.928 lojas instaladas nos 563 shopping centers em operação no País. O PL 4447/12 tramita em Regime de apreciação conclusiva pelas Comissões da Câmara Federal, conforme art. 24, II, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados – RICD.

A articulação de caminhos convergentes e a cooperação recente entre as instituições representativas do sistema de franchising brasileiro, por meio de notas técnicas independentes encaminhadas pela ABF, pela Asbraf e também pela Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas às relatorias do PLC 219/2015, reforçando sua aprovação ainda no ano de 2019, são elementos determinantes do comprometimento e responsabilização dessas instituições com o desenvolvimento sustentável do sistema de franquia empresarial brasileiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.



Parecer do Senado Federal nº 69 de 2018 - Projeto de Lei da Câmara nº 219, de 2015. Senador Armando Monteiro.



Redação Final do PLC 219/2015, que dispõe sobre o sistema de franquia empresarial (franchising) e revoga a Lei nº 8.955/94.



Gonzaga Patriota

Deputado federal (PSB/PE) e presidente da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas

BNDES INOVA E CAMINHA RUMO ÀS FRANQUIAS

O BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) busca apoiar, cada vez mais, as micro e pequenas empresas. Nesse sentido, foi lançada, há quatro meses, a Linha BNDES Crédito Pequenas Empresas, que já financiou mais de 2,2 mil empresas em todo o País, totalizando cerca de R\$ 300 milhões em contratos. Junto com o credenciamento de franqueadores e seus fornecedores no Cartão BNDES (ver box), são exemplos de como o banco de desenvolvimento tem inovado na sua forma de atuação, sobretudo no apoio a franqueados e franqueadores.

Criada para atender a demanda do segmento, a Linha BNDES Crédito Pequenas Empresas visa à geração de empregos e à ampliação da concessão de crédito para firmas de menor porte, que têm faturamento de até R\$ 4,8 milhões por ano e são responsáveis por mais de 50% dos postos de trabalho formais no País.

CONDIÇÕES DO FINANCIAMENTO

Em média, as operações firmadas no âmbito da Linha BNDES Crédito Pequenas Empresas contaram com uma taxa final de 1,15% ao mês (junho de 2019), respeitado o limite máximo de R\$ 500 mil por cliente a cada 12 meses, e o prazo máximo de 60 meses com até dois anos de carência.

COMO PEDIR

Como o BNDES não tem agências espalhadas pelo País, a linha BNDES Crédito Pequenas Empresas é oferecida por meio de agentes financeiros credenciados autorizados a repassar recursos do BNDES. São esses bancos que assumem o risco da operação, por isso as condições podem variar de um para o outro.

Para conseguir o recurso do BNDES há dois caminhos. O primeiro, tradicional, é buscar diretamente os bancos com que o franqueado



Da esquerda para direita: Carlos Eduardo Santos Carneiro Fernandes, administrador, Claudio Rabelo, gerente, e Yuri Mourão, administrador

tem relacionamento. Os cinco bancos que mais têm operado o BNDES Pequenas Empresas em valor total são, na ordem, Bradesco, Cresol, Santander, Sicredi e AF Paraná.

“A Linha BNDES Crédito Pequenas Empresas é uma grande oportunidade para fomentar os negócios dos micro e pequenos empresários, pois simplifica e agiliza o acesso ao crédito. Chegou em um bom momento para reforçar a nossa atuação com esse público, que desde sempre atendemos com prioridade, independentemente da sua atividade econômica. Portanto, diante da expectativa de uma retomada gradual na concessão de crédito para o segundo semestre e com perspectiva de melhora na atividade produtiva, estamos otimistas em aumentar a nossa participação nesta importante modalidade do BNDES”, destacou Leandro José Diniz, Diretor de Empréstimos e Financiamentos do Bradesco.

**“A Linha
BNDES Crédito
Pequenas Empresas
é uma grande
oportunidade para
fomentar os negócios
dos micro e pequenos
empresários, pois
simplifica e agiliza
o acesso ao
crédito”**

“Foi criada uma área de negócios para franqueadores, franqueados e seus fornecedores no Cartão BNDES”

O Bradesco, historicamente, é o maior repassador de recursos do BNDES e tem intensificado a sua presença em diversos setores. Um bom exemplo disso é a sua atuação na área de franquias, que conta com uma equipe dedicada para oferecer soluções completas de produtos e serviços aos franqueadores e seus franqueados, com destaque para as linhas do BNDES.

“Na ABF Franchising, o Bradesco fez uma ação especial com a Linha BNDES Crédito Pequenas Empresas”, conta o analista da Gerência de Micro e Pequenas Empresas do BNDES, Carlos Eduardo dos Santos. Contando todo o público de MPEs, nos primeiros quatro meses, o Bradesco realizou cerca de 1,2 mil operações, com um valor próximo a R\$ 194 milhões.

Segundo lugar em volume, a cooperativa de crédito Cresol é o principal agente financeiro do BNDES na agricultura familiar. Hoje, contam com cerca de 530 mil cooperados, que é como são chamados seus clientes, em 17 estados brasileiros. Com a linha Pequenas Empresas, ela intensificou o processo de expansão, passando a atender também micro e pequenos empreendedores urbanos.

O BNDES apoiou as ações de lançamento da linha do BNDES na Cresol. Foram sete eventos espalhados pelo País, principalmente no sul. “As ações em conjunto com a Cresol fazem parte do apoio do BNDES ao desenvolvimento dos bancos cooperativos. O crescimento desses agentes financeiros contribuem na missão de desconcentrar e pulverizar o crédito”, disse o gerente Cláudio Rabelo, da Área de Operações e Canais Digitais do BNDES.

CANAL MPME

A segunda forma de acessar a linha é pelo Canal MPME, um portal web criado pelo BNDES para apoiar micro, pequenas e médias empresas. O canal permite encaminhar pedidos de financiamento a um ou mais bancos repassadores. De acordo com o perfil informado pelo interessado, são recomendados pelo BNDES os bancos que mais operam com empresas parecidas com a dele na mesma área.

No Canal, também há a oferta de serviços por parceiros, como fintechs Omie, MarketUp e Conta Azul, que oferecem serviços de gestão, e o Sebrae, que contribui com conteúdos de orientação financeira.

BNDES E AS MPE EM 2018



90% DOS CLIENTES DO BANCO



R\$ 14,7 BILHÕES EM DESEMBOLSOS



242,4 MIL OPERAÇÕES



4.581 MUNICÍPIOS (82% DO BRASIL)

CARTÃO BNDES TEM AMBIENTE EXCLUSIVO PARA FRANQUIAS

Para atender as empresas do setor, foi criada uma área de negócios para franqueadores, franqueados e seus fornecedores no Cartão BNDES. Hoje, sete marcas oferecem essa possibilidade a seus parceiros. Outras treze estão em processo de credenciamento, etapa que antecede a divulgação gratuita no site do Cartão. O plástico do BNDES permite limite unitário de até R\$ 2 milhões e as compras podem ser parceladas de 3 a 48 meses, sem carência. O Cartão BNDES está entre as menores taxas de juros e os maiores prazos de parcelamento do mercado para crédito rotativo.



Leandro José Diniz, diretor do Departamento de Empréstimos e Financiamentos no Banco Bradesco

Yuri Mourão, do BNDES, explica que “a novidade na estruturação do market place reside na criação de um ambiente transacional dedicado às marcas de franquias e seus fornecedores, proporcionando mais acesso aos produtos do Banco”. Na avaliação de Yuri, outro tipo de ganho da atuação do banco de desenvolvimento no setor seria intangível e até mais importante: ouvir o setor e adaptar ou criar soluções para ele. Para isso, o BNDES estabeleceu canais de relacionamento com a ABF (Associação Brasileira de Franchising), a Asbraf (Associação Brasileira de Franqueados), os comitês de multfranqueados, o Open Franchise, as micro franquias, os franqueadores e os franqueados de todos os portes. “A expectativa é que o diálogo nos ajude a divulgar e a expandir a oferta das linhas existentes e a desenvolver novos produtos inovadores que atendam as diversas necessidades do segmento”, conclui Yuri.

FRANQUIAS QUE USAM CARTÃO BNDES



www.casadoconstrutor.com.br



www.chinainbox.com.br



www.helphome.srv.br



www.rockeribs.com.br



www.sd.com.br



www.spadope.com.br



www.tiptop.com.br



BNDES



CENÁRIO POSITIVO

Como economista-chefe da Divisão Econômica da CNC (Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo), Fábio Bentes tem amplo conhecimento sobre as dificuldades que os empreendedores enfrentam no Brasil. Estes entraves impactam diretamente na geração de emprego e renda, mas agora, com o novo Governo, ele enxerga um cenário positivo à frente. Reforma da Previdência, Reforma Tributária e a criação da Empresa Simples de Crédito (ESC) são, em sua visão, algumas das medidas essenciais para destravar a economia brasileira.



Dr. Fábio Bentes, como economista chefe da Divisão Econômica da CNC e com base nos indicadores e dados das Pesquisas de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) realizadas nos últimos meses, o senhor acredita que o percentual de famílias inadimplentes continuará crescendo no ano de 2019?

FÁBIO BENTES - Após a longa e profunda recessão de 2015/2016, a economia brasileira entrou em processo de lenta recuperação. Em 2017/2018 crescemos, em média, 1,1%, e a tendência para este ano é seguirmos nesse ritmo. Embora o nível atual de inadimplência não assuste, temos certeza de que é possível reduzi-la. Para isso são fundamentais taxas de juros menores e recuperação do emprego. Até que a economia comece a se recuperar, a tendência para os próximos meses é que a taxa de inadimplência permaneça próxima ao patamar atual.

As informações e indicadores das pesquisas de Intenção de Consumo das Famílias (ICF) realizadas pela CNC demonstram, nos últimos meses, significativa queda na intenção de consumo das famílias brasileiras. Esse fenômeno tem impactado na sustentabilidade dos milhares de empreendimentos que operam no modelo franquia empresarial (franchising). Na sua opinião, como devem comportar-se gestores de unidades franqueadas diante de situações de retração de consumo?

FÁBIO BENTES - Dos fatores que explicam as decisões de consumo dos brasileiros, poucos estão nas mãos do empreendedor, especialmente dos pequenos. Sabemos que a lentidão na recuperação do mercado de trabalho tem travado a expansão do consumo. Alavancar o consumo em um ambiente de restrição da renda levaria

o consumidor a recorrer ao mercado de crédito que, por sua vez, ainda apresenta taxas extremamente elevadas em modalidades mais populares. O que fazer então? Investir em estratégias de preços. Esse é um fator muito importante que pode reverter uma decisão de consumo. Primeiro é preciso adaptar o mix de bens/serviços ofertados à realidade do bolso do consumidor. Segundo, com a alta do dólar, aqueles que se utilizam de insumos importados terão mais dificuldades em reter repasses de preços. Portanto, vale reavaliar fornecedores da indústria nacional, que aliás, também não anda bem das pernas.

Por último, utilizar as novas tecnologias para tentar agregar serviços ao negócio. O delivery, por exemplo, é um mercado de alta concorrência e tem sido uma tendência recente do varejo agregar valor oferecendo serviços de entrega.

Pesquisas da CNC, que medem o Índice de Confiança do Empresário do Comércio (ICEC) mostram, nos últimos meses, significativos recuos. Quais fatores o senhor considera determinantes para a retomada da confiança de empresários, que operem como franqueadores e franqueados, para investir em novas unidades franqueadas?

FÁBIO BENTES - Geralmente, o empresário tem uma visão mais realista da economia que os consumidores. É natural que a mudança de governo tenha elevado as expectativas dos varejistas e de empresários de outros setores. Atualmente, o desemprego e o desequilíbrio fiscal são os maiores problemas da economia brasileira. Sem resolvermos esses problemas não vamos crescer de forma sustentável. Daí a importância de aprovarmos a reforma da Previdência Social, sem a qual dificilmente conseguiremos praticar taxas de juros mais baixas e parte dos empregos



Desemprego e o desequilíbrio fiscal são os maiores problemas da economia brasileira



perdidos durante a última recessão não conseguirão ser recuperados, na medida em que precisamos (setor público e privado) elevar a produtividade do trabalho. Em um cenário como o atual, as vendas não conseguem retomar o ritmo de crescimento necessário para reanimar os empresários a reinvestir no negócio. Ainda há muita burocracia atrapalhando o setor produtivo e acreditamos que o novo governo conseguirá melhorar esse cenário.

Na avaliação de empresários, economistas e pesquisadores, além da reforma da Previdência, a reforma Tributária é essencial para destravar o setor produtivo e levar à retomada do crescimento econômico, da geração de empregos e da distribuição de renda. O senhor acredita que a reforma Tributária que unifica cinco tributos (Imposto sobre Valor Agregado - IVA) é uma alternativa determinante para a sustentabilidade e competitividade das micro, pequenas e médias empresas que desenvolvem suas atividades no modelo franquia empresarial?

FÁBIO BENTES - Sem dúvida é importante simplificar o sistema tributário brasileiro. Não é só a carga tributária que é elevada, mas a burocracia é absurda. O empresário brasileiro gasta em média 2.000 horas por ano para o cumprimento de obrigações tributárias. Gastamos mais que a Bolívia (1.025 horas), a Argentina (311), o México (240) e, claro, a média da OCDE (160). Sua complexidade retira competitividade das empresas e gera custos desnecessários para os empresários. Unificar impostos arrecadados por diferentes esferas em um imposto de valor agregado exigirá um elevado grau de articulação política na medida em que diversas unidades da Federação e municípios apresentam graves quadros de desequilíbrios fiscais. Assim, unificar impostos por esferas de governo talvez não seja a medida ideal, mas pode ser uma solução intermediária factível.



O acesso ao crédito no Brasil é uma condição difícil para as organizações produtivas, por conta de inúmeras barreiras. A falta de garantias reais é uma das principais dificuldades enfrentadas pelos pequenos negócios na busca por um financiamento bancário, principalmente pelos que operam nas modalidades microempreendedores e micro e pequenas franquias. De acordo com estimativas do Sebrae, a criação da Empresa Simples de Crédito - ESC (Lei Complementar 167/19, 25 de abril de 2019) pode injetar R\$ 20 bilhões, por ano, em novos recursos de concessão de crédito para as micro e pequenas empresas (MPE). Pela sua experiência e estudos de políticas públicas com esse viés, o senhor acredita que a implantação da ESC nos municípios deve reduzir os custos e ampliar o acesso dos pequenos negócios ao crédito?

FÁBIO BENTES - Vejo as ESC de forma positiva, sim. Além de oferecer recursos a custos mais baixos para os demandantes, elas podem melhorar a rentabilidade de recursos excedentes nas mãos de pessoas físicas, ou seja, estimulam a poupança e melhoram a alocação dos recursos. A alta concentração é um dos principais fatores por trás dos spreads elevados praticados no País. Atualmente, cinco instituições concentram 85% do mercado. O problema é que o alcance é limitado, na medida em que o impacto potencial responde a menos de 7% da concessão anual de crédito no Brasil. Mas como uma medida complementar é bem-vinda.



Especialistas de mercado ressaltam as inovações da Medida Provisória nº 881, de 30 de abril de 2019, denominada “MP da Liberdade Econômica”, a qual “institui a Declaração de Direitos da Liberdade Econômica, estabelece garantias de livre mercado, análise de impacto regulatório e dá outras providências”, com destaque para liberdade de burocracia; liberdade de trabalhar e produzir; liberdade de crescer e liberdade de empreender. Que outras medidas o senhor destacaria da MP da Liberdade Econômica, que poderiam impactar de maneira significativa na sustentabilidade dos pequenos negócios brasileiros?

FÁBIO BENTES - A referida MP é bem abrangente e busca tornar o Estado mais regulador, moderno e digitalizado, para tentar fazer com que os negócios possam fluir com mais agilidade quando houver enfrentamento com a burocracia. Além de procurar conciliar desejos empresariais com a desburocratização e a facilitação com os negócios, há muito que se fazer, principalmente no que concerne ao tamanho da presença do Estado na economia e os custos disto, observados pela alta tributação. Na realidade, entendemos como positiva esta MP e torcemos para que produza os efeitos desejados. Ela vem para modificar a cultura da participação do Estado na economia, tentando produzir novos efeitos sobre os negócios. Não destacamos pontos da MP. E, sim, torcemos para que seus efeitos deem certo.

A Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor - GEM 2018 realizada pelo Sebrae demonstra que a mentalidade empreendedora da população brasileira ocupa posição de destaque no cenário mundial: 33% sonham ter um negócio próprio; 31,4% percebem boas oportunidades para come-

çar um novo negócio; 34,4% conhece alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos; 54,3% têm conhecimento, habilidade e experiência para iniciar um novo negócio; 56% afirmam que o medo de fracassar não impediria que comessem um novo negócio. No seu entendimento, quais fatores limitam ou impedem que o empreendedor brasileiro contribua com sustentabilidade e competitividade para o crescimento socioeconômico do país?

FÁBIO BENTES - Tornar-se empresário no Brasil significa enfrentar barreiras muitas vezes difíceis de serem transpostas. Podemos citar a burocracia a ser enfrentada nas três esferas da administração pública, a carga tributária, o custo do dinheiro, a falta de garantias ao crédito, o elevado custo dos encargos sociais e as incertezas políticas e econômicas como desincentivos ao investimento e aos negócios. A década perdida dos anos 2010 em termos econômicos, com mais de 13 milhões de desempregados, também se constitui ingrediente a mais para dificultar a retomada do crescimento

sustentado se não houver as reformas do Estado Nacional. Por tudo isso, o Doing Business do Banco Mundial coloca o Brasil em 109º lugar no ranking mundial no tocante à facilidade de se fazer negócios, segundo critérios adotados por esse organismo internacional. Nossa pior avaliação apresenta-se no tempo para abrir uma empresa, nos altos impostos cobrados, na obtenção de alvarás de construção, no baixo registro de propriedades, assim como ter pouca inserção no comércio internacional. Isso tudo nos leva ao atraso e expõe as dificuldades por que atravessam aqueles empreendedores que preferem se arriscar no mundo dos negócios, o que impede o país de crescer de forma mais rápida.

“

O empresário brasileiro gasta em média 2.000 horas por ano para o cumprimento de obrigações tributárias

”

No período compreendido de julho de 2009 a maio de 2019, 8.336,541 profissionais autônomos que desenvolviam atividades na economia informal legalizaram seus negócios por meio da opção aos benefícios e vantagens da Lei Complementar n° 128 de 19 de dezembro de 2008, tornando-se microempreendedores individuais. Desse montante, 42% estão no setor de comércio (cerca de 3.500.000 de unidades); 50% desenvolvem operações no setor de serviços (aproximadamente 4.168.000 empreendimentos), e 8% operam no setor industrial (666.000 operações). Quais outros incentivos e/ou estratégias poderiam ser implementados para combater o avanço da economia informal no Brasil?

FÁBIO BENTES - A Lei que criou o MEI representou um grande avanço no combate à informalidade no Brasil. A maior prova é já ter absorvido milhões de empreendedores informais. Nessa perspectiva, o número de inscritos como MEI vem aumentando, o que é salutar para que os negócios tornem-se formais e possam vir a crescer. Mas a lei necessita de aperfeiçoamentos como, por exemplo, elevar o valor da aposentadoria que fica limitada a um salário mínimo. No MEI, essa condição precisa ser alterada, pois existem empresários que podem contribuir com mais e, conseqüentemente, podem vir a receber benefício futuro maior. Outra coisa é a informação. Tudo relativo ao MEI apresenta-se na internet. Apesar dos esforços do governo em facilitar a vida dos empreendedores com o aplicativo no celular, a tecnologia é, em muitos casos, um entrave. Portanto, promover capacitação e estimular condições de acesso ao crédito vinculadas à formalização poderia ser um caminho, também. As prefeituras também precisariam ser mais sensíveis à questão e despendem mais energia para regularizar os formais que são MEI, mas não conseguem exercer suas atividades como poderiam e gostariam. Por exemplo, um pi-

“

**É preciso
reduzir o
tamanho do
Estado**

”

poqueiro que está inscrito no sistema MEI, mas não possui permissão para se estabelecer como tal. Por fim, a economia voltar a crescer e proporcionar oportunidades de trabalho e novos negócios. Os ciclos de prosperidade econômica são acompanhados pela elevação do emprego formal, junto com novas oportunidades empresariais, o que auxilia na redução da informalidade.

Quais outros fatores o senhor considera relevantes para o crescimento sustentável dos milhões de pequenos negócios que desenvolvem atividades nos setores comercial de serviços, industrial e agronegócios no país?

FÁBIO BENTES - Custo Brasil. Inúmeras são as barreiras ao empreendedorismo neste País. Além de todos os pontos abordados anteriormente, temos uma infraestrutura precária quando comparada a de outras economias emergentes. A produtividade é baixa. Um ranking global de competitividade publicado recentemente pelo International Institute for Management Development (IMD), escola de administração de Lausanne (Suíça), determina a capacidade de um país de criar valor agregado no longo prazo, melhorar o ambiente de negócios, alcançar crescimento sustentável e prosperidade da sociedade. Estamos mal ainda. Ocupamos a 59ª posição entre 63 países, só à frente da Croácia, Argentina, Mongólia e Venezuela. É preciso reduzir o tamanho do Estado - um sócio que fica com uma fatia equivalente a 1/3 de toda a riqueza gerada. Temos fé que o novo governo conseguirá mudar essa realidade.



Núcleo de Estudos, Pesquisas e Inteligência da Asbraf



FRANQUIA PÚBLICA

PRIVATIZAÇÃO ATRAVÉS DO FRANCHISING

Parceria público-privada voltada
para a pequena e média empresa

Tramita, no Congresso Nacional, o Projeto de Lei da Câmara dos Deputados nº 219/2015, o qual dispõe sobre o sistema de franquia empresarial – franchising, que revogará a lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994, que, no Senado Federal, obteve o parecer favorável de nº 69, em 30 de maio de 2018, do relator da Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania, senador Armando Monteiro.

Dentre as boas novas trazidas pelo projeto de lei em causa – paralelamente à incorporação das conquistas realizadas pela jurisprudência pelas boas práticas empresariais e pelas sábias lições de nossos doutrinadores –, figura, indiscutivelmente, a maior delas, qual seja, a incorporação da Franquia Pública, feita, aliás, por nossa sugestão ao tempo em que funcionávamos como um dos membros do Fórum da Franquia Empresarial criado no âmbito do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, igualmente por nossa sugestão ao então Ministro daquela pasta, senador Francisco Dornelles.

A consagração da figura da Franquia Pública, em nosso ordenamento jurídico, possibilitará, dentre outros fatores, que possamos utilizá-la como um belo e sábio instrumento de privatização da atividade pública, através do franchising, com várias vantagens sobre a privatização pura e simples de um ente público, como veremos a seguir.

PRIVATIZAÇÃO ATRAVÉS DO FRANCHISING

Quem quer que queira o apoio da opinião pública – principalmente os Governos em seus planos de mudanças estruturais – terá que formar e ter ao seu lado uma corrente de opinião que lhe seja favorável, junto à classe média, ou não chegará a lugar nenhum.

Ora, é da essência da franquia empresarial a capilaridade, isto é, a distribuição de investimentos e operações comerciais ou de serviços em um amplo espectro do território, valendo-se de empresas já existentes ou da criação de outras de micro, pequeno e médio porte. A classe média empresarial está constituída a partir de um con-

“A Franquia Pública possibilitará que possamos utilizá-la como um belo e sábio instrumento de privatização da atividade pública, através do franchising”

tingente formado por estudantes, aposentados, donas de casa, profissionais liberais e outros que resolveram ingressar na senda dos negócios.

Este raciocínio nos conduz à conclusão lógica de que a privatização, para disseminação de seu conceito básico – afastamento, em definitivo, do Estado e de suas funções não estruturais (que nada têm a ver com seu papel institucional) – no qual repousa seu sucesso, depende, substancialmente, não só da transmissão de conceitos de fácil assimilação, como da operacionalidade de simples manejo a que a franquia necessariamente nos conduz, como, aliás, é de sua própria essência.

Além do mais, a franquia pode tornar-se, claramente, um instrumento hábil de governo para atingir, além das metas meramente econômicas, os objetivos sociais de altíssimos dividendos políticos, como, por exemplo: redução da dependência de novos investimentos estrangeiros, redução do controle da economia por investidores estrangeiros já existentes e criação de novas oportunidades para pequenas e médias empresas e empresários em potencial.

Sem contar com um outro dividendo, paradoxal como possa parecer, qual seja, o de que, privatizado em seu âmago, o Brasil demonstraria, na prática, sua intenção governamental de acolher capitais privados, venham de onde vierem.



FOTO: ISTOCK

Os Correios são um bom exemplo de como o modelo de franquia pública pode funcionar

Depois de firmar-se como um dos sistemas mais eficientes de expansão de novos negócios na área comercial e de serviços em todo o mundo, o franchising está sendo adotado como alternativa prática, rápida e barata para promover a privatização de economias outrora estatizadas, como, por exemplo, as do Leste Europeu.

Em nossa opinião, não devemos esperar que os planos de privatização do governo sejam postos em execução para só depois fazer a opção pelo sistema de franchising, mas, ao contrário, torná-los uma realidade a partir da conjugação das duas iniciativas: privatização e franchising, ou, melhor dizendo, privatização através do franchising, para que sejam bem-sucedidos, pois a própria franquia já se constitui na mobilização da opinião pública.

Deve-se começar, desde já, buscando na sua operacionalização, através do franchising, a formação de uma corrente de opinião pública a ela favorável, mesmo porque, dentre outras coisas, a franquia é a maneira mais rápida e eficiente de instaurar-se uma rede de pequenas e médias empresas capaz de fortalecer a economia de qualquer região.

Há, pois, um fato amplo e infelizmente ainda ignorado - porque não devidamente divulgado - qual seja, o de que a franquia pode acelerar, tremendamente, a transformação de setor estatal em mercado privado, em uma economia na qual a privatização seja entendida como parte da política nacional, como um dos objetivos prioritários a serem atingidos.

Em verdade, em qualquer país, a privatização, por absoluta falta de comunicação, vira um monstro de sete cabeças na mente dos funcionários públicos temerosos de perder suas garantias e privilégios que não estão, na maioria dos casos, na razão direta de um bom salário, pelo contrário.

A afirmação da franquia como solução para a qualidade dos serviços a serem prestados e, principalmente, para a realização profissional e financeira de quem os presta (vide privatização dos serviços dos Correios no próprio Brasil), através da Franquia Postal, Lei nº. 11.668, de 02 de maio de 2008, mostraria aos funcionários e à opinião pública, que a execução do projeto de privatização é desejável e um bem para todos.

Animados pelas recentes experiências de países industrializados - como a Inglaterra, que

franqueou à iniciativa privada os postos de atendimentos do Correios e Telégrafos -, organismos governamentais de países do Leste Europeu, como a Polônia, Hungria e Checoslováquia encomendaram a especialistas internacionais em franchising estudos para a privatização por meio de franquia de grande parte de sua economia.

Nós, com a experiência em franchising que já possuímos no Brasil, junto ao setor privado, muito poderíamos contribuir para acelerar o processo de privatização de nossas estatais, pela ponta de suas atividades, mormente as empresas prestadoras de serviços, como as distribuidoras de energia elétrica, as responsáveis pelos serviços telefônicos, pela administração de aeroportos, de ferrovias, de terminais rodoviários e mesmo de serviços sociais, como os serviços de Assistência ao Cidadão do Estado da Bahia e os do Poupa Tempo de São Paulo, já amplamente divulgados, inclusive na obra do signatário intitulada "Franquia Público-Social – A franquia cidadã dos Entes Públicos" (Editora Lúmen Júris, 2008).

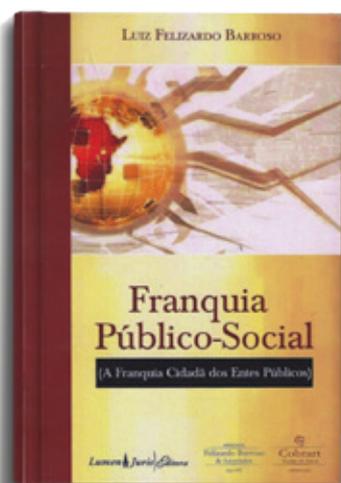
Um desses especialistas, se não o maior deles, Philip Zeidman, afirmou, enfaticamente, do alto de seus 20 anos em franchising (últimos dos quais em franchising internacional), como consultor da Europa Central e do Leste, Austrá-

“A franquia é a maneira mais rápida e eficiente de instaurar-se uma rede de pequenas e médias empresas capaz de fortalecer a economia de qualquer região”

lia, México e Argentina que: “Existe uma ligação próxima entre franquia e privatização. A franquia pode ser um dos mecanismos apropriados para transferir propriedades dos Estados para o setor privado” sem que estes percam o controle delas; acrescentamo-nos.

Ao atuarem também na iniciativa privada, as companhias estatais brasileiras passariam a produzir bens e serviços com a diversidade e a qualidade exigidas pelos consumidores nacionais locais que já dispõem de uma arma legal, para a defesa e a proteção de seus interesses, ou seja, o seu próprio Código de Defesa, podendo, assim, passar a exigir, inclusive das estatais, bons serviços e melhores produtos.

Isto sem falar no afastamento definitivo de irregularidades provenientes da corrupção e de outras práticas menos recomendáveis de enriquecimento, sem causa, eis que um dos apanágios do franchising é a transparência, através da abertura total e sincera dos dados empresariais, fundamentada no princípio do *full and fair disclosure*. A palavra de ordem é transparência para que quanto menos visibilidade houver, maior será ineficiência e maior a corrupção.



Franquia Público-Social
A franquia cidadã dos Entes Públicos

Autor: Luiz Felizardo Barroso

Editora: Lúmen Júris

Edição: 2008

Número de páginas: 166



“ Ao atuarem também na iniciativa privada, as companhias estatais brasileiras passariam a produzir bens e serviços com a diversidade e a qualidade exigidas pelos consumidores ”

Passariam, além do mais, a proporcionar aos seus funcionários um novo espectro de oportunidades de um trabalho motivador e altamente compensatório, em termos de ganhos financeiros.

Em verdade, gigantes industriais não são considerados bons candidatos ao sistema de franquias. O mesmo não se poderia dizer, porém, de certas categorias de estatais, que poderiam ingressar de forma promissora no sistema de franquias, como é, precipuamente, o caso das empresas de serviços.

Vide os exemplos dos correios na Inglaterra e já, agora, até no próprio Brasil, como o dissemos, de companhias aéreas, como a Japan Airlines, e toda a rede ferroviária daquele país, e, por fim, das empresas fornecedoras de energia elétrica da Tailândia e do Chile.

A expansão de qualquer atividade através do franchising pressupõe a existência de um trinômio, no qual A é a empresa franqueadora; B é um homem de negócios independente, que assume seus próprios riscos; e C o público consumidor.

A expansão tradicional da empresa, seja essa estatal, seja privada, conta, também, com o trinômio A, B e C, só que A é a empresa central; B é o gerente da filial, assalariado e geralmente desmotivado; e C o consumidor final.

Está concretamente provado 'que a expansão através do franchising de qualquer atividade empresarial promovida, quer por empresas privadas, quer públicas, se faz mais rapidamente, a custos bem menores e com absoluto sucesso devido à uma de suas características principais: "o olho do dono ("B") engordando o boi", segundo a sabedoria popular.

Enquanto isto, "B", que no trinômio tradicional seria o dono do negócio, é o funcionário assalariado nas empresas estatais, raramente comissionado, sem as motivações para o trabalho, o lucro, a realização pessoal e financeira sem limites, que só a iniciativa privada proporciona.

Se transformadas em franqueadoras pela ponta de suas atividades, as grandes empresas estatais brasileiras estariam menos infensas a cair, por exemplo, em mãos de capitais estrangeiros, transformarem-se em cartéis ou monopólios, além de proporcionarem maior flexibilidade operacional, suficiente para reestruturarem-se em unidades individuais separadas e viáveis, porque dinâmicas, transformadas em pequenas empresas, sem perda do seu controle central, o que apresenta-se como sua principal característica e uma vantagem sem precedentes.

Até mesmo os Estados Unidos da América do Norte, que são uma sociedade na qual o Estado sempre foi mantido longe da atividade produtiva, teve seu surto de privatizações, não necessariamente, porém, através do franchising e, talvez por isso mesmo, não tenham se saído satisfatoriamente.

A própria rede de distribuição de propriedade do Estado dirigida por um governo centralizador, geralmente despótico, exercida por um diretor nacional, com filiais em várias partes do Brasil e gerenciadas por funcionários governamentais



FOTO: FREEPIK

Toda a rede ferroviária japonesa funciona num sistema de franchising

locais, desmotivados e mal remunerados, seria transformada em uma rede de franqueados, constituídos até por ex-empregados, ex-gerentes e/ou ex-diretores que, doravante, passariam a gerenciar suas próprias unidades individuais, investindo suas reservas de dinheiro, suas indenizações trabalhistas e recebendo assistência financeira e jurídica para pagar o restante do preço de sua nova condição de franqueado, como já ocorreu recentemente no Brasil com a filial de uma empresa multinacional no ramo de seguros que, outrora, fora estatal em seu país de origem.

O conceito internacional de franchising é mais um daqueles subordinados a um fato político econômico e social de nível mundial, inextricável, qual seja, o de globalização: a privatização, o marketing, as finanças públicas e privadas, as políticas fiscais e tributárias não resistem mais a uma discussão aprisionada entre as fronteiras de um mesmo país.

Quanto ao conceito de privatização, em particular, pesquisas as mais rudimentares provaram a sua praticabilidade em países dos mais diversos continentes e de características econômicas

e políticas as mais díspares e diametralmente opostas, por ter-se adaptado à cultura e a economia dos países nos quais foi implantada.

Assim, também, a franquia no Brasil, como instrumento versátil de privatização acelerada, autossustentada e sedimentada em sólidos sentimentos de apoio da opinião pública, deve levar em consideração as tradições empresariais econômicas nacionais, em que as estatais detêm 60% ou mais de sua economia, pouco restando para as empresas privadas nacionais ou multinacionais.

Finalizando, ousamos vaticinar, sem medo de errar, que a franquia no Brasil poderá ampliar, sobremaneira as oportunidades econômicas e o potencial de privatização de maneira mais profunda, completa e sutil do que seria possível alcançar com o emprego de qualquer outro instrumento ou veículo.



Luiz Felizardo Barroso

Professor Doutor e advogado titular da advocacia Felizardo Barroso & Associados



5 EM 1

Reforma Tributária (PEC 45/19), que tramita na Câmara dos Deputados, prevê a simplificação do Sistema Tributário Nacional, com a unificação de tributos. A ideia é movimentar positivamente a economia e gerar mais emprego e renda. Baleia Rossi (MDB/SP), autor da propositura, fala sobre como a Reforma poderá evitar a desindustrialização no Brasil e de que forma o mercado de franchising será impactado.



Líder do MDB/SP na Câmara dos Deputados, Luiz Felipe Baleia Tenuto Rossi, 47 anos, iniciou sua vida pública aos 20 anos como vereador em Ribeirão Preto, cargo que ocupou por três mandatos consecutivos. Formado em Direito, também foi deputado estadual por três oportunidades, sempre eleito com mais de 200 mil votos. Agora, como deputado federal, é considerado um dos 100 parlamentares mais influentes do Congresso, segundo o Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (Diap), e trabalha principalmente pela Saúde Pública, contribuindo para melhorar os atendimentos das Santas Casas e hospitais de câncer.

Deputado, como o senhor vê a proposta de Reforma Tributária e quais os impactos esperados para o País?

DEP. BALEIA ROSSI - Nossa proposta vai simplificar o sistema, acabando com cinco impostos e deixando apenas um. Isso será feito com prazo de transição para todos se adaptarem. Os estudos mostram que o País pode crescer até 15 vezes mais, gerando emprego e renda. Além disso, queremos acabar com a guerra fiscal.

Por que decidiu tomar a iniciativa de propor a PEC 45/19?

DEP. BALEIA ROSSI - Defendo a reforma tributária desde a primeira eleição que disputei como vereador, em 1992. Como deputado federal, estou no meu segundo mandato e, em parceria com o presidente Rodrigo Maia, sentimos uma boa janela de oportunidade. Temos um parlamento com um perfil reformista com muita vontade de mudança. Então, achamos que tem de ser agora, especialmente após concluir a votação da reforma previdenciária.

O senhor acredita que pode haver um processo de desindustrialização em algumas regiões do Brasil?

DEP. BALEIA ROSSI - Esse processo já existe. A reforma tributária quer evitar essa desindustrialização. Queremos permitir que cada região exerça a atividade com seu perfil. Por exemplo, São Paulo está dando subsídio para frigorífico e Mato Grosso para montadora. Essa guerra fiscal tem que acabar.

Como sua propositura pode favorecer o mercado de franchising, considerando a substituição tributária que impede a expansão de mercado?

DEP. BALEIA ROSSI - Não há algo específico no texto da reforma que eu apresentei. O principal objetivo é a simplificação que diminua o Custo Brasil, aumente a arrecadação e gere empregos e renda. Nesse sentido, creio que todos os setores serão beneficiados de algum modo. No entanto, se houver algum setor específico que faça alguma ponderação em contrário, a Câmara dos Deputados precisa ouvi-lo.



Nenhuma proposta pode ser votada apenas com a opinião de um deputado, de um partido. Todos têm que participar. Portanto, o setor de franchising pode fazer as considerações que achar importante.

Qual sua expectativa com relação à tramitação da PEC? Podemos esperar um resultado mais rápido do que em relação à outras propostas? Se sim, por quê?

DEP. BALEIA ROSSI - No segundo semestre, o mérito vai começar a ser discutido na Comissão Especial, que é presidida pelo deputado Hildo Rocha, do MDB-MA. O relator será Agnaldo Ribeiro (PP-PB), um deputado experiente, líder da Maioria. Eu tenho certeza que eles vão apresentar um plano de trabalho que tenha celeridade e, ao mesmo tempo, permita a participação de todos os interessados. Esse é o desafio.

“**Todos os setores serão beneficiados de algum modo**”



Andrew Simek

Editor-chefe, jornalista e pós-graduado em Gestão da Comunicação e Crise de Imagem



BANCO DO BRASIL MARCA PRESENÇA NA 28ª EDIÇÃO DA ABF EXPO

O Banco do Brasil participou pelo décimo ano consecutivo da ABF Franchising Expo, a maior e mais importante feira mundial em negócios com franquias. O evento, que ocorreu na cidade de São Paulo entre os dias 26 a 29 de junho, contou com mais de 400 expositores e 65 mil visitantes.

A atuação do BB nessa edição foi inédita e diferenciada. Além do atendimento comercial aos visitantes da feira com uma equipe de especialistas em franquias no estande, 14 empresários participaram do Ideathon BB Franquia, uma maratona de ideias e de desenvolvimento

de soluções para questões que afetam o dia a dia dos franqueados.

A estratégia, que visava aproximar o BB do mercado de franquias por meio de uma construção colaborativa, cumpriu o seu papel. A metodologia do Ideathon fez com que os franqueadores pensassem nas dores do seu dia a dia e tivessem insights de soluções.

Além da satisfação dos empresários participantes, a ação ainda despertou a curiosidade dos visitantes da feira, que também puderam opinar, deixando sua sugestão no “painel de ideias”. Segundo o diretor de Micro e Pequenas Empresas do Banco, Luiz Claudio Batista,

Desenvolvendo soluções inovadoras



“os empresários perceberam, logo de início, que nós não estávamos lá para ‘vender produtos’, mas, sim, proporcionar uma experiência inovadora aos nossos clientes”.

A FORÇA DO SETOR DE FRANQUIAS

O mercado de franquias vem se destacando nos últimos anos, com crescimento acima do PIB brasileiro. No primeiro trimestre deste ano, o faturamento do setor foi de R\$ 41,4 bilhões, 7% maior que o mesmo período do ano anterior. Segundo a Associação Brasileira de Franchising, a projeção de crescimento para 2019 é de 8 a 10%, com aumento do número de vagas (5%) e de unidades franqueadas (5%), o que reforça a importância do segmento para a economia do país com geração de emprego e renda.

APOIO DO BANCO DO BRASIL

O BB apoia o sistema de franchising, desde o financiamento para abrir, reformar ou ampliar sua franquia, até soluções para facilitar o gerenciamento do seu fluxo de caixa.

O BB Franquia, por exemplo, é um programa exclusivo, criado para estimular e apoiar as empresas na expansão e modernização do sistema de franquias no Brasil, com condições exclusivas para todas as unidades franqueadas das marcas conveniadas. Para conhecer o programa, acesse bb.com.br/franquia.



FOTO: REPRODUÇÃO | ARQUIVO BANCO DO BRASIL

“Os empresários perceberam, logo de início, que nós não estávamos lá para ‘vender produtos’, mas, sim, proporcionar uma experiência inovadora aos nossos clientes”

Luiz Claudio Batista
Diretor de Micro e Pequenas
Empresas do Banco do Brasil



Banco do Brasil



DESREGULAMENTAÇÃO DA ECONOMIA: A CHAVE PARA O DESENVOLVIMENTO DOS PEQUENOS NEGÓCIOS

Enio Duarte Pinto, especialista em economia, acredita que com essa medida será ampliado o acesso ao crédito e empreendimentos mais profissionais, como redes de franquias, serão privilegiados. Na entrevista, ele cita também como o amadorismo na gestão é a principal causa de mortalidade empresarial e como fugir desse caminho.



Atual Gerente da Unidade de Relacionamento com o Cliente do Sebrae Nacional, Enio Duarte Pinto passou por algumas das mais renomadas escolas nacionais de formação de executivos, como a FGV, o IBMEC e a Fundação Dom Cabral. Foi professor de Gestão Empreendedora na UNIDF e UnB e participou de diversos cursos em instituições como o INSEAD, em Fontainebleau (França), ILO, em Turim (Itália) e Stainbeis, em Stuttgart (Alemanha).

O Relatório Executivo da Pesquisa GEM - Global Entrepreneurship Monitor 2018, patrocinada no Brasil pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), indica que, em 2018, no Brasil, a TTE (empreendedorismo total) foi de 38%, ou seja, a cada cinco brasileiros adultos, dois eram empreendedores. A partir dessa taxa, estima-se que, aproximadamente, 52 milhões de brasileiros entre 18 e 64 anos estavam liderando alguma atividade empreendedora, seja na criação e consolidação de um novo negócio, ou realizando esforços para a manutenção de negócios já estabelecidos. O senhor acredita que a retomada do crescimento econômico passa pela estruturação de programas e projetos voltados para esse significativo contingente de empreendedores?

ENIO DUARTE PINTO - De fato, 52 milhões de brasileiros empreendendo é um número muito expressivo. Para se ter uma ideia, isso é equivalente à população de uma Coréia do Sul inteira empreendendo dentro do Brasil. A questão do empreendedorismo mudou de patamar e, hoje, é quase a opção número 1 para boa parte dos jovens brasileiros. Montar startups, scaleups e vincular esse novo comportamento do jovem a essa nova forma de negócios tem sido muito estimulante para os jovens brasileiros. O que eu penso em termos de projetos voltados para esse significativo

contingente é no sentido de qualificar esses novos negócios, os aspectos quantitativos estão muito bem resolvidos, mas os aspectos qualitativos de gestão de negócios estão aí para serem vencidos. Eu vejo que o governo tem dado passos importantes, como a questão da liberdade econômica, tentando desregular a economia; como por meio das Empresas Simples de Crédito, que poderão trazer capilaridade e desburocratização do processo de acesso a crédito. Isso ainda precisa reverberar no mundo real e ganhar muito mais escala, mas o Governo Federal já começou dando passos relevantes e está no caminho certo.

A Pesquisa GEM 2018 revelou um aspecto fundamental para a compreensão do empreendedorismo, relacionando o tema com as motivações que levam as pessoas a buscar essa atividade como alternativa para sobrevivência ou realização pessoal. Para o GEM, essa classificação leva a duas categorias: empreendedor por oportunidade e por necessidade. Quais as diferenças entre essas duas categorias? Elas aplicam-se a modalidade de negócios que operam no modelo de franquia empresarial?

ENIO DUARTE PINTO - As pessoas que empreendem por oportunidade são aquelas que identificaram um nicho concreto de mercado a ser explorado, é o empreendedor vocacionado,

que se preparou e planejou o empreendimento. Quem empreende por necessidade é porque não conseguiu ingressar na sociedade produtiva como funcionário, por falta de formação ou de experiência, e tem que empreender por uma questão de sobrevivência, ou seja, inicia um empreendimento muito mais frágil, com possibilidade de mortalidade muito maior. Isso, de alguma maneira, também reverbera para o modelo de franquias: você vai ter perfis muito mais adequados de pessoas vocacionadas para o empreendedorismo, mas também pessoas que buscam a alternativa da franquia quase que buscando um emprego.

Considerando sua experiência ao longo de décadas no Sebrae na gestão de atendimento a empresários, empreendedores, micro e pequenas empresas, quais os principais fatores favoráveis e limitantes para a abertura e manutenção de um negócio franqueado? Na sua opinião, existe ambiente para empreender no Brasil?

ENIO DUARTE PINTO - Eu vejo o mercado como bastante favorável para franquias. Nós temos um país de dimensões continentais, mas com um consumo padronizado: o que se compra no Ceará, se assemelha ao que se compra no Rio Grande do Sul, o que amplia o potencial para trabalho com franquias. Também há um contingente muito grande de pessoas que querem empreender e não possuem formação ou experiência empresarial e aí eles já podem pegar uma carona na franquia. O grande diferencial da franquia é justamente não reinventar a roda, mas pegar carona no sucesso de modelos de negócio consolidados. O ambiente de negócios no Brasil vem melhorando bastante. Há um grande esforço de simplificação de

questões tributárias, de ampliação do acesso a crédito, de destravamento da economia e desregulamentação. E isso tudo tende a privilegiar empreendimentos mais profissionais, como no caso das redes de franquia.

Quais os principais gargalos de gestão que afetam a sustentabilidade e competitividade dos pequenos negócios que operam na condição de franqueados?

ENIO DUARTE PINTO - A competitividade das redes de franquia está muito vinculada ao conjunto de serviços prestados pelo franqueador, mas, principalmente, à qualidade dos processos seletivos de candidatos a franqueados, avaliando se eles possuem perfis adequados para tocar o negócio e trabalhar alinhados às regras estabelecidas pelo franqueador. O brasileiro possui uma alma empreendedora, mas também valoriza autonomia e livre arbítrio, o que pode conflitar com alguns dos regramentos já definidos por uma rede de franquias.

Quais políticas governamentais deveriam ser aperfeiçoadas para melhoria das condições para empreender no país?

ENIO DUARTE PINTO - As políticas mais tradicionais dirigidas para a melhoria do ambiente são as de desburocratização geral de processos, de redução de carga tributária e de facilitação de acesso a crédito. Tudo é muito bem-vindo e deve ser alinhado a uma oferta ampla de serviços para apoio à gestão, com capacitação, consultoria e orientação em larga escala para os empreendedores, o que é feito, de alguma maneira, pelo Sebrae.



O ambiente de negócios no Brasil vem melhorando bastante





Como um dos idealizadores do Microempreendedor Individual (MEI) aconselharia o MEI formalizado a desenvolver seus negócios e/ou atividades na nova tendência do mercado de franchising, denominada microfranquia?

ENIO DUARTE PINTO - A possibilidade de aquisição de uma microfranquia é sempre muito bem-vinda. A mortalidade empresarial, quando se trata de franquia, é muito inferior à de negócios independentes. No caso da franquia, você não reinventa a roda, você pega carona no sucesso de terceiros, atuando em rede, socializando custos, aprendendo com a rede como um todo e ganhando com o marketing de rede que se consegue desenvolver através da franquia, o que dá uma segurança muito grande.

A falta de conhecimentos e competências de empreendedores para a gestão das áreas básicas de um pequeno negócio (finanças, marketing, vendas, produção, atendimento de clientes) pode ser considerada uma das principais causas do insucesso de empreendimentos franqueados?

ENIO DUARTE PINTO - As causas de insucesso de franquias são muito próximas do que acontece em negócios individuais. O amadorismo na gestão é a principal causa de mortalidade empresarial. Uma questão que cabe reflexão é que, quando um indivíduo faz a opção de empreender por meio de uma franquia, é porque ele já quer receber um pouco de tudo isso de forma mais mastigada e sanar essa lacuna de domínio do profissionalismo na gestão através do suporte e dos serviços que ele recebe do franqueador. Sempre que o empreendedor tiver experiência nessas áreas de gestão ele agrega valor ao que já existe e é entregue pelo franqueador. Ele pode, inclusi-

ve, apoiar o franqueador no desenvolvimento de boas práticas de gestão e na lapidação daquelas já existentes na rede de franquias e que podem ser incorporadas pela rede como um todo.

Pela sua experiência, os desafios de poucos anos de estudos de cidadãos empreendedores contribuem para a elevada taxa de mortalidade de empresas?

ENIO DUARTE PINTO - Esse elemento contribui para o cenário: quanto mais formação o cidadão tiver, ou seja, mais conhecimento e informação

ele tiver sobre tudo e todos, maior a possibilidade de ele ser bem-sucedido em seu empreendimento pela maior compreensão de mundo que possui. Todavia, isso também tem que se desdobrar em práticas de gestão, não ficando somente nos aspectos teóricos. Os aspectos comportamentais e atitudinais nos aspectos de gestão de negócios, franqueados ou não, são críticos para o sucesso empresarial. Mais informação e conhecimento são sempre muito bem-vindos, mas o empreendedor intelectualizado, mas com uma atitude pouco empreendedora, não terá muito mais benefício por possuir mais anos de estudo.

O sistema de franchising, ou seja, franqueadores de marcas ou de serviços, utiliza-se do mecanismo “repassa ou recompra de loja franqueada”, não considerando essa ocorrência como mortalidade, o que implica numa baixa taxa de fechamento, entre 2% a 3%, de negócios franqueados. Essa estratégia reflete a realidade dos percentuais da mortalidade de operações franqueadas?

ENIO DUARTE PINTO - Sim, essa atividade de recompra da loja, não registrando que o empreendimento não teve êxito, ajuda a ter esse indicador



A mortalidade empresarial, quando se trata de franquia, é muito inferior à de negócios independentes





de sucesso dos sistemas de franquia, o que não se torna fidedigno por essa questão. Mas, mesmo se todos esses casos de repasse ou recompra de lojas franqueadas fossem registrados como mortalidade, ainda seria um cenário mais interessante do que no mundo dos empreendimentos individuais. As taxas históricas de modalidade até dois anos de operação, no Brasil, giram em torno de 27% a 30% do total de negócios que abrem, o que é uma taxa elevadíssima. Além do aspecto econômico, a dimensão humana por trás dessa mortalidade também é grave. Muitas vezes, o empreendedor que acompanha a morte do seu empreendimento se vê depois com o nome sujo na praça, devendo a fornecedores, o que dificulta que ele ingresse novamente na economia, montando um segundo negócio em função desse grau de endividamento e somado a problemas de certidões necessárias para iniciar um novo negócio.

Como economista e especialista em atividades empreendedoras, geração de empregos e renda, qual a importância que um investidor interessado no sistema de franquia (tornar-se um franqueado) deve dar ao plano de negócios (taxas de adesão e publicidade, royalties mensais, retorno dos investimentos) apresentado pelo franqueador?

ENIO DUARTE PINTO - O candidato a franqueado deve levar muito a sério toda essa documentação prévia que ele recebe do franqueador. É fundamental que ele faça entrevistas com diversos franqueadores e se relacione mais profundamente com alguns antes de definir por qual irá optar, não se precipitando nessa decisão, já que poderá avaliar claramente as condições de sua relação futura com o seu franqueador. Ele também deve considerar algumas questões mais básicas, como: qual é a situação da loja que fatura mais na rede? Qual é a da loja que fatura menos? Até para ele ter uma visão de futuro de como será o seu negócio. Também é interessante perguntar quantas lojas próprias o franqueador tem, até porque, se é um excelente negócio, o franqueador também deverá ter um número significativo de unidades próprias.



Núcleo de Estudos, Pesquisas e Inteligência da Asbraf

MP 881 DA LIBERDADE ECONÔMICA

IMPACTOS NA SUSTENTABILIDADE E COMPETITIVIDADE DOS PEQUENOS NEGÓCIOS



FOTO: PEDRO FRANÇA | AGENCIA SENADO

O contexto de incertezas em que se encontram milhões de empreendimentos individuais formais e informais e profissionais autônomos no País exige transformações culturais profundas através de propostas metódicas de redescobrimto que permitam uma tomada de consciência da realidade.

Estudos realizados pelo Sebrae em parceria com reconhecidas instituições de pesquisas demonstram que as micro e empresas de pequeno porte constituem-se agentes determinantes do crescimento socioeconômico em todos os países

do mundo, independentemente do seu estágio de desenvolvimento, modelo econômico ou sistema de governo. Os indicadores quantitativos e qualitativos desses estudos ressaltam que, na China, no Japão, na Austrália e na maioria dos países que integram a União Europeia, os micro e pequenos negócios representam entre 96% a 99% do total dos empreendimentos.

José Samuel de Miranda Melo Júnior, em sua tese de doutorado na Escola Brasileira de Administração e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas – FGV¹, afirma que:

“Nas nações em desenvolvimento, a participação das micro e pequenas empresas é ainda mais expressiva e o seu papel mais relevante, pois contribuem para o crescimento econômico, a criação de empregos, geração de renda e o desenvolvimento local e regional.”

O estudo Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira, publicado no ano de 2015 pelo Sebrae², indica que as micro e pequenas empresas respondem por, em média, 27% do PIB brasileiro, são responsáveis por 52% do total de empregos com carteira assinada e representam mais de 95% do total das empresas brasileiras.

Segundo o Data Sebrae³, 18.188.657 micro e pequenas empresas desenvolvem atividades no Brasil, distribuídas nas seguintes modalidades jurídicas: 8.336.541 Microempreendedores Individuais – MEI, 4.477.473 Produtores Rurais, 4.143.505 Microempresas, 1.130.679 Empresas de Pequeno Porte e 130.459 Artesãos.

A Pesquisa Economia Urbana Informal – IBGE – ECINF 2003⁴, que investigou o funcionamento e a capacidade de geração de postos de trabalho e de rendimento de 10.335.962 de pequenas unidades produtivas do setor informal urbano do País, confirma sua atuação em todos os estados da Federação, nos quais esses pequenos empreendimentos desempenham significativo papel nas relações de negócios e de serviços junto às populações menos favorecidas, sobretudo nas regiões metropolitanas das capitais brasileiras e nos milhares de pequenos municípios localizados em todas as regiões do país.

A percepção do impacto socioeconômico dos pequenos negócios informais no País, se considerarmos a relação das 13.860.868 pessoas que desempenham atividades nos 10.335.962 empreendimentos informais (ECINF/IBGE-2003) com o grupo familiar, alcança o expressivo contingente de 41.582.604 pessoas, (13.860.868 x 3 pessoas por grupo familiar = 41.582.604), que representa 19,9% da população de 208.494.900 habitantes do País (IBGE Projeção População 2016).

AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS REPRESENTAM



**DO PIB
BRASILEIRO
(EM MÉDIA)**



**DO TOTAL
DE EMPREGOS
COM CARTEIRA ASSINADA**



**DO TOTAL
DAS EMPRESAS
BRASILEIRAS**

Durante as três últimas décadas, o Sistema Sebrae e várias entidades representativas de micro e pequenas empresas trabalharam intensamente junto aos governos federal, estadual e municipal para a implementação de políticas públicas de apoio aos pequenos empreendimentos, de modo a contribuir, de fato, para a criação de um ambiente político e institucional favorável ao desenvolvimento dos pequenos negócios em todas as regiões do país.

Nesse longo período de articulações, debates e discussões, foi promulgada, em 14 de dezembro de 2006, a Lei Complementar Federal 123, que instituiu o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, verdadeiro marco histórico na construção deste ambiente favorável, cuja implementação esbarrou na burocracia e em atos normativos da administração pública federal, incluídas as autarquias e as fundações públicas, que não sofreram as necessárias análises técnicas, estruturais e operacionais de impactos regulatórios sociais e econômicos junto às micro e pequenas empresas.

“O PLV prestigia o particular e insurge-se contra os excessos de intervenção do Estado”

A Medida Provisória nº 881/2019, hoje Projeto de Lei de Conversão (PLV) nº 17/2019, instituiu a Declaração de Direitos de Liberdade Econômica, estabelecendo regras aptas a garantir o livre mercado e a análise de impacto regulatório, tendo em vista que o Estado é agente normativo e regulador da atividade econômica, à luz dos artigos 170 e 174 da Constituição Federal.

o particular e insurge-se contra os excessos de intervenção do Estado, estimulando o empreendedorismo e o desenvolvimento econômico, e, desse modo, cuidou de estabelecer as “regras do jogo” para a Administração Pública e os particulares envolvidos em atividades econômicas. A ideia é exigir que o Poder Público dispense tratamento normativo adequado e isonômico aos particulares, livrando-os das incertezas e de injustiças, presumindo-lhes a boa-fé (art. 2º, II, art. 3º, V, art. 25, II, art. 26, V, art. 28, XII). O PLV aborda regras do poder público não apenas em atuação administrativa de fiscalização, mas também em procedimentos judiciais e extrajudiciais de cobrança de créditos. De um lado, o PLV busca eliminar ou reduzir procedimentos administrativos e burocracias que dificultam o exercício da atividade econômica e consomem tempo e recursos públicos, estabelecendo, como princípios, a presunção da liberdade no exercício da atividade econômica e a intervenção mínima, subsidiária e excepcional do Estado nas atividades econômicas (art. 2º, I e III).

Dentre os princípios jurídicos do PLV, está o estímulo para a criação de um ambiente comprometido com a sustentabilidade e a competitividade dos pequenos negócios, em especial os empreendimentos que operam na modalidade microfranquia, destacam-se:

- **Liberdade de burocracia:** retira qualquer tipo de licença, incluindo alvará de funcionamento, sanitário e ambientais para atividades de baixo risco, independentemente do tamanho da empresa.
- **Liberdade de trabalhar e produzir:** limita as opções pelas quais o poder público e os sindicatos podem restringir horários de funcionamento do comércio, serviço e indústria. A medida prevê que o horário de funcionamento só será limitado “se for para observar o sossego” ou as regras de condomínios.
- **Liberdade de definir preços:** a medida impede que leis sejam manipuladas de forma a diminuir a competição e o surgimento de novos modelos de negócios;
- **Liberdade contra arbitrariedades:** o texto impede que fiscais tratem dois cidadãos em situações similares de forma diferente.
- **Liberdade de ser presumido de boa-fé:** a medida, segundo o governo, diz que qualquer dúvida na interpretação do direito deve ser resolvida no sentido que mais respeite contratos e atos privados.
- **Liberdade de modernizar:** a medida prevê que normas regulatórias que estejam desatualizadas tenham um procedimento que afasta os efeitos de suas restrições para não prejudicar os cidadãos.
- **Liberdade de inovar:** nenhuma licença poderá ser exigida enquanto a empresa estiver testando, desenvolvendo ou implementando um produto ou serviço que não tenham riscos elevados. Trata-se de uma imunidade burocrática para milhares de negócios.
- **Liberdade de pactuar:** contratos empresariais não poderão ser alterados judicialmente, incluindo sobre normas de ordem pública, se entre as partes tiverem sido livremente pactuadas.
- **Liberdade de redigir contratos com padrão internacional:** decisões judiciais não poderão fazer revisões de contrato salvo em casos estritos e necessários.

■ **Liberdade de não ficar sem resposta:** todo pedido de licença ou alvará terá que ter um tempo máximo, que, quando transcorrido, significará aprovação pelo silêncio. O tempo não está estipulado no texto.

■ **Liberdade de digitalizar:** com a medida, todos os papéis poderão ser digitalizados e descartados, de acordo com melhores práticas o que deve diminuir os custos de empresas com armazenagem e compliance de obrigações.

■ **Liberdade de crescer:** a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) poderá retirar requerimentos para simplificar de imediato a carga burocrática para sociedades anônimas, incluindo para o acesso de pequenas e médias empresas ao mercado de capitais.

■ **Liberdade de empreender:** decisões judiciais não poderão mais desconsiderar a personalidade jurídica sem demonstrar que esteja presente a má-fé do empresário, devendo a jurisprudência do STJ ser aplicada para todos, inclusive para aqueles cidadãos que não têm condições de recorrer até os tribunais superiores para garantir a aplicação da interpretação consolidada.

■ **Liberdade contra abusos:** o texto cria uma previsão chamada de abuso regulatório, situação em que o regulador passa dos limites permitidos pela lei para prejudicar o cidadão, gerando indevidas distorções econômicas.

■ **Liberdade de regulação econômica:** pelo texto, nenhuma nova regulação com grande impacto sobre a economia poderá ser editada sem análise de impacto regulatório.

■ **Liberdade de regularização societária:** as sociedades limitadas unipessoais passarão a ser regularizadas de fato na forma da lei.

■ **Liberdade de riscos contratuais:** com a medida, será lícito e respeitado o direito das partes de pactuarem com a alocação de riscos em decorrência de revisão contratual.

Os agentes do Sistema de Franchising Brasileiro, representados por milhares de empresas e empreendimentos que desenvolvem seus negócios nas modalidades franqueadores e franqueados, defendem o pressuposto básico da teoria liberal, que se fundamenta na emancipação da economia de qualquer dogma externo a ela mesma.

A redução da intervenção do Estado e a confiança de que as forças de mercado possam promover o desenvolvimento econômico e também o social são os principais atributos que norteiam as relações entre as parcerias de negócios que operam no modelo de franquia empresarial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.

1. Longevidade das micro e pequenas empresas prestadoras de serviços: um estudo das dimensões organizacionais e suas implicações. FGV – EBAPE. Rio de Janeiro. 2012.



2. Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira. Relatório Executivo. Sebrae.



3. Perfil dos Pequenos Negócios. DataSebrae.



4. Economia Informal Urbana - 2003. IBGE.



Soraya Thronicke

Senadora (PSL/MS) e vice-presidente da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas

EMPRESA SIMPLES DE CRÉDITO (ESC)

DEVE CONTRIBUIR PARA REDUÇÃO DE JUROS PARA **MILHARES DE FRANQUEADOS**

A lei que cria a Empresa Simples de Crédito (ESC), sancionada pelo presidente Jair Bolsonaro (PSL) em 24 de abril de 2019, deve contribuir para a redução da taxa de juros para milhões de pequenos empreendimentos no País.

Essa é a expectativa da Asbraf (Associação Brasileira de Franqueados), que aponta que, dentre os principais beneficiados com a nova legislação, estarão as empresas que se enquadram na figura jurídica, microempreendedores individuais (MEI), microempresas e as operações que desenvolvem suas atividades como unidades franqueadas e microfranquias, consideradas a nova tendência de negócios no sistema de franchising, e que possuem operações com investimento inicial de até R\$ 90 mil.

“Estudos preliminares do Sebrae estimam que, se mil pequenos investidores aderirem à figura jurídica da Empresa Simples de Crédito (ESC), o mercado de crédito aos pequenos negócios poderá receber uma injeção de R\$ 20 bilhões”, aponta o presidente da Asbraf, Raul Canal.

O presidente da Associação considera a ESC uma política pública geradora de empregos, postos de trabalho e renda, que, seguramente, impactará na sustentabilidade de milhares de empreendimentos e empresas que atuam na modalidade Franquia Empresarial, representados, segundo a Associação Brasileira de Franchising – ABF, por 153.704 unidades franqueadas que foram

responsáveis por um faturamento de R\$ 174,843 bilhões, distribuídos em 2.877 redes e que geraram 1.299.145 empregos.

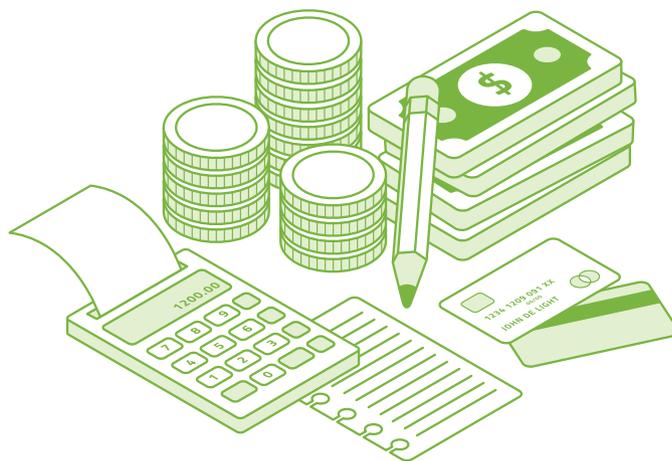
“Esse espetacular contingente de pequenos negócios e o novo formato de franquia empresarial conhecido como microfranquias passam a contar com uma política de acesso ao crédito inovadora, desburocratizada e fortalecedora do desenvolvimento local”, afirma Raul Canal.

O estudo desenvolvido pela Asbraf, Categorias Profissionais que Operam nos Setores Serviços, Comércio e Indústria como Microempreendedor Individual (MEI), mostra que 570 categorias profissionais que desenvolvem atividades nos setores do comércio, serviços e indústria, dentre os quais se enquadram centenas de microfranquias, optaram pela legalização dos seus negócios por meio da figura do MEI.

Desde o início da Lei Complementar nº 128, em 19 de dezembro de 2008, já foram realizadas 8.336.541 formalizações de microempreendedores individuais. Esse significativo contingente de pequenos empreendimentos aliado às 4.911.277 microempresas e empresas de pequeno porte em operação no país, segundo o DataSebrae 2019, no qual figuram milhares de unidades franqueadas, totalizam 13.247.818 pequenos negócios que poderão usufruir da democratização do acesso ao crédito, atributo básico que norteou a criação das Empresas Simples de Crédito – ESC.

MICRO EMPREENDEDORES INDIVIDUAIS BRASIL

Os números a seguir correspondem às quatro primeiras posições dos setores Serviços, Comércio e Indústria nas categorias profissionais enquadradas na Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE, totalizando 12 enquadramentos dentre as 558 categorias profissionais identificadas pela figura jurídica Micro Empreendedor Individual, no período de Julho/2009 a Abril/2019.



	CNAE	DESCRIÇÃO CNAE	TOTAL OPTANTES	%
1	9602501	Salão de cabeleireiros e afins	658.548	7,90
2	4399103	Serviços de pedreiro	366.591	4,39
3	7319002	Promotora de vendas, distribuição de panfletos, demonstração de produtos em pontos de vendas	228.921	2,74
4	9602502	Serviços de higiene e beleza, manicure, maquiagem, depilação, estética, calistas	175.716	2,11
1	4781400	Comércio varejista de artigos e acessórios do vestuário	651.281	7,81
2	5611203	Lanchonete, casas de chás, sucos e afins (serviços de alimentação)	223.127	2,67
3	4712100	Mercearias, armazéns, empórios, mini mercados	201.516	2,42
4	5620104	Fornecimento de alimentos preparados, marmitex, pizzarias (sem consumo local)	191.495	2,30
1	1412602	Confecção de roupas sob medida (alfaiates, costureiras)	80.635	0,98
2	3299099	Fabricação de artigos diversos (artesanato em materiais diversos)	61.771	0,74
3	1091102	Fabricação de produtos de padaria e confeitaria com predominância de produção própria	59.309	0,71
4	3101200	Marceneiro (fabricação de móveis com predominância de madeira)	59.167	0,71
TOTAL			2.958.077	35,48
-	-	Outras 558 categorias profissionais	5.378.464	64,52
TOTAL GERAL			8.336.541	100,00

Legenda:

- Setor Serviços
- Setor Comércio
- Setor Indústria



Núcleo de Estudos, Pesquisas e Inteligência da Asbraf



EDUCAÇÃO

FATOR ESSENCIAL À SUSTENTABILIDADE DE NEGÓCIOS FRANQUEADOS

O desenvolvimento de competências gerenciais nos pequenos negócios que operam na modalidade franquia empresarial, ou seja, na condição de franqueados, deve necessariamente orientar-se por soluções e instrumentos que amenizem os principais gargalos e problemas que afetam esses empreendimentos e considerar o nível de escolaridade, isto é, a capacidade de escrita (letramento) e matemática (numeramento) do público-alvo atendido pelos instrumentos mobilizadores disponibilizados pelos franqueadores, tais como informações técnicas, cursos, consultoria em gestão nas áreas de planejamento, produção, mercado, marketing, finanças, recursos humanos, atendimento ao cliente, dentre outras áreas de conhecimento relacionadas com gestão de negócios.

Pesquisas realizadas pelo Instituto Paulo Montenegro/IBOPE - INAF/BRASIL, em 2018, demonstram que grande parte dos brasileiros, em torno de 29% entre 15 e 64 anos, que estudaram até a 4ª série do ensino fundamental atinge no máximo o grau rudimentar de alfa-

betismo, quer dizer, localizam somente informações explícitas em textos curtos e efetuam operações matemáticas simples, mas não compreendem textos mais longos nem definem estratégias de cálculo para resolução de problemas.

Segundo o Instituto Paulo Montenegro, apenas 45% dos entrevistados que chegaram ao ensino médio situam-se nos dois níveis mais altos das escalas de Alfabetismo do INAF (Indicador de Alfabetismo Funcional), sendo considerados funcionalmente alfabetizados, demonstrando que o fato de terem frequentado escola não assegura que tenham suficientes habilidades para fazer uso da leitura e da escrita em diferentes contextos da vida cotidiana.

Os analfabetos funcionais – equivalentes, em 2018, a cerca de três em cada dez brasileiros –



FOTO: FREEPIK



têm muita dificuldade para fazer uso da leitura, da escrita e das operações matemáticas em situações da vida cotidiana, como reconhecer informações em um cartaz ou folheto ou ainda fazer operações aritméticas simples com valores de grandeza superior às centenas.

PIRÂMIDES EMPRESARIAL, OCUPACIONAL E EDUCACIONAL

Os números apresentados pelo estudo Análise Situacional dos Indicadores das Pirâmides Empresarial, Ocupacional e Educacional no Brasil, desenvolvido pelo Centro de Estudos e Pesquisas de Mercado da Asbraf (Associação Brasileira de Franqueados), revelam um diagnóstico bastante preocupante quanto ao elevado índice de evasão escolar nos três níveis de ensino: Ensino Fundamental, Ensino Médio e Ensino Superior.

As taxas de evasão escolar, considerando-se as matrículas, em 2017, nos ensinos fundamental e médio e, em 2016, no ensino superior, demonstram que 71%, o que representa 19.417.696 dos alunos matriculados no ensino fundamental, não ingressaram no Ensino Médio. Dos alunos matriculados no ensino médio, 6.760.935 (85,25% do total de alunos) não atingiram o ensino superior, o que indica que somente 1.169.449 alunos (14,74% do total matriculados no ensino médio), ingressaram no ensino superior.

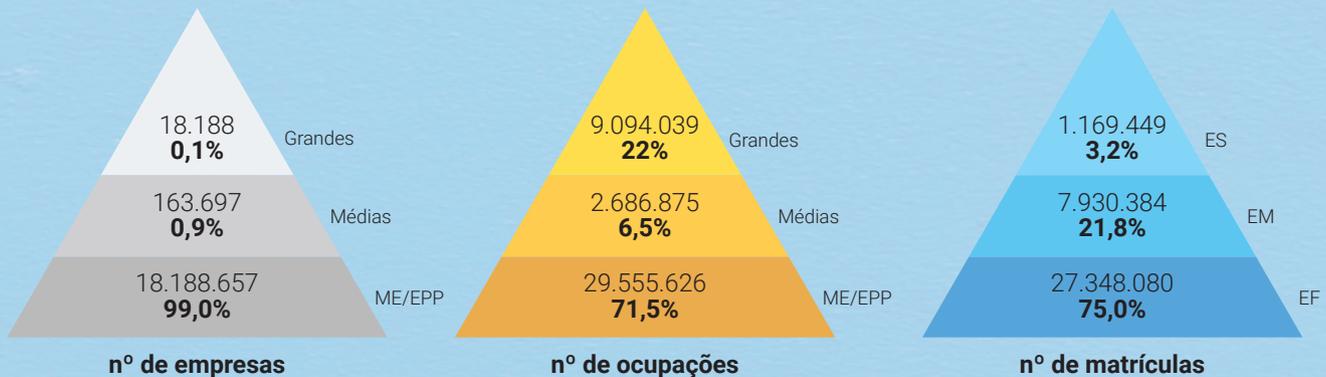
Os números indicam que milhões de jovens e adultos ficam à margem do sistema

educacional brasileiro. Um processo seletivo afunilado, alicerçado nas desigualdades sociais e na necessidade de sobrevivência dificulta as oportunidades de negócios e o acesso desse contingente de pessoas a ocupações e empregos. O baixo nível de escolaridade, representado por insuficientes anos de estudos, impede uma formação adequada, com a consequente falta de conhecimentos e habilidades para gerir um negócio, principalmente no modelo franquia empresarial, que requer do gestor de uma unidade franqueada, realizações padronizadas de processos de trabalhos, rotinas, procedimentos, tarefas e operações que integram o formato idealizado e desenvolvido pelo franqueador.

A quantidade de pessoas com baixo nível de escolaridade, que ficam à margem do sistema educacional brasileiro, e a expressiva absorção desse contingente pelas micro e pequenas empresas, reforçam a necessidade de que empresas franqueadoras desenvolvam mecanismos e instrumentos instrucionais e didáticos que amenizem os problemas provocados pela evasão escolar, cujos efeitos repercutem diretamente nos processos de transferência de conhecimentos e habilidades, ou seja, no desenvolvimento das competências básicas requeridas para que empreendedores e empresários franqueados gerenciem suas atividades profissionais e seus negócios com mais competência, segurança e equilíbrio.



BRASIL: EDUCAÇÃO, EMPRESAS E OCUPAÇÕES



EF = Ensino Fundamental EM = Ensino Médio ES = Ensino Superior ME = Micro Empresa EPP = Empresa de Pequeno Porte

Fonte: Censo Escolar 2017, Censo da Educação Superior 2016 e DataSebrae.

O conhecimento do Indicador de Alfabetismo Funcional – INAF por parte dos gestores, coordenadores, técnicos, supervisores de campo das franqueadoras, responsáveis pela realização dos processos de atendimento às redes franqueadas, sobretudo da nova tendência denominada microfranquia, é fator crítico de sucesso para a implementação de programas de apoio e orientação continuada com foco na sustentabilidade e competitividade de empreendimentos e negócios que atuam no Sistema de Franchising brasileiro.

“O baixo nível de escolaridade (...) impede uma formação adequada, com a consequente falta de conhecimentos e habilidades para gerir um negócio”



José Antonio Ramalho
Diretor de Gestão e Controle Organizacional da Asbraf

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.





BENEFÍCIOS DA LEI 13.352/16 EM OPERAÇÕES FRANQUEADAS

A adoção dos benefícios da Lei 13.352/2016 que dispõe sobre o Contrato de Parceria por empresas que operam no segmento Saúde, Beleza e Bem-Estar na condição jurídica franqueado

A Lei nº 13.352, de 27 de outubro de 2016, conhecida como Lei Salão Parceiro, altera a Lei nº 12.592, de 18 de janeiro de 2012, para dispor sobre o contrato de parceria, ou seja, sem vínculo empregatício, entre os profissionais que exercem as atividades de cabeleireiro, barbeiro, esteticista, manicure, pedicure, maquiador e depilador e pessoas jurídicas registradas como salão de beleza.

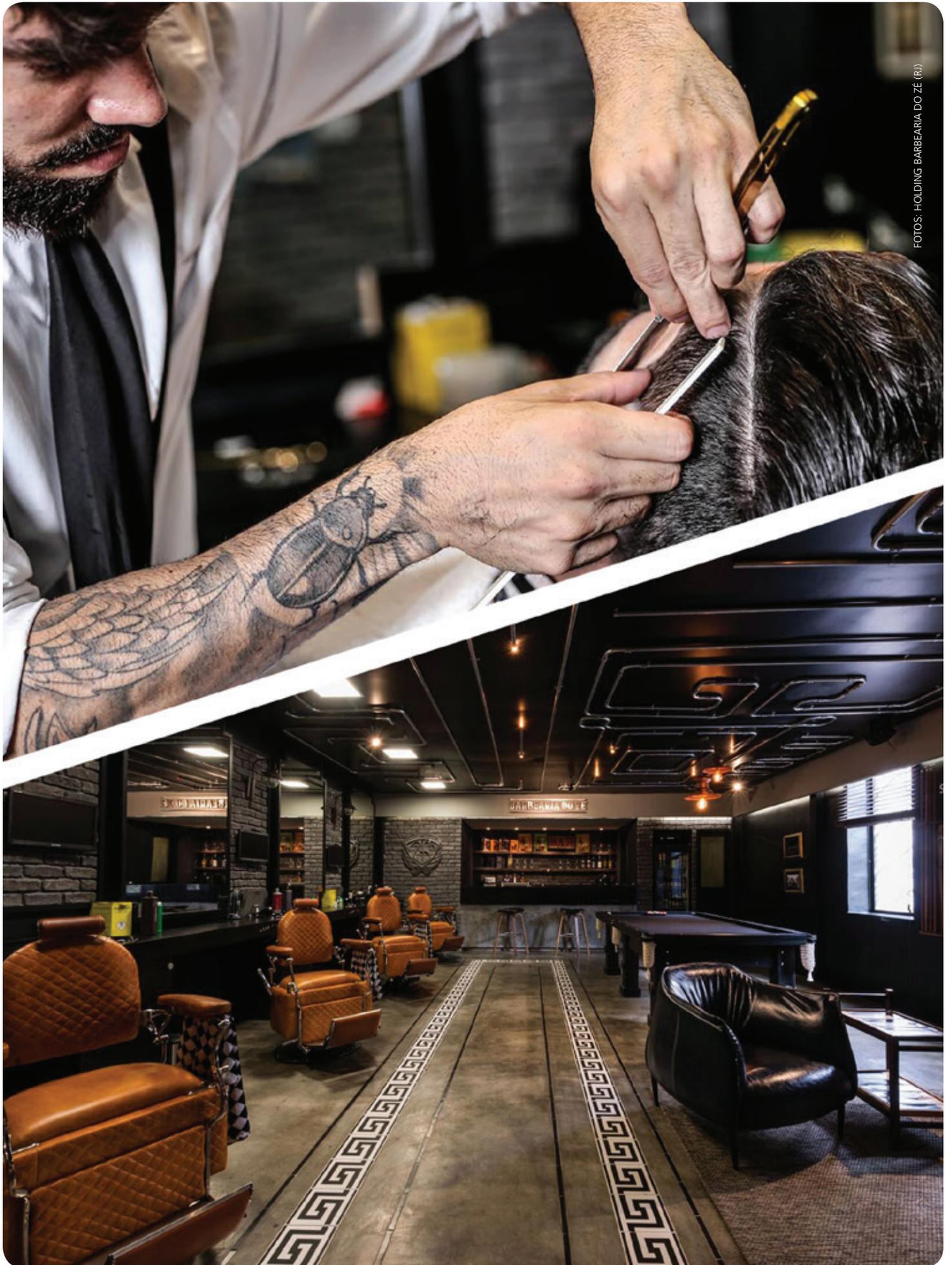
O mercado de beleza brasileiro representa 6,2% do consumo mundial, o que demonstra a força e a importância do Brasil nesse setor. Em 2018, as vendas totalizaram R\$ 109,7 bilhões. Hoje, o Brasil é o quarto país com maior mercado de estética no mundo, atrás apenas dos Estados Unidos, que têm 18,3%; da China, com 12,7%; e do Japão, com 7,7%. Juntos, os quatro somaram uma movimentação de mercado da ordem de US\$ 219 bilhões, de acordo com a Euromonitor International, em 2018.

O mercado de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos registrou crescimento do emprego na atividade industrial pelo segundo ano conse-

cutivo. De acordo com a ABIHPEC (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos), em 2018, foram produzidos 125,7 mil empregos, uma alta de 4,3% na comparação com 2017, quando foi registrada a criação de 120,5 mil vagas. Considerando além da indústria, operações de franquias, salões de beleza e consultores de venda direta, o setor totalizou 5,4 milhões de oportunidades de trabalho geradas em 2018, 1% a mais do que em 2017 (5,3 milhões).

O Segmento de Saúde, Beleza e Bem-Estar atingiu em 2018, conforme dados divulgados pela ABF (Associação Brasileira de Franchising), um faturamento de R\$ 31,907 bilhões, que, comparado com o de 2017, representa um aumento de 6,3%. No primeiro trimestre de 2019, o faturamento desse setor foi de R\$ 7,662 bilhões, que, comparado com o faturamento do primeiro trimestre de 2018, representa um aumento de 9,2%.

Nesse segmento, destacam-se milhares de empreendimentos franqueados nos ramos de salões, clínicas de beleza e SPA, localizados



FOTOS: HOLDING BARBERIA DO ZÉ (RU)



em todas as regiões brasileiras, cujos processos de trabalhos, procedimentos e serviços técnicos especializados realizam-se por meio de profissionais nas categorias econômicas cabeleireiro, barbeiro, esteticista, manicure, pedicure, maquiador e depilador previstos pela Lei nº 13.352 de 27 de outubro de 2016.

A nova lei proporciona ao negócio franqueado a possibilidade de redução dos custos decorrentes da contratação dos profissionais como pagamentos de horas extras, FGTS, férias, 13º salário, entre outros, uma vez que não existe relação de emprego. O risco de surpresas com ações trabalhistas, que quase sempre comprometem o equilíbrio financeiro das empresas, está descartado desde que o Contrato de Parceria firmado entre o salão-parceiro e o profissional-parceiro contenha as cláusulas obrigatórias previstas na Lei nº 13.352, de 27 de outubro de 2016, e essas sejam rigorosamente cumpridas pelas partes envolvidas.

A adoção, por unidades franqueadas que operam no segmento de Saúde, Beleza e Bem-Estar, do contrato de parceria entre salão-parceiro e profissional-parceiro deverá considerar o impacto que as cláusulas obrigatórias desse instrumento legal poderá causar ao sistema padrão desenvolvido pelo franqueador para a operação e administração da unidade franqueada, principalmente quanto à prestação de serviços técnicos especializados realizados pela equipe de profissionais da unidade franqueada, que tem foco na excelência do atendimento a clientes e consumidores.

As cláusulas do Contrato de Parceria devem obrigatoriamente determinar:

- I** – percentual das retenções pelo salão-parceiro dos valores recebidos por cada serviço prestado pelo profissional-parceiro;
- II** – obrigação, por parte do salão-parceiro, de retenção e de recolhimento dos tributos e contribuições sociais e previdenciárias devidos pelo profissional-parceiro em decorrência da atividade deste na parceria;
- III** – condições e periodicidade do pagamento do profissional-parceiro por tipo de serviço oferecido;
- IV** – direitos do profissional-parceiro quanto ao uso de bens materiais necessários ao desempenho das atividades profissionais, bem como sobre o acesso e circulação nas dependências do estabelecimento;
- V** – possibilidade de rescisão unilateral do contrato, no caso de não subsistir interesse na sua continuidade, mediante aviso prévio de, no mínimo, 30 (trinta dias);
- VI** – responsabilidades de ambas as partes com a manutenção e higiene de materiais e equipamentos, das condições de funcionamento do negócio e do bom atendimento dos clientes;
- VII** – obrigação, por parte do profissional-parceiro, de manutenção da regularidade de sua inscrição perante as autoridades fazendárias.



“A nova lei proporciona ao negócio franqueado a possibilidade de redução dos custos decorrentes da contratação dos profissionais”

O contrato de parceria deverá ser firmado entre as partes, mediante ato escrito, homologado pelo sindicato da categoria profissional e laboral e, na ausência desses, pelo órgão local competente do Ministério da Justiça - que veio a absorver as funções do extinto Ministério do Trabalho e Emprego - perante duas testemunhas.

ETAPAS E FASES PARA O PLANEJAMENTO E ESTRUTURAÇÃO DO CONTRATO DE PARceria SALÃO-PARCEIRO E PROFISSIONAL-PARCEIRO EM UMA UNIDADE FRANQUEADA

Com o objetivo de promover consistência entre as ações e atividades a serem desenvolvidas para a implementação do Contrato de Parceria em uma Unidade Franqueada, as etapas a seguir apresentam os elementos técnicos que garantem a manutenção dos padrões formatados pelo franqueador, pelos profissionais-parceiros contratados e pela Unidade Franqueada.

Etapa 1: alinhamento técnico-operacional com o franqueador sobre: **(I)** garantia da integridade e manutenção dos processos de trabalho, procedimentos, rotinas e operações formatadas pela franqueadora para a gestão e operação da Unidade Franqueada; **(II)** incorporação do Regulamento Interno Normas e Procedimentos Operacionais da Unidade Franqueada como parte integrante do Contrato de Parceria; **(III)** formatação de um plano de implementação do processo de adesão da equipe de profissionais da unidade franqueada ao Contrato de Parceria; **(IV)** seleção dos cargos e funções dos profissionais seniores que atuam na unidade franqueada na coordenação dos serviços técnicos especializados disponibilizados a clientes e consumidores, que serão contratados pelo regime da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).

Etapa 2: reuniões com a equipe de profissionais que atuam na unidade franqueada nas categorias econômicas cabeleireiro, barbeiro, esteticista, manicure, pedicure, maquiador e depilador, tendo em vista esclarecer as disposições da Lei nº 13.352/2016, as vantagens e benefícios oferecidos ao profissional optante do novo formato Contrato de Parceria.

A agenda tem que ser altamente colaborativa, geradora de informações e dados relevantes e, continuamente, com foco no consenso grupal. Fundamental que, dentre os assuntos abordados, sejam disponibilizadas para os profissionais cabeleireiro, barbeiro, esteticista, manicure, pedicure, maquiador e depilador, informações de que os profissionais-parceiros



podem ser qualificados, perante as autoridades fazendárias, como pequenos empresários, micro-empresários ou microempreendedores individuais (MEI). Nessa etapa é imprescindível a participação do contador da Unidade Franqueada

Etapa 3: contrato de parceria entre salão-parceiro e profissional-parceiro e regulamento interno normas e procedimentos operacionais da unidade franqueada:

Etapa 3.1: elaboração e validação do contrato de parceria entre salão-parceiro e profissional-parceiro em conformidade com as disposições da Lei nº 13.352/2016.

Obrigatoriamente deverão constar no contrato de parceria as seguintes cláusulas: do objeto; do percentual de retenção e divisão dos valores cobrados; da forma de pagamento; da utilização do material e equipamentos do salão-parceiro; da administração do salão-parceiro; da vigência do contrato; da rescisão unilateral; da manutenção do ambiente de prestação de serviço; da retenção dos tributos e contribuições previdenciárias; da ocorrência de dano; das notificações; disposições finais; do foro:

Após a formatação e redação do contrato de parceria entre salão-parceiro e profissional-parceiro o mesmo deverá ser homologado no sindicato das categorias profissionais cabeleireiro, barbeiro, esteticista, manicure, pedicure, maquiador e depilador.

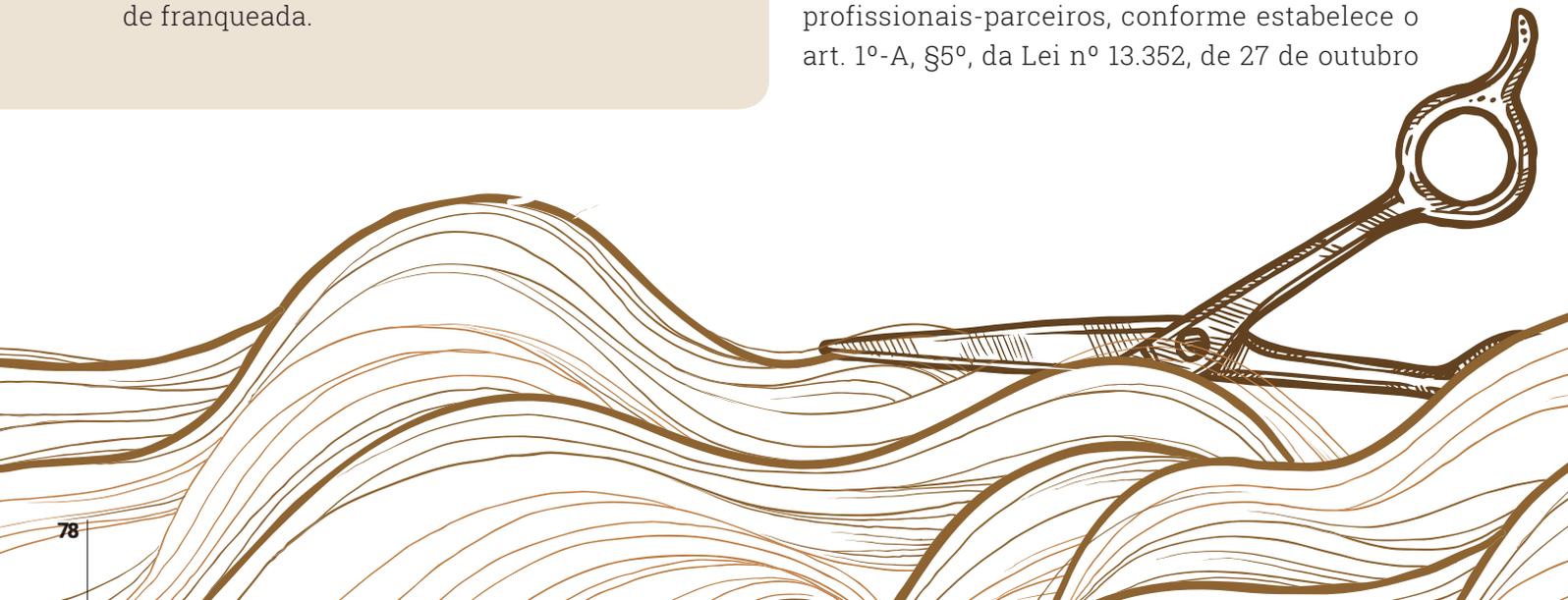
Etapa 3.2: elaboração do regulamento interno, normas e procedimentos operacionais da unidade franqueada.

Com o objetivo de garantir a entrega e a execução eficaz, ordenada e sistemática do seu mix de serviços e produtos por meio de seus colaboradores e profissionais-parceiros, e com foco na qualidade dos serviços prestados e na excelência do atendimento a clientes e consumidores, a Unidade Franqueada deverá estabelecer e definir por meio de um Regulamento Interno, as normas, os procedimentos e as regras que orientarão as relações entre a Unidade Franqueada e seus colaboradores e profissionais-parceiros.

O escopo do Regulamento deverá conter os seguintes tópicos: deveres, obrigações, proibições e responsabilidades do colaborador e do profissional parceiro; gestão da unidade franqueada; capacitação e treinamento de competências técnicas, interpessoais e psicomotoras; relacionamento com clientes e consumidores.

CONSIDERAÇÕES GERAIS

O contrato de parceria salão-parceiro e profissional-parceiro assegura relevantes vantagens aos proprietários de negócios que operam no segmento Saúde, Beleza e Bem-Estar, uma vez que optando por esse instrumento legal, ficam isentos de obrigações de vínculos trabalhistas com os profissionais-parceiros contratados. A obrigatoriedade do pagamento de tributos e contribuições fica restrita aos funcionários contratados no regime da Consolidação das Leis do trabalho – CLT e a parte correspondente ao faturamento que lhes cabe dos profissionais-parceiros, conforme estabelece o art. 1º-A, §5º, da Lei nº 13.352, de 27 de outubro



de 2016, “A cota-parte destinada ao profissional-parceiro não será considerada para o cálculo da receita bruta do salão-parceiro ainda que adotado sistema de emissão de nota fiscal unificada ao consumidor”.

Considerando que a formalização do Contrato de Parceria será entre empresas, e não mais entre a pessoa jurídica dos empreendimentos que atuam no segmento Saúde, Beleza e Bem-Estar e a pessoa física do funcionário (cabeleireiro, barbeiro, esteticista, manicure, pedicure, maquiador e depilador), os profissionais-parceiros devem, conforme indicado na Etapa 2: reuniões com a equipe de profissionais, constituir Pessoa Jurídica como Microempreendedores Individuais (MEI), Microempresários ou Pequenos Empresários.

A opção pela condição jurídica MEI (Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008), assegura ao profissional-parceiro coberturas previdenciárias como auxílio-doença, salário maternidade, aposentadoria por idade, acesso a serviços bancários, inclusive crédito e apoio técnico do Sebrae por meio de cursos, treinamentos, capacitações.

Além desses benefícios, o profissional-parceiro formalizado como MEI será enquadrado no Simples Nacional e ficará isento dos tributos federais (Imposto de Renda, PIS, Cofins, IPI e CSLL), pagando apenas o valor fixo mensal de



R\$ 54,90 (prestação de serviços) ou R\$ 55,90 (comércio e serviços), que será destinado à Previdência Social e ao ICMS ou ao ISS. Essas quantias serão atualizadas anualmente de acordo com o salário mínimo.

Os avanços dispostos na Lei 13.352, de 27 de outubro de 2016, constituem-se em instrumentos de alto impacto na geração de empregos, postos de trabalho e elevação de renda de milhões de profissionais autônomos e empreendedores informais que desenvolvem suas atividades no segmento Saúde, Beleza e Bem-Estar e sua absorção pelas milhares de empresas que operam no modelo de negócio Franquia Empresarial nesse setor será significativa para a correção dos desequilíbrios socioeconômicos que afetam esse importante contingente de pessoas.



Liander Michelin

Diretor Jurídico da Asbraf

FONTES

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as fontes via QR Code.



Lei nº 13.352, de 27/10/2016.



Salões de beleza não são mais obrigados a contratar funcionários via CLT. Direito Diário.

CONSELHO DE FRANQUEADOS

UM INSTRUMENTO COMPARTILHADO DE MELHORIAS CONTÍNUAS

Para que uma empresa cumpra com efetividade sua missão, é imprescindível que suas ações decorram de um planejamento organizado e permanente, baseado nas políticas e diretrizes de sua missão e visão de futuro, no conhecimento das necessidades e expectativas do seu público-alvo, levando em conta as condições, meios e suportes que dispõe.

Esses elementos, princípios e atributos de desenvolvimento organizacional constituem o denominado direcionamento estratégico, aplicados nos negócios formatados no modelo franquia empresarial. Eles fundamentam-se no fortalecimento da capacidade inovadora da estrutura organizacional de empresas franqueadoras, por meio da implementação de um modelo gestor altamente colaborativo, voltado para os resultados pactuados junto aos seus parceiros estratégicos, conhecidos no mercado de franchising como franqueados.

Dentre as várias plataformas ou ferramentas de gestão orientadas para resultados utilizadas no sistema de franchising brasileiro, destaca-se o mecanismo Conselho de Franqueado, cujo principal objetivo é contribuir no direcionamento que a rede franqueadora vai seguir, por meio de sugestões de indicadores de desempenho, gerenciamento de riscos, políticas ou prioridades estratégi-

cas, sempre em caráter colaborativo e consultivo.

Um Conselho de Franqueados estruturado e integrado, atuando de forma sistemática e planejada por meio de reuniões e encontros, favorece o alcance de resultados quantitativos e qualitativos para a franqueadora e franqueados.

As opiniões de consagrados especialistas em franchising corroboram a importância das empresas franqueadoras adotarem a estrutura Conselho de Franqueados como mecanismo estratégico de consultas no fortalecimento da sustentabilidade e competitividade de suas redes de franqueados.

O especialista em franquias Adir Ribeiro afirma que “O Conselho Consultivo de Franqueados é um importante apoio para o fortalecimento da rede”. “Para que o conselho seja mais efetivo perante uma rede e tenha resolutividade prática no dia a dia dos negócios, deve haver regras claras sobre a condição de participação dos franqueados, como a sua adimplência junto à franqueadora, o atingimento de metas nas suas unidades e a aderência às regras”.

A consultora jurídica Melitha Novoa Prado, especialista em relacionamento de redes que operam no modelo franquia empresarial, ressalta que “é importante que os franqueados não enxerguem o Conselho de Franqueados como uma atividade trabalhosa ou desgastante. Afinal, está mais do



FOTO: FREEPIK

“Está mais do que provado que a participação de todos de uma forma unida e organizada fortalece a marca”

Melitha Novoa Prado
Consultora jurídica

que provado que a participação de todos de uma forma unida e organizada fortalece a marca. Já os franqueadores devem encarar o Conselho como uma ferramenta importante para o crescimento do negócio, acreditando que a relação de franquia deve ser cuidada, nutrida, estimulada e principalmente valorizada por toda a rede”.

Marcus Rizzo, consultor e proprietário da Rizzo Franchise, co-fundador da ABF (Associação Brasileira de Franchising), autor de diversas obras sobre franchising, enfatiza que “muitos Conselhos de Franqueados acabam não funcionando adequadamente por distorções geradas pelo franqueador. Na maioria das vezes, o Conselho tem sua atividade resumida a um sistema de representatividade para decisões exclusivamente voltadas para o produto, eliminando os aspectos referentes a operação do negócio”.

A OBRIGATORIEDADE DE CRIAÇÃO DE CONSELHO OU ASSOCIAÇÃO DE FRANQUEADOS

A Emenda nº 2 ao PLC 219/2015 de autoria do Senador Eduardo Gomes, que tem como Relator o Senador Weverton Rocha Marques, a qual pretende obrigar o franqueador com mais de 50 unidades estabelecidas a constituir, obrigatoriamente, um conselho ou associação de franqueados, esbarra, no nosso entendimento, em preceitos constitucionais estipulados na Carta Magna, principalmente, no artigo 5º, incisos XVII, XVIII e XX.

A redução da intervenção do Estado e a confiança de que as forças de mercado possam promover o desenvolvimento econômico e também o social são os principais atributos que norteiam as relações entre as parcerias de negócios que operam no mercado nacional, no qual se enquadra o modelo franquia empresarial.

Assim, com o objetivo de fortalecer o entendimento da inadequação da Emenda nº 2 ao PLC 219/2015, ressaltamos as inovadoras propostas que integram o Projeto de Lei Complementar 219/2015, cujos mecanismos e instrumentos que fortalecem a relação entre franqueadores e franqueados receberam apoio das entidades representativas do setor de franchising, como da ABF, da Asbraf (Associação Brasileira de Apoio às Empresas Franqueadas) e da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, entidade suprapartidária do Congresso Nacional.

As alterações propostas no Art. 3º do PLC 219/2015, que inclui diversas informações na Circular de Oferta de Franquia que não estão contempladas na lei em vigor, contribuem para que o candidato a franqueado possa decidir sobre a contratação de forma mais consciente, notadamente, quanto aos destaques do item XIII, que de forma clara e transparente relaciona o que é oferecido ao franqueado pelo franqueador: a) suporte ao franqueado; b) supervisão de rede; c) serviços prestados ao franqueado; d) incorporação de inovações tecnológicas às franquias; e) treinamento do franqueado e seus funcionários, especificando duração, conteúdo e custos; f) manuais de franquia; g) auxílio na análise e escolha do ponto onde será instalada a franquia; e h) layout e padrões arquitetônicos das instalações do franqueado, incluindo arranjo físico de equipamentos e instrumentos, memorial descritivo, composição e croqui.

O PLC nº219 de 2015, que dispõe sobre o sistema de franquia empresarial (franchising), revoga a Lei nº 8.955 de 15 de dezembro de 1994 e dá outras providências: atualiza a legislação que disciplina o



sistema de franquia empresarial, adequando a realidade da Lei em vigor às inovações e avanços tecnológicos do mercado de franchising, assegurando aos empreendimentos franqueados segurança jurídica, sustentabilidade e competitividade.

A Asbraf entende que o conjunto de obrigações, mecanismos e instrumentos de gestão previstos no Art. 3º do PLC 219/2015 caracterizam a gestão compartilhada, colaborativa e integrada e, principalmente, a essência do item XXI o qual diz que a “indicação de existência de conselho ou associação de franqueados, com as atribuições, poderes e os mecanismos de representação perante o franqueador, detalhando as competências para gestão e fiscalização da aplicação dos recursos de fundos existentes”, razão pela qual não se justifica o caráter obrigatório preconizado pela Emenda nº 2 ao Projeto de Lei da Câmara nº 219, de 2015, da indicação de existência de conselho ou associação de franqueados.

A decisão estratégica da formalização de Conselhos de Franqueados nas estruturas organizacionais de empresas franqueadoras é um processo de mudança planejada para adequação aos destaques do PLC nº 219, de 2015, que dispõe sobre o sistema de franquia empresarial (franchising), revoga a Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994, e dá outras providências, constituindo-se em um mecanismo de interação do sistema sociotécnico da franqueadora com o meio ambiente de atuação.

Como afirma a notável socióloga Tania Zapata no documento do Projeto BNDES - Desenvolvimento Local – Cooperação Técnica do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

(PNUD): “As organizações e instituições precisam pensar estrategicamente para delinearem as suas formas de cooperação. Por que cooperar? Como a cooperação concreta contribui para a realização da missão? É preciso discernir, com clareza, que tipo de cooperação empreender e com quem. É fundamental, em primeiro lugar, descobrir a compatibilidade entre as missões, valores, necessidades e competências.”

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Utilize a câmera do seu telefone celular para acessar as referências via QR Code.



Conselho de Franqueados é fundamental para gestão de crises em redes de franquia.
Mapa das Franquias.



Conselho de Franqueados Não entre em armadilhas!
Rizzo Franchise.



Como funciona um conselho de franqueados?
Revista Exame.



José Lira

Advogado especialista em Relações de Negócios e Diretor de Estudos e Pesquisas da Asbraf

COMO É SER FRANQUEADO NUM PAÍS CHEIO DE CONTROVÉRSIAS?

CERTEZAS E INCERTEZAS NO FRANCHISING BRASILEIRO

Iniciei minhas atividades profissionais muito cedo. Aos meus 16 anos de idade, vi minha mãe, na ocasião recentemente formada em administração, começar um negócio. Era década de 80 e, nesta época, o franchising brasileiro ainda não estava estruturado. Como bom filho que sou, dei todo o apoio a ela ajudando na preparação, abertura e operação dessa loja, antes mista, com venda de artigos de decoração e produtos de perfumaria e cosméticos de várias marcas. Estar acompanhando todo este processo me estimulou e, com o tempo, mudei meus planos de ser arquiteto e me tornei empreendedor. Com o passar do tempo, tentando consolidar o negócio, ela recebeu uma proposta para escolher entre manter apenas uma marca de perfumaria e cosméticos ou ficar com as outras. Após analisar bem, a escolha foi certa pela marca que é hoje um dos grandes players do mercado nacional e internacional. Deu-se, então, o início de toda nossa saga como franqueados.

Mas como assim definir como uma saga a nossa história como franqueados? Temos que entender que o sistema de franchising brasileiro tem suas virtudes, porém também seus defeitos e interesses. Sua estruturação desde a fundação da ABF (Associação Brasileira de Franchising), teve como precursores e domínio por parte dos franqueadores, o que ocorre até hoje. Quanto aos franqueados, foram sendo incorporados aceitando sem muitos questionamentos, baseados na premissa de que estavam entrando num negócio testado e de sucesso. Desde sua fundação em 1987, muito se evoluiu e, sem dúvida, o sistema de franchising brasileiro está consolidado, mas também não podemos deixar de lado os fracassos, muitos afetando diretamente franqueados e suas famílias. Portanto, é justamente por conta das fragilidades contidas nesta relação entre franqueadores e franqueados que podemos chamar nossa história de saga.

“Temos que entender que o sistema de franchising brasileiro tem suas virtudes, porém também seus defeitos e interesses”

de crescimento. Claro, todos os franqueados aceitaram de pronto o novo desafio e é neste momento que tudo começa a desandar. Ao implantar o novo canal, lojas perdem fluxo, além da necessidade de realizar investimentos vultosos na estrutura da Venda Direta, além do

Tivemos, como franqueados, uma história de crescimento, superando desafios, divulgando a marca em nossa cidade, capilarizando o negócio, instalando lojas nos principais pontos de nossa área de atuação, aproveitando todas as oportunidades que surgiram, investindo na melhoria da gestão e com plena dedicação. Construimos junto à franqueadora uma boa reputação, sendo premiados diversas vezes e tidos como referência para outros franqueados. Durante 36 anos de atuação, chegamos a ter 19 lojas e uma operação de venda direta, mas houve uma ruptura!

Nossa expertise e da franqueadora sempre foram as operações de lojas, no varejo, muita experiência com gestão de equipes, operacional e instalações do modelo loja. Porém, um certo dia, mais precisamente no ano de 2012, nos foi apresentado o modelo de Venda Direta, um novo canal com promessas vertiginosas

esforço de “entender” como operar um canal cujo *know how* da franqueadora se mostrou insuficiente para os direcionamentos corretos aos franqueados. Qual foi o resultado? Franqueados começaram a quebrar nos quatro cantos do país e até hoje recebo notícias de histórias ocorrendo, como um tsunami que ainda não reduziu sua velocidade.

São histórias como essa que estão ocorrendo pelo país e que precisam ser apresentadas, informadas para o bem do sistema de franchising brasileiro. Outros casos têm ocorrido nos mais variados segmentos, inclusive em outros países, como nos Estados Unidos, Japão, entre outros, desde fatos envolvendo definições de preços, horário de funcionamento, até mudanças bruscas de bandeiras. No entanto, a diferença é que nesses países os franqueados estão mais unidos e organizados, além de que as leis prezam pelo equilíbrio de forças entre as partes.

“Está mais do que no tempo de termos um olhar e lutar pelo equilíbrio da relação entre franqueadores e franqueados”

O objetivo não é desmerecer todo o trabalho desenvolvido na consolidação e expansão do franchising brasileiro, mas deixar claro que existem fatos que ocorreram e que ocorrem até hoje evidenciando a fragilidade dos franqueados perante a grandeza e a força dos franqueadores. Quantos casos provocados por imposições afetaram franqueados durante estes 32 anos de um sistema dito de sucesso? O que ocorreu com estes investidores, franqueados, que sofreram com os conflitos decorrentes da experiência de insucesso no sistema de franquias? Importante aqui informar à sociedade que, sim, o sistema de franchising brasileiro precisa melhorar, está mais do que no tempo de termos um olhar e lutar pelo equilíbrio da relação entre franqueadores e franqueados.

A pergunta que fica é: vamos ficar de braços cruzados vendo tudo isto ocorrer ou realmente nos unir para equilibrar esta balança? Vejo ex-franqueados tolhidos ainda na percepção de que são menores diante da imagem apreendida da fortaleza dos franqueadores, mas, contudo, todavia, o tempo passa e as mudanças ocorrem, porém podemos ser agentes dessa mudança, que visa pura e simplesmente tratar franqueadores e franqueados por igual, identificando e corrigindo as causas deste desequilíbrio atual. Não tenham dúvida que a fragilidade dos franqueados é notória, entram num mundo coman-

dados por marcas que imprimem seu ritmo e, se não são abertos a críticas e sugestões, respondem com imposições e ameaças silenciosas. Temos que mudar este cenário!

Quando verificamos as leis que regulamentam o franchising brasileiro identifica-se que está restrita apenas aos instrumentos jurídicos necessários, como elaboração da COF - Circular de Oferta de Franquia e ao Contrato celebrado entre franqueador e franqueado. No entanto não vemos cláusulas que garantam uma proteção maior aos investidores franqueados, durante a operação do negócio, ou seja, cabe ao franqueador elaborar seus instrumentos jurídicos como achar melhor e fica a critério do candidato franqueado aceitar ou não.

Nos Estados Unidos da América há regulamentações que dão algumas garantias, conforme matéria publicada no site Jus Brasil intitulada "*Franchising Relations Acts*: um estudo comparativo entre as normas reguladoras da relação entre franqueador e franqueado no Brasil e nos Estados Unidos", segue exemplos que procuram manter o equilíbrio entre as partes:

- **Encroachment.** A capacidade do franqueador em abrir nova unidade em região vicinal a um franqueado já existente, é regulado e restrita no Havaí, Indiana, Iowa, Minnesota e Washington. No Brasil, a não ser que haja previsão contratual (muitas vezes não há), não existe limitação para esse tipo de prática.
- **Associação Livre.** É ilegal para o franqueador proibir associações entre franqueados, ou proibi-los de participar de associações de comércio, regulado no Arkansas, Califórnia, Hawaii, Illinois, Iowa, Michigan, Minnesota, Nebraska, New Jersey, Rhode Island e Washington. A liberdade de associação no Brasil não sofre limitação, por conta de previsão constitucional.
- **Boa-fé e Razoabilidade.** Um franqueador deve lidar com o franqueado com base nos princí-

pios da boa-fé e razoabilidade, conforme regulação no Arkansas, Havaí, Iowa, Minnesota, Nebraska, New Jersey e Washington. No Brasil, esta previsão faz parte da regulação geral do art. 421 do Código Civil, sobre boa-fé objetiva.

■ **Gerenciamento.** É ilegal para o franqueador proibir mudanças na administração das franquias de seus franqueados sem causa justificável (good cause) no Arkansas, Minnesota, Nebraska e New Jersey.

■ **Taxas de publicidade.** É ilegal coletar taxas de marketing e propaganda e não o utilizar para marketing e propaganda no estado do Arkansas. No Brasil, efetivamente, não há um controle adequado dos fundos de marketing das redes de franquia.

■ **Obrigatoriedade de compra de equipamentos e inventários.** Há limitação no poder do franqueador em exigir a compra de inventário, equipamento, matéria prima e demais itens de determinados fornecedores em determinadas quantidades, nos estados do Havaí, Indiana, Iowa e Washington. No Brasil esse poder do franqueador não tem qualquer limitação, que não seja aquelas previstas no contrato. Na prática, os contratos de franquia não preveem limitação para esse tipo de exigência.

Ainda temos muito a avançar no Brasil, não há dúvida que há uma necessidade de criar maior proteção para os franqueados brasileiros.

O sistema de franchising no Brasil tem se mostrado como uma excelente opção de negócio, baseado na premissa de que as marcas franqueadoras têm seu modelo testado e *know how* adquirido, oferecendo todo o suporte para operação das unidades por parte dos franqueados. Atualmente, vive um momento de plena expansão com entrada de marcas tradicionais aderindo ao sistema, novos formatos, multi franqueados, feiras, consultorias especializadas, todas retroalimentando esse fantástico



sistema. Mas é imperativo avançar com mudanças que favoreçam o equilíbrio de forças e tragam mais direitos aos franqueados.

Em junho de 2017, foi fundada a Asbraf (Associação Brasileira de Franqueados). Sediada em Brasília, já tem trabalhado fortemente junto ao Congresso Nacional, criando a Frente Parlamentar de Apoio às Empresas Franqueadas, assim como tem dado suporte aos seus associados em casos de conflito ou necessidades de orientação. Foi um passo muito determinante para fortalecer o franchising brasileiro e colocar no outro lado da balança uma maior representatividade em defesa dos interesses dos investidores franqueados.

Se formos analisar, a história do sistema no Brasil muito evoluiu desde sua primeira iniciativa. Agora é hora de termos um olhar maior para os franqueados. Está mais do que no tempo de consolidar o franchising brasileiro, unindo os franqueados pelo Brasil afora, pois franqueados unidos é sinônimo de um franchising fortalecido!



Douglas Nunes

Empreendedor, Consultor, Palestrante e Diretor de Relações Institucionais da Asbraf

FRANQUEADOS PODEM SE LIVRAR DA COBRANÇA DO 13º ALUGUEL EM SHOPPING CENTERS

O Projeto de Lei 4447/12 do deputado Marcelo Matos (PHS/RJ) que proíbe a cobrança de mais de 12 alugueis anuais de lojistas em shopping centers, integra o elenco de prioridades estratégicas da Asbraf (Associação Brasileira de Franqueados). O objetivo do PL é impedir a cobrança de alugueis extras em datas com maior fluxo comercial, como o 13º aluguel do “Natal” (pagamento do aluguel em dobro no mês de dezembro); 14º aluguel do “Dia das Mães” (pagamento do aluguel em dobro no mês de maio), e 15º aluguel do “Dia dos Namorados” (pagamento do aluguel em dobro no mês de junho).

Essa cobrança abusiva, conforme afirmou o presidente da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, deputado Gonzaga Patriota, em seu pronunciamento no plenário da Câmara Federal, no dia 8 de novembro de 2017, impacta diretamente nas 38.272 unidades franqueadas que representam 36,5% do total das 104.928 lojas instaladas nos 563 Shopping Centers em operação no País, que arcam com o pagamento em dobro de alugueis nos meses de maio, junho e dezembro, o que desequilibra seus custos operacionais, com a consequente insustentabilidade dos seus negócios.

Especialistas do setor de varejo alertam que os custos de lojas localizadas em shopping centers, que envolvem aluguel, condomínio e fundo de promoção, não deveriam passar de 10% do faturamento. Entretanto, a média desses custos, em função da cobrança progressiva de alugueis e de outras taxas, é de 18% e há casos que chega a 30%, o que tem contribuído para a elevação dos índices de fechamento de empreendimentos em shopping centers, notadamente de pequenos negócios.

Como o PL 4447/12 tramita em Regime de apreciação conclusiva pelas Comissões, conforme art. 24, II, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados – RICD, e ainda será analisado pelas comissões de Defesa do Consumidor; de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços; de Constituição e Justiça; e de Cidadania (Art. 54 RICD), a Asbraf desenvolverá articulações institucionais por meio de uma agenda de atuação conjunta com a Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas, presidida pelo ilustre parlamentar deputado Gonzaga Patriota (PSB/PE).

O apoio ao PL 4447/12 será, segundo José Raimundo, diretor de Gestão e Controle Organizacional da Asbraf, decisivo para a sustentabilidade e competitividade dos 38.272 pequenos negócios franqueados em operação em todas as regiões do país, notadamente, nos recantos interioranos.



FOTO: FREEPIK

ENTENDENDO OS MARCOS HISTÓRICOS DA TRAMITAÇÃO DO PL 4447/12 QUE PROÍBE A COBRANÇA DE ALUGUÉIS EXTRAS DE LOJISTAS DE SHOPPING CENTERS

Em novembro de 2016, a Comissão de Defesa do Consumidor aprova proibição de cobrança de mais de 12 aluguéis por ano em shoppings. O texto aprovado foi um substitutivo do deputado Áureo Ribeiro (SD-RJ) ao Projeto de Lei 4447/12 do deputado Marcelo Matos (PHS-RJ). O projeto original também proibia a cobrança de percentual sobre o faturamento do locatário, mas essa previsão não foi contemplada no substitutivo aprovado pelo colegiado.

Para o deputado Áureo, cobrança adicional pode desestabilizar os custos dos lojistas e onerar o consumidor. “A cobrança de uma quantidade de aluguéis acima do número de meses do ano constitui um claro abuso dos shopping centers. Afinal, não se fatura por 13 ou 14 meses, mas, sim, por 12 meses. Esta prática pode, sim, desestabilizar os custos dos lojistas, comprometendo seu desempenho e onerando desnecessariamente o consumidor”, afirma o parlamentar.

Em dezembro de 2017, a Comissão de Defesa do Consumidor rejeita a proibição de cobrança de mais de 12 aluguéis por ano em shoppings, aprovando o parecer do Deputado Ricardo Izar (PP/SP) que recomendou rejeitar o projeto, que, segundo o parlamentar, pode restringir a livre negociação entre shopping e lojistas, engessando “a realização de benefícios recíprocos”.

O deputado Izar destaca que “milhares de instrumentos de locação em shopping centers foram submetidos ao crivo do Poder Judiciário e, nunca, nem um único desses contratos teve seu regime de aluguel invalidado ao entendimento, por exemplo, de que o aluguel dobrado em dezembro (ou na Páscoa), ou o aluguel escalonado seriam ilegais, por violação ao direito monetário”.

A proposta está sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões (Art. 24 II do RICD), em Regime de Tramitação Ordinária (Art. 151, III. RICD).

FOTO: GRUPO SOBRANCELHAS DESIGN





FOTO: GRUPO SOBANCELHAS DESIGN

TRAMITAÇÃO E DESPACHOS ATUAIS:

Data	Ação
18/2/19	Como consequência da decisão proferida à Questão de Ordem 380/2017, que anulou o parecer da Comissão de Direitos do Consumidor, a proposição volta a tramitar em Regime de Apreciação Conclusiva pelas Comissões, conforme art. 24, II, do RICD. Novo despacho: às comissões de Defesa do Consumidor; de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços; de Constituição e Justiça, e de Cidadania (Art. 54 RICD).

ÚLTIMAS AÇÕES LEGISLATIVAS:

Data	Ação
26/3/19	Comissão de Defesa do Consumidor Designado Relator, Dep. Aureo Ribeiro (SOLIDARIEDADE-RJ).
27/3/19	Comissão de Defesa do Consumidor Reabertura do prazo para emendas ao projeto - Art. 166 do RICD. (5 sessões a partir de 28/03/2019).
9/4/19	Comissão de Defesa do Consumidor Encerrado o prazo para emendas ao projeto. Não foram apresentadas emendas.

“A cobrança de uma quantidade de aluguéis acima do número de meses do ano constitui um claro abuso dos shopping centers”

Deputado Áureo Ribeiro (SD-RJ)



Núcleo de Estudos, Pesquisas e Inteligência da Asbraf



A CONCORRÊNCIA DESLEAL E O ABUSO DO PODER ECONÔMICO NO SISTEMA DE FRANCHISING

A economia brasileira tem se mostrado, ao longo das décadas, uma das mais robustas do mundo, ao ponto de haver superado a transição do regime militar para o de economia aberta, ter sofrido dois impeachments de presidentes da República em pouco mais de 20 anos e ter enfrentado os maiores escândalos de corrupção política da história do pensamento humano. Apesar disso, com eventuais movimentos retrógrados, mantém-se pujante, firme e de provocar inveja a qualquer das grandes potências econômicas do planeta.

Nossa economia ainda sobrevive, apesar da fragilidade das instituições, da burocracia paquidérmica, da impunidade intolerável, da irresistível carga tributária e da hipertrofia estatal.

Nenhuma tese de pós-doutorado de economia no Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) ou em Harvard, dois dos centros de excelência acadêmica, científica e tecnológica mais famosos do mundo, conseguiria explicar o complexo sistema econômico brasileiro e a forma como ele se sustenta ao longo dos tsunamis políticos que, de quando em vez, assolam o País.

Dois pilares podem ser apontados como sustentáculos da economia brasileira a partir, principalmente, das três últimas décadas do século XX e o limiar do terceiro milênio. Na esfera da produção, temos o agronegócio, o qual se modernizou e se automatizou a partir da década de 1970, tornando o Brasil o maior produtor de alimentos do planeta e garantindo o superávit na balança comercial.



FOTO: FREEPIK

Na outra ponta, o sistema de franquias garantiu a distribuição de produtos e serviços de forma inovadora, ágil e com custos competitivos. A evolução das vendas do setor de franchising, em relação à variação do Produto Interno Bruto (PIB) revela a força do sistema de franquia. Segundo dados da Diretoria de Estudos e Pesquisas da Asbraf e com base na Pesquisa Desempenho do Franchising Brasileiro no ano de 2018 da ABF (Associação Brasileira de Franchising), ao contrário dos números negativos da economia brasileira e da baixa taxa de crescimento de 1,1% do Produto Interno Bruto (PIB) em 2018, os números projetados para o crescimento de negócios que atuam no sistema de franchising no ano de 2019 têm uma expectativa positiva de avanço entre 8% e 10%. O percentual de participação do faturamento do franchising em 2018 (R\$174,8 bi-

lhões) em relação ao PIB brasileiro (R\$ 6.8 trilhões) foi de aproximadamente 2,57%.

Todavia, apesar de promissor, observamos uma relação injusta e desigual na verticalidade e unilateralidade estabelecida e mantida pelo sistema franqueador brasileiro. As regras contratuais são impositivas, não permitindo ao franqueado – que é o verdadeiro gerador de empregos, riquezas e renda – qualquer espécie de negociação ou flexibilização nas exigências contratuais de exclusividade de fornecedores, aquisição mínima periódica de produtos, independentemente da temperatura da economia e *royalties* extorsivos. Por outra banda, o franqueado, que entra no negócio com capital, trabalho e risco, não tem qualquer garantia quanto à exclusividade, áreas territoriais e continuidade no fornecimento.



O cenário piorou sobremaneira na última década, quando o próprio franqueador, com o advento das vendas online, passou a concorrer direta e deslealmente com o seu franqueado, chegando, via redes sociais, diretamente ao consumidor final com preços mais atrativos que aqueles praticados pelo franqueado – muitas vezes com preço final igual ou abaixo do preço de venda praticado pelo franqueado.

Dois exemplos recentes de canibalismo demonstram essas situações. Um grande franqueador da área de perfumarias e outro da área de chocolates. O da perfumaria, em algumas capitais do Nordeste, após asfixiar os seus franqueados, com a não entrega de mercadorias nas datas de pico de vendas e praticando uma concorrência desleal com as vendas diretas, recompra as lojas ao preço que lhe convier, geralmente vil. Em Brasília, esse franqueador tem uma rede de 60 lojas franqueadas, das quais 28 já foram recompradas dos franqueados, que, à beira da falência, vendem a operação para o franqueador pelo preço que o mesmo impõe. O franqueador do ramo de chocolates, após comercializar cerca de dois mil pontos de franquia, criou cinco novos canais de distribuição, colocando pequenos equipamentos que vendem chocolates em hospitais, galerias, faculdades, clubes e centros empresariais e pequenas unidades volantes, muito parecidas a carrinhos de picolés, que circulam dentro dos shoppings concorrendo com as lojas franqueadas estabelecidas, além é claro das vendas diretas (venda direta de chocolate! Durma-se com essa barulheira).

Nessa relação injusta e desigual, o franqueado é quem entra com o capital, com o trabalho e com o risco total. Imagina ele que o modelo de negócio previamente experimentado e com sucesso em pilotos do franqueador vai protegê-lo dos perigos e das desventuras do mercado e, em grande parte das situações, esse sistema que deveria blindá-lo – e ele está pagando caro por isso – acaba por ser o seu algoz.

“Nessa relação injusta e desigual, o franqueado é quem entra com o capital, com o trabalho e com o risco total”

Com o firme propósito de mudar um pouco essa realidade e tornar mais justas as relações com o franqueador, os franqueados brasileiros se uniram recentemente e criaram a Asbraf (Associação Brasileira de Franqueados), entidade de âmbito nacional que tem por objetivo defender os seus interesses, estabelecendo relações mais sólidas e com regras mais justas e equilibradas.

Com foco na correção desses desequilíbrios, a Asbraf prioriza três ações estratégicas: (a) apoio ao PLC 219/2015, que se encontra no Congresso Nacional para votação em plenário, cujos principais destaques serão determinantes para o aperfeiçoamento das relações formalizadas entre franqueadores e franqueados; (b) criação da Frente Parlamentar Mista de Apoio às Empresas Franqueadas como instrumento suprapartidário de fortalecimento do sistema de franquia brasileiro; (c) assessoramento e suporte ao PL 4447/2012, que proíbe a cobrança de mais de 12 aluguéis anuais de lojistas em shopping centers, considerados fundamentais para a sustentabilidade e competitividade de pequenos negócios franqueados.

O sistema foi muito bem construído e desenvolvido no Brasil. Todavia, somente subsistirá se as regras forem mais equilibradas.



Raul Canal

Presidente da Asbraf

NA ASBRAJ, VOCÊ TERÁ



APOIO INSTITUCIONAL

No combate à concorrência desleal e abuso do poder econômico de empresas franqueadoras junto à empresas franqueadas.



REPRESENTATIVIDADE INSTITUCIONAL

Junto às autoridades governamentais, órgãos públicos e privados, entidades, associações de classe e formadores de opinião.



CONTRIBUIÇÃO PARA O APERFEIÇOAMENTO DA LEGISLAÇÃO

Bem como da doutrina, jurisprudência e gestão do modelo de negócio franquia empresarial, fomentando ainda mais o desenvolvimento do franchising no Brasil.



ACESSO À REDE DE BENEFÍCIOS

Oriundos de convênios celebrados pela Asbraj com fornecedores jurídicos, serviços de tecnologias de informação, insumos, acessórios, transportes e cargas.

E MUITO MAIS! VENHA PARA A ASBRAJ

Posicione o QR CODE e veja as classes de associados



UNIÃO, TRABALHO & COMPROMETIMENTO

A FRENTE PARLAMENTAR MISTA DE APOIO ÀS EMPRESAS FRANQUEADAS FOI CRIADA COM O APOIO DA ASBRAF PARA FORTALECER O SISTEMA DE FRANCHISING NO PAÍS

FOTO: SHUTTERSTOCK



FAÇA PARTE. ASSOCIE-SE À ASBRAF

SHS Q. 02, Bl J, Bonaparte Hotel, Mezanino, Brasília - DF
CEP: 70322-901 - Telefone: (61) 3213-2111

www.asbraf.com

 **ASBRAF**
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANQUEADOS