

A Evolução das Micro Franquias no Brasil

The Evolution of Micro Franchises in Brazil

Ariane Aparecida Bento da Silva¹

Stela Cirino²

Marcelo Gilberti Vuolo³

Cleide Henrique Avelino⁴

RESUMO

As microfranquias no Brasil vem evoluindo devido ao grande número de pessoas que estão buscando esse modelo de negócio para investir. O sistema de franquia proporciona uma série de benefícios para aqueles que querem ter seu próprio negócio, disponibilizando uma marca já estruturada e conhecida no mercado. O modelo de micro franquias é uma oportunidade para as pessoas que não dispõem de tanto capital, uma vez que demandam baixos investimento se comparados a um empreendimento tradicional, resultando consequentemente em uma crescente demanda de novos empreendedores que buscam um negócio pré-formatado com menor exposição ao risco e maiores chances de êxito. Frisa-se, que mesmo modulado, tal empreendimento necessita de visão estratégica, disciplina e foco para sustentar as demandas inerentes ao negócio e manter-se ativo no segmento escolhido mercado.

Palavras-chaves: Crescimento, Mercado, Micro Franquias.

ABSTRACT

The microfranchises in Brazil has been evolving due to the large number of people who are looking for this business model to invest. The franchise system provides a number of benefits for those who want to have their own business by providing a brand that is already structured and known in the market. The microfranchise model is an opportunity for people who do not have as much capital as they require low investment compared to a traditional venture, resulting in a growing demand for new entrepreneurs seeking a pre-formatted business with less exposure to risk and greater chances of success. It is noteworthy that, even modulated, such an enterprise needs strategic vision, discipline and focus to sustain the demands inherent to the business and remain active in the chosen segment (market).

Keywords: Growth, Market, Microfranchies.

Introdução

Empreender tornou-se uma temática muito forte no Brasil conduzida por diversos fatores microeconômicos potenciais, como o desemprego, necessidade,

¹ Acadêmica do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium- Unisalesiano Campus Araçatuba.

² Acadêmica do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium- Unisalesiano Campus Araçatuba.

³ Zootecnista; Mestre em Produção, especialista em Gestão Agroindustrial, Administrativo Rural e Controladoria e Auditoria; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba

⁴ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium – Unisalesiano Campus Araçatuba.

crescimento dos mercados *online* e *Marketplace*, mídias digitais, formatação de novos modelos de negócios, as franquias, e pela popularização do termo em si como sendo saída para solucionar o baixo nível de renda das famílias.

O empreendedorismo está na base do desenvolvimento econômico e social e é a partir da ação empreendedora que os produtos, serviços, as relações entre empresas e mercado e os processos produtivos se modificam e evoluem. Além disso, as pessoas, através de sua iniciativa empreendedora, fomentam uma melhor distribuição de renda uma vez que são potenciais geradores de vaga para o mercado de trabalho direto e indireto.

Muitos empreendedores buscam o sistema de franquias para empreender, acreditando ser esse modelo mais fácil para obter sucesso no negócio, uma vez que há a presença da marca, bem ou serviço, já consolidada no mercado. Todavia, ressalta-se que, assim como em um negócio tradicional originado de ideias próprias, as franquias necessitam do mesmo nível profissional de gestão e organização para que possam atingir os resultados esperados.

Este trabalho teve como objetivo geral pesquisar o desenvolvimento do empreendedorismo através de micro franquias e como objetivos específicos caracterizar os principais desafios operacionais de micro franquias, estratificar o mercado de micro franquias e descrever as principais etapas que evoluem a formatação de micro franquias.

Para a consolidação desse artigo, o pressuposto teórico teve como objeto a ação dos fatores macro e microeconômicos sobre as micros franquias e como tais situações impactam positiva ou negativamente seu desenvolvimento, analisando oportunidades e ameaças nas mais diversas situações que podem abranger períodos de recessão, baixa empregabilidade, ou alto desenvolvimento na produção e ampliação do poder de renda, ou seja, estimulando o empreendedorismo por necessidade ou por oportunidades, sucessivamente, foram realizadas pesquisas bibliográficas.

Empreendedorismo

A palavra empreendedor ou *entreprendre* tem origem francesa que significa fazer algo. Dornelas (2001) revela que um primeiro esboço de definição de empreendedorismo pode ser atribuído a Marco Polo, que tentou estabelecer uma

rota comercial para o oriente, onde o mesmo atuava como intermediário ao assinar contratos com pessoas portadoras de recursos financeiros, que atualmente denomina-se capitalistas de risco, para comercializar mercadorias e compartilhar os lucros.

Na idade média o termo empreendedor conceituava-se naquele que gerenciava grandes projetos de produção. Este indivíduo não era alguém que assumia grandes riscos, no entanto, tinha o dever de administrar os recursos disponíveis (DORNELAS, 2001).

Segundo Malagueta (2001 *apud* DORNELAS, 2001, p.11),

No século XVII, aparecem os primeiros indícios da relação entre o empreendedorismo e o fato de assumir riscos. Nessa época, o empreendedor contraía um acordo contratual com o governo para fornecer produtos e realizar serviços. Nesse tempo, os preços eram prefixados, incorrendo no lucro ou prejuízo apenas por parte do empreendedor.

No século XX, o empreendedorismo passa a ser relacionado à inovação. *Sem inovação, não há empreendedores, sem investimentos empreendedores, não há retorno de capital e o capitalismo não se propulsiona.* (SCHUMPETER, 1975 *apud* BRITTO; WEVER, 2003, p. 18)

Portanto, o empreendedor é aquele que coloca em prática novas ideias por meio da criatividade. Empreender é também agregar valor, saber identificar oportunidades e transformá-las em um negócio lucrativo. Para isso é necessário ter uma perspectiva diferente do cenário, visando a inovação como resultado final.

O Empreendedorismo no Brasil

O empreendedorismo no Brasil formou-se na década de 1990, quando entidades como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa-SEBRAE e Sociedade Brasileira para Exportação de Software - SOFTEX foram criadas. Antes disso não se falava em empreendedorismo e na criação de pequenas empresas. (DORNELAS, 2001)

Quando abordado, o assunto empreendedorismo no Brasil, o foco é o desenvolvimento econômico e social do país. E em tempos de crise o aspecto mais relevante para se caracterizar o empreendedorismo é a geração de empregos, enfatizando uma atividade empreendedora com o objetivo de alcançar materiais necessárias para si próprio e família.

Segundo Marques (2018, p. 8),

De acordo com a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) produzida pela equipe do Instituto Brasileiro Qualidade e Produtividade (IBQP) com o apoio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), no último ano a taxa total de empreendedorismo foi de 36,4%. Nota-se que de cada 100 brasileiros e brasileiras no período adulto (18 – 64 anos), 36 deles estavam direcionados ao segmento empreendedor, quer seja na criação ou aperfeiçoamento de um novo negócio, ou na manutenção de um negócio já estabelecido.

Conforme Marques (2018) citou, verifica-se que esse segmento empreendedor possui uma grande viabilidade de pessoas que estão sempre buscando engajar-se em atividades empreendedoras. As pessoas envolvidas em atividade empreendedora, sentem-se valorizadas, independentes e flexíveis ao administrar seu próprio negócio.

Tipos de Empreendedores

Existem vários tipos ou classificações para os empreendedores os quais caracterizam o tipo de segmento que atuam ou até mesmo pela origem do negócio. (DORNELAS, 2007, p 12-13):

- a) Empreendedor Nato: É aquele cuja história e trajetória são dignas de enredo épico, motivando sonhos de sucesso. Suas referências e exemplos a seguir são os valores familiares e religiosos, e eles mesmo acabam por se tornar uma grande referência. Ao se perguntar a algum empreendedor nato quem ele admira é comum a lembrança da figura paterna-materna como resposta.
- b) Empreendedor Serial: É aquele apaixonado não apenas pela empresa que cria, mas também pelo ato de empreender. É uma pessoa que tem uma percepção do mercado acima da média, identificando possibilidade de maximizar e potencializar o negócio. Está sempre observando o que acontece ao seu redor, dialogando com pessoas e fazendo um bom networking. Geralmente tem uma habilidade incrível de montar equipes, motivar o time, captar recursos para o início do negócio. Sua habilidade maior é acreditar nas oportunidades e não descansar enquanto não as vir implementadas.
- c) Empreendedor Inesperado: É aquele empreendedor que encontra grandes oportunidades e que ousadamente decide mudar a direção da vida. O

momento de disparo ou de tomada de decisão ocorre quando alguém o convida para fazer parte de uma sociedade ou ainda quando ele percebe por si só que pode criar seu próprio negócio.

d) Empreendedor corporativo: É aquele que tem como a identificação, ao desenvolvimento, a implementação de novas ações e as oportunidades em relação aos negócios e também na estrutura de uma empresa. O empreendedor corporativo desenvolve suas atividades destas formas:

Desenvolvam estratégias avançadas de negociação. São hábeis comunicadores e vendedores de suas ideias. Desenvolvem seu networking dentro e fora da organização. Convencem as pessoas a fazerem parte de seu time, mas sabem reconhecer o empenho da equipe. (DORNELAS, 2007, p. 13)

Conforme Dornelas (2007) citou, nota-se que esses tipos de empreendedor são ousados e comunicadores em sua organização.

f) Empreendedor por necessidade: É aquele que cria seu negócio devido à falta de alternativa. Normalmente não está inserido no mercado de trabalho ou foi demitido, e tem como opção trabalhar por conta própria. O empreendedor por necessidade, geralmente se envolve em negócios informais, executa atividades simples, prestando serviço que gera pouco retorno financeiro. As iniciativas empreendedoras são simples, pouco inovadoras e não contribui com impostos e taxas.

g) Empreendedor Planejado: É aquele que analisa e procura oportunidades sustentáveis e douradoras, obtendo uma análise técnica, operacional e financeira do empreendimento aumentando as chances de sucesso. Possui uma visão clara de futuro, e trabalha em função de metas.

Características do empreendedor

Estudos específicos na área de empreendedorismo defendem a ideia de que o empreendedor não demanda apenas de um dom de nascença, na verdade esse é um dos fatores de menor relevância, há algumas características – chave, geralmente manifestadas nestes, mas as características predominantes são geradas a partir de diversos fatores.

Segundo Bessant; Tidd (2009, p. 290),

A explicação convencional é que tais traços de personalidade resultam em comportamentos específicos, mas estudos mais recentes indicam que isso é apenas uma associação, em vez de uma simples relação de causa e efeito. Em outras palavras, treinamento, prática, experiência e apoio podem influenciar o comportamento. Isso sugere que o empreendedorismo não é simplesmente um traço inerente, mas, em um significado mais amplo, pode ser adquirido e desenvolvido. É claro que, como em qualquer esforço, a personalidade exerce um papel, mas interage com desenvolvimento, contexto e oportunidade. De qualquer modo, existem muito poucos “tipos ideais” que exibem uma esfera completa de tais traços ou comportamentos.

Reforçando a fala do autor, os estudos de empreendedorismo certificam que independente de quão empreendedor seja o indivíduo, é imprescindível o seu contexto de convivência, esse fator deve apresentar recursos necessários para as inovações constantes demandadas pelo mercado.

Existem alguns novos entrantes, que ao decorrer da caminhada podem diferir diversas ações do empreendedor. (BESSANT; TIDD; 2009, p. 290):

- a) Contexto familiar: solteiro ou divorciado – apoio de cônjuge
- b) Mercados e tecnologia: incerteza – exigências de capital
- c) Apoio Institucional: organização – apoio governamental
- d) Ambiente de trabalho: experiência relevante - frustração
- e) Histórico: pais autônomos – alto nível educacional
- f) Personalidade: grande controle - independência

Segundo Bessant; Tidd (2009) no padrão comum da sociedade há alguns traços de personalidade inerente resultante em comportamento empreendedor. E geralmente estas características em comum tendem a ser:

- a) Buscar, de modo veemente, identificar novas oportunidades e maneiras de se beneficiar da mudança e da ruptura.
- b) Perseguir oportunidades com disciplina e foco em número limitado de projetos, em vez de seguir, de maneira oportunista, todas as opções.
- c) Voltar-se para a ação e a execução, em vez de para análise sem fim.
- d) Envolver e ativar redes de relacionamento, explorando a experiência e os recursos disponíveis.

As características acima, não necessariamente, determinam o fracasso ou o sucesso de uma pessoa que decide empreender, mas também são guias de características que podem ajudar no seu empreendimento a fim de aumentar sua eficiência.

Macroeconômica e Microeconômica

Os conceitos de macroeconomia e microeconomia estão intimamente relacionados, uma mudança na política macroeconômica afetará muitas transações subjacentes microeconômicas.

Na verdade, não se pode estabelecer com precisão a linha divisória entre as teorias macroeconômica e microeconômica. Uma teoria verdadeiramente "geral" da economia deveria, evidentemente, abrangê-las: explicaria tanto o comportamento individual quanto os produtos, as rendas e os preços individuais; e as somas ou médias dos resultados individuais constituiriam os agregados com que se preocupa a macroeconomia. Uma teoria assim geral já existe; porém, essa mesma generalidade deixa-a com pouco conteúdo substancial. Para a obtenção de resultados significativos, verificamos, na verdade, que se devem focalizar problemas macroeconômicos com instrumental macroeconômico e problemas microeconômicos com instrumental microeconômico. (GARDNER, 1978, p. 5)

De acordo com Gardner (1978), as proposições macroeconômicas são essenciais em quase tudo o que se decide estrategicamente nas empresas, como na implantação de um plano de negócio, no lançamento de um produto, no investimento em uma nova unidade, na compra de uma empresa e assim por diante.

Já as premissas microeconômicas são fundamentais à empresa, pois avalia a oferta e demanda do produto, seu custo benefício, a sua viabilidade para o negócio dentre várias demais; portanto é necessário que as duas caminhe em conjunto.

Em relação as microfranquias, os fatores macro e microeconômicos influenciam positivamente devido à crise econômica do país; o crescimento de desemprego fez com que o setor de microfranquias aumentasse, por ser uma opção de negócio com menos riscos e com o capital inicial baixo; no entanto, as microfranquias impulsiona a economia na geração de emprego, pois significam uma oportunidade de renda. (BRANCO, 2016)

Conceito de Franquia

De acordo com a lei da franquias brasileira Art. 2º da Lei nº 8995 de 15 de dezembro de 1994 – Lei Geral das Franquias, ressalta-se um conceito técnico do termo franquias:

Franquia empresarial é o sistema pelo qual um 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 e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvidos ou detidos pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem que, no entanto, fique caracterizado vínculo empregatício. (BRASIL, 1994)

Conforme a lei estabelece, o sistema de franquia em relação ao franqueador que é o proprietário da marca, disponibiliza ao franqueado a utilização desta marca em uma área pré-definida, e algumas obrigações determinadas no contrato.

Nota-se que cada vez mais as franquias vêm se tornando importantes formas de expansão de negócios nas economias modernas. Em tempos de crise econômica e redução na oferta de emprego, a necessidade de empreender para o ganho de uma renda aumenta. As microfranquias estão sendo uma das vantagens para aquelas pessoas que não dispõem de tanto capital para aplicar, pois é um modelo de negócio com um investimento inicial pequeno e, segundo a associação brasileira de Franchising nos últimos anos há um interesse grande de se investir em franquias. (BRANCO, 2016)

Vantagens e desafios do sistema de franquias

O *franchising* é uma alternativa de investimento, pois é uma opção acessível e certa para a expansão dos negócios.

O quadro a seguir demonstra as vantagens e desvantagens em relação ao franqueado e franqueador, sendo variáveis, pois depende do porte, da estrutura e demais itens agrupados a franquia e constantes, pois elas se modificam em todo decorrer do histórico de vivência da franquia. As vantagens e desvantagem da *franchising* precisam ser avaliadas, para que o formato seja compatível com o perfil dos gestores.

O Sebrae (2018), ao definir alguns pontos - chave que devem ser ponderados no momento da escolha de uma franquia, leva em consideração o fator *expertise*, e a análise de casos de conflito e dissolução de negócios, sendo possível chegar a um compilado dos fatores críticos para o sucesso de uma franquia. Um dos principais fatores críticos de sucesso é um bom relacionamento entre franqueadores e franqueados.

Quadro 1- Vantagens e desvantagens em relação ao franqueador e franqueado:

	Franqueador	Franqueado
Vantagens	Expansão veloz	Maior garantia de sucesso
	Mais eficiência	Marca conhecida
	Estrutura central reduzida	Facilidade na instalação
	Feedback	Assessoria na escolha do ponto
	Ingresso em novos mercados	Propaganda e marketing cooperados
	Canal diferenciado para seus produtos/serviços	Desenvolvimento contínuo
	Fortalecimento da marca	Maior poder de barganha
	Menos riscos trabalhistas	Desenvolvimento de novos métodos e produtos
Desvantagens	Perda de controle sobre os pontos de venda	Riscos inerentes à má escolha do franqueador
	Divisão da receita	Menos liberdade de ação
	Retorno a prazos mais longos	Riscos vinculado à performance do franqueador
	Possibilidade de disputa com os franqueados	Risco vinculado à imagem da marca
		Limitação à venda do negócio
		Limitação na escolha de produtos e de fornecedores

Fonte: Adaptação de Costa; Mueller; Mondon (2011)

Relação do franqueador e do franqueado

Em relação aos padrões, normas, processos e políticas da rede, a diferença existente é praticamente hierárquica, visto que cabe ao franqueador estabelecer as regras gerais de funcionamento do negócio. Ou seja, seu objetivo principal é conferir uniformidade de ações entre todos os franqueados, além de proporcionar segurança adequada, a fim de que tenham a tranquilidade necessária para executar essas tarefas com êxito. (SOUZA, 2018)

O franqueador exerce não só o papel de controlador e orientador, mas também de parceiro de seu franqueado, obrigando-se a certa negociação na tomada de negociação, a fim de encontrar o equilíbrio entre cooperação e conflito. Assim, o relacionamento entre franqueador e franqueado é baseado em uma parceria formalizada em contrato que estipula direito e obrigações mútuas, o qual não se esgota no cumprimento do contrato: vai muito além, envolvendo contratos interpessoais diários focados na operacionalização e acompanhamento do negócio do franqueado, resolução de problemas comuns e, um plano mais intangível, o compartilhamento de valores e objetos e aspectos psicológicos e sociais que permeiam a interação das partes. (MARCONDES; CAVALCANTI; FARAH 2012. p. 111)

Franqueador e franqueados precisam caminhar juntos; ou seja, o sucesso de uma empresa está na parceria; portanto, sem trabalho em equipe não há êxito.

As microfranquias de sucesso no brasil

Dentro do modelo de negócios de *franchising* presenciou-se, na última década, o surgimento das microfranquias. Diversas redes de franquias de vanguarda e redes iniciantes têm moldado esse tipo de franquia, de um modelo que requer baixo investimento, e conta com a possibilidade de financiamento para a sua

aquisição pela classe média emergente. Trata-se de franquias de até R\$ 50 mil, incluídos o capital para a instalação, a taxa de franquia e o capital de giro. (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING, 2018)

Segundo a Associação Brasileira de *Franchising* (2018),

O setor de franquias faturou R\$ 163 bilhões. Para 2018, a estimativa da entidade é de um resultado ainda mais positivo: avanço de 10%. Atualmente o franchising nacional responde por 2,4% de todo o Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil e emprega aproximadamente 1,3 milhão de trabalhadores.

O resultado positivo no setor de franquias além de outros aspectos, gera empregabilidade.

Nota-se que as franquias vêm crescendo em diversos segmentos desde alimentação, serviços, negócios, cosméticos entre outros. O fundamental é que para se expandir uma franquia não se analisa só o segmento, mas sim uma ótima estrutura que o franqueador oferece aos franqueados em todos os ramos da franquia.

Segundo Associação Brasileira de Franchising (2019),

O mercado de franquias registrou crescimento de 5,9% no segundo trimestre deste ano em relação ao mesmo período de 2018. A receita passou de R\$ 40,7 bilhões para R\$ 43,1 bilhões. No semestre, o aumento foi de 6,4% (R\$ 79,4 bilhões para R\$ 84,5 bilhões). Já a receita acumulada nos últimos 12 meses teve crescimento de 6,9%, passando de R\$ 168,3 bilhões para R\$ 179,9 bilhões. Segundo especialistas, isso também é resultado dos altos índices de desemprego. Sem opções, as pessoas acabam recorrendo às franquias.

O mercado de franquia registrou um crescimento nos últimos 12 meses conforme demonstrado no quadro a seguir:

Quadro 2- Ranking das franquias no Brasil

REDE	SEGMENTO	CLASSIF.	TOTAL DE UNIDADES Ano 2013	CLASSIF.	TOTAL DE UNIDADES Ano 2018	AH (%)
O Boticário	Cosmético e perfumaria	1ª	3.520	1ª	3.974	12,9%
Colchoes Ortobom	Moveis, decorações e presentes	2ª	1.762	3ª	2.300	30,5%
Mcdonalds	Alimentação	10ª	735	4ª	2.289	211,4%
Am Pm mini Market	Negócio, serviços e conveniência	3ª	1.377	2ª	2.415	75,4%
Cacau show	Bebidas, cafés, doces e salgados	4ª	1.363	6ª	2.081	52,7%
Subway	Alimentação	6ª	1.094	5ª	2.094	91,4%
Jet oil	Serviços automotivos	8ª	887	7ª	1.735	95,6%
Wizard idiomas	Escolas de idiomas	5ª	1.163	9ª	1.195	2,8%
Óticas Diniz	Beleza saúde e produtos naturais	11ª	613	10ª	1.116	82,1%
Bob's	Alimentação	7ª	1.013	11ª	1.029	1,6%
Br mania	Escolas de idiomas	9ª	736	8ª	1.311	78,1%
CNA	Serviços automotivos	13ª	513	12ª	600	17,0%
Iguí	Escolas de idiomas	12ª	519	13ª	579	11,6%
TOTAL - CONSOLIDADO			15295		22718	48,5%

Fonte: Associação Brasileira de Franchising - ABF, (2018)

Conforme a ABF citou, as microfranquias demonstraram aumento significativo por decorrência dos efeitos macro e microeconômicos que afetaram diretamente a capacidade de renda e empregabilidade das famílias; as pessoas optaram por esse modelo de trabalho, buscando suprir e/ou complementar a renda e, conseqüentemente, operacionalmente produtivas.

Etapas do desenvolvimento da franquia

Segundo Sebrae o desenvolvimento de uma franquia inicia-se com a formatação de um modelo pronto para ser multiplicado. Formatar uma franquia implica em integrar atividades, cadeia de suprimentos e ações de marketing.

De acordo com Sebrae (2015) a formatação de uma franquia segue basicamente alguns passos:

- a) **Análise de franqueabilidade e viabilidade financeira:** Para definir se o negócio é franqueável é preciso analisar a demanda do mercado e a viabilidade em relação ao produto ou serviço, a tendência do segmento, a concorrência, o público alvo, as estratégias da empresa e verificar em qual estágio se encontra. Essa análise é conclusiva para definir se o modelo de negócio pode ou não ser franqueado.
- b) **Planejamento estratégico de expansão:** Para o desenvolvimento excelente de uma franquia é necessário ter um bom planejamento estratégico de expansão, assim o franqueador terá clareza de sua empresa, do mercado e da concorrência. É fundamental que se tenha uma visão estratégica de onde se encontra uma oportunidade, local/região mais adequados para se instalar franquia com expectativa de sucesso.
- c) **Manualização da franquia:** Os manuais da franquia registram os métodos de trabalho da empresa, bem como o *know-how* do franqueador e configuram-se como ferramentas de transferência de conhecimentos e experiências (SEBRAE,2015). As franquias devem ter seus manuais completos; esses manuais variam de negócio para negócio, porém todos devem abranger os seguintes conteúdos: como abrir a empresa, como administrar e controlar as finanças, como operar e como fazer o marketing do negócio.

- d) Circular de Oferta da franquia: É um documento desenvolvido pelo franqueador e que proporciona todas as condições gerais do negócio, principalmente em relação aos aspectos legais, obrigações, deveres e responsabilidades das partes. Deve ser criterioso, claro, conciso e completo. (SEBRAE, 2015)
- e) Pré-contrato de franquia: É um contrato provisório em que se estabelecem todos os elementos do contrato definitivo, a ser assinado pelo franqueador e o investidor interessado pela franquia.

O objetivo do pré-contrato de franquia é formalizar o compromisso entre candidato e franqueador até a assinatura do contrato de franquia. O pré-contrato será assinado com a pessoa física do franqueado, previamente aprovado no processo de seleção de candidatos, somente após um período mínimo de 10 dias do recebimento da Circular de Oferta da Franquia descrita no item anterior, conforme determina a lei. Normalmente, o pré-contrato vigora por um período de até 90 dias, ou o prazo que for necessário e suficiente para localização, aprovação do ponto comercial e constituição da empresa franqueada. (SEBRAE, 2015)

O pré-contrato informa ao franqueado e franqueador todos os seus direitos e deveres, modelo de negócio e os conhecimentos sobre uma franquia.

- f) Contrato de franquia: É um documento que formaliza os deveres e direitos do franqueador e do franqueado, com o objetivo de definir as normas na venda de um produto e/ou serviço, em relação aos métodos e técnicas de uma franquia.

- g) Implantação da franquia: As redes de franquia vêm crescendo devido a implantação de novas unidades. É por esse modo que as redes se expande: através do uso da marca a empreendedores que se tornam franqueados.

É necessário que o franqueador promova treinamentos práticos e teóricos a todos franqueados, fornecendo os manuais da franquia para o estudo.

Essas etapas são essenciais no desenvolvimento das franquias pois para que esse mercado de *franchising* se expande é necessário que a formatação da franquia esteja bem elaborada e que seja bem-sucedida. O franqueador não só tem que passar o conteúdo por meio de manuais, mas também capacitar novos franqueados para que compreendam melhor as diretrizes e se sintam motivados e envolvidos com o plano, e busquem a melhoria contínua dos processos. (SEBRAE, 2015)

Análise da ação empreendedora para o desenvolvimento da franquia

Com base nas informações apresentadas, verificou-se que a ação empreendedora se desenvolve através dos fatores macro e microeconômicos, pois eles influenciam diretamente cada decisão e desenvolvimento da franquia.

Dentre tais fatores, encontra-se a vontade de empreender por necessidade ou por oportunidade, a falta de empregos formais, que é um dos maiores influenciadores do aumento de sistema de franquias, o que exige um acompanhamento do setor, com regras e normas, que o regem para o sucesso da marca franqueada.

Conclusão

O empreendedorismo está tanto na forma teórica quanto na prática sendo impactado pela macro e microeconomia; a identificação de movimentos econômicos possibilita a criação de novos empreendimentos os quais evoluirão e se desenvolverão por meio da interpretação de oportunidades que podem ser geradas em momentos de crise ou de bons ventos, estabilidade ou desenvolvimento econômico; ou seja, é uma questão de interpretar e gerenciar situações e delas extrair possibilidades de sucesso. Para isso, a capacidade gerencial e a estruturação do negócio são fundamentais, não importando a dimensão do mesmo, mas sim, de como a informação é tratada no ambiente empresarial.

Os objetivos específicos e geral foram alcançados, uma vez que foi possível pesquisar o desenvolvimento do empreendedorismo através de micro franquias, caracterizar os principais desafios operacionais de micro franquias, estratificar o mercado de micro franquias e descrever as principais etapas que evoluem a formatação de micro franquias, confirmando assim o pressuposto teórico de que, a crise econômica do país, que gerou o crescimento de desemprego, os fatores macro e microeconômicos influencia-se as microfranquias positivamente.

Referências Bibliográficas

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE *FRANCHISING*. **Maiores franquias do Brasil em 2018**. Disponível em:
<<https://www.portaldofranchising.com.br/franquias/maiores-franquias-do-brasil-em-2018/>>. Acesso em: 11 set. 2019.

_____. **Com mais unidades e empregos, setor de franquias cresce 5,9% no 2º Tri de 2019.** Disponível em:

<<https://www.abf.com.br/wpcontent/uploads/2019/08/abf-balanco-2tri-2019-e1565367973202.png>>. Acesso em: 11 set. 2019.

_____. **Franquias de baixo custo: veja 44 boas opções para investir.** Disponível em: <<https://www.portaldofranchising.com.br/franquias/franquias-de-baixo-custo/>>. Acesso em: 10 ago. 2019.

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e Empreendedorismo**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

BRASIL. **Lei nº 8.955, 15 de dezembro de 1994.** Dispõe sobre o contrato de franquia e das outras providências. 1994. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8955.htm>. Acesso em: 11 set. 2019.

BRANCO, Mariana. **Em meio à crise, microfranquias crescem no Brasil.** Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-03/em-meio-crise-microfranquias-crescem-128-no-brasil>>. Acesso em: 20 jul. 2019.

BRITTO, Francisco; WEVER, Luiz. **Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CILO, Nelson. **Investimento baixo: mercado de microfranquias deve dobrar neste ano.** Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2019/08/15/internas_economia,777226/investimento-baixo-mercado-de-microfranquias-deve-dobrar-neste-ano.shtml>. Acesso em: 14 ago. 2019

COSTA; MUELLER; MONDON. Análise do relacionamento de franqueados com seus franqueadores do setor de serviços em Florianópolis – SC. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 3, p. 34 – 54, set/dez 2011.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

_____. 2007 **Tipos de empreendedores**. Disponível em: <<file:///D:/TCC/TIPOS%20DE%20EMPREENDEDORES.pdf>>. Acesso em 14 ago. 2019.

GARDNER, Ackley; *et al.* **Teoria Macroeconomia**. São Paulo: Pioneira, 1978.

MARQUES, José. **Conheça os tipos de empreendedorismo e suas áreas de atuação ideais.** Disponível em:
<<https://www.ibccoaching.com.br/portal/conheca-os-tipos-de-empreendedorismo-e-suas-areas-de-atuacao-ideais/>>. Acesso em: 14 ago. 2019.

MARCONDES, Luciana; CAVALCANTI, Marly; FARAH, Osvaldo. **Empreendedorismo:** estratégia de sobrevivência para pequenas empresas. São Paulo: Saraiva, 2012.

SOUZA, Neander. **Franqueado e franqueador: qual é o papel de cada um.** Disponível em: < <https://franquiasparaempreender.com.br/franqueado-e-franqueador-qual-e-o-papel-de-cada-um/>>. Acesso em: 20 jul. 2019.

SEBRAE. **Etapas do desenvolvimento de uma franquia.** Disponível em:
<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/etapas-do-desenvolvimento-de-uma-franquia,66e8d1eb00ad2410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 14 ago 2019.

_____. **Franquia: vantagens e desvantagens.** Disponível em:
<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/franquia-vantagens-e-desvantagens,4be89e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD>> Acesso em: 14 ago. 2019.