

FRANCHISING

Franqueados buscam ajuda

Com modalidade em franca expansão, empresários procuram especialistas para evitar problemas em negócio com riscos diretos



Advogado David Nigri ressalta importância da assistência jurídica para novos e antigos franqueados. Negócio direto: riscos para a pra-

Terceiro país no ranking mundial de investimentos em franquias, o Brasil demonstra amadurecimento no setor que faturou R\$ 103 bilhões em 2012, um aumento de 19,4% em relação ao ano anterior, segundo a Associação Brasileira de Franchising (ABF). Diante das promessas dos franqueadores, antes de aplicar uma verba no sonho de ser seu próprio patrão, o franqueado tem mantido a cautela e recorrido aos especialistas em Análise Jurídica e Financeira da Circular de Oferta da Franquia. O estudo baseado na Lei no 8.955, de 15 de dezembro de 1994 mensura o resultado prévio e evita surpresas nos negócios.

Com o aumento na demanda pelo serviço, o escritório David Nigri Advogados Associados revela como a assistência pelo sucesso pode evitar prejuízos. "A orientação jurídica é muito importante para garantir o cumprimento dos direitos e deveres. A Lei de Franquias determina que 10 dias antes da assinatura do pré-contrato, o responsável pela marca disponibilize a

Circular de Oferta com todas as informações da franquia, como: condições para a obtenção da franquia, histórico, balanço e demonstrações financeiras, perfil do franqueado, investimento inicial, contrato, taxas e royalties", explica o advogado, David Nigri que oferece sugestões para o franqueado ter segurança no uso da marca ou mesmo

a ter problemas ao adquirir uma franquia no setor de varejo e em maio de 2011. "Não tive esse recurso. O contrato informava um custo para termos o leão em dois anos, mas nos alocaram dentro de um shopping e tivemos surpresas com o público alheio da expectativa, apesar do pagamento das taxas", afirma a análise de sistemas que

de Conciliação, Mediação e Arbitragem, devido ao sigilo sobre a situação jurídica. "Na maioria dos casos, eles optam por lugares mais distantes para dificultar o acompanhamento processual", garante a advogada, ressaltando ainda que crescem o número de empresários que almejam desestruturar o poder para transferir a sua marca em franquias.

A falta de comprometimento transformou o sonho da Cláudia de Oliveira em pesadelo. "Investi mais de R\$ 100 mil na abertura de uma franquia de serviços de beleza e estética no Rio de Janeiro, como não recorri à Análise Jurídica e Financeira antes de assinar o contrato, a decepção foi total. A marca Unha Express que se tornou uma rede há três anos não tem nenhuma organização. Como eles podem querer 'vender' uma receita de sucesso se não sabem administrar o seu próprio trabalho", reclama a montadora da Tijuca que abriu uma loja no seu bairro em janeiro deste ano e registra o faturamento 60% abaixo do gerado no contrato com o franqueado.

A orientação jurídica é muito importante para garantir o cumprimento dos direitos e deveres

David Nigri, advogado

sem o vínculo empregatício, priorizando os associados da ABF.

Com grande participação nos investimentos em franquias, as mulheres são as que mais têm recorrido à Análise Jurídica e Financeira. No entanto, a falta de transparência nas negociações levou a advogada Eliane Araújo, 39 anos,

investiu mais de R\$ 600 mil junto com a sócia na Bares e sofreu com a falta de planejamento do franqueador que não fornecia os produtos dentro do prazo previsto.

Segundo a advogada Flávia Caldas é necessário atenção à jurisdição, pois muitos franqueadores transferem os seus processos na Câmara

Rio tem segundo maior mercado do país

Estado registrou crescimento acima de 17% durante o ano passado

Atualmente, o Rio de Janeiro é o segundo maior mercado de franquias do Brasil, tendo crescido 17,7% no faturamento e 17% no número de redes, em 2012, superado apenas por São Paulo. Negócios, serviços e outros setores representam 30% do faturamento no Estado do Rio de Janeiro, enquanto alimentação

registra outros 20,8%. Com um faturamento de R\$ 4,5 bilhões, um aumento de 22% em relação a 2012, as microfranquias já abrangem 368 redes (10% a mais que em 2011) e 13.252 unidades, de acordo com a ABF. A elevação do valor de investimento inicial (taxa de franquia), de R\$ 50 mil para

R\$ 80 mil, aumenta a gama de atividades que se encontram no segmento e as oportunidades de novos negócios. Apesar de representarem ainda 4,4% em relação às franquias tradicionais, as microfranquias têm um enorme potencial de crescimento para negócios com faturamento mensal limbo de R\$ 30 mil.

DR
Luiz Moura
luizmoura@esportecb.com

ESPORTE
CLUBE JC

Clubes franceses entram no jogo dos impostos

A chegada dos multi-bilionários Nasser al-Khelaifi e Dmitry Rybolovlev ao controle de Paris Saint-Germain e Monaco, respectivamente, vem trazendo dificuldades até então inexistentes no futebol francês.

Outora (e ainda hoje) considerada uma liga menos expressiva entre as principais da Europa, a L1 que 1 vem recebendo craques mundiais em badaladas. Assim como as ligas astronômicas que os acompanham. Até aí, tudo estaria bem maravilhoso, não fosse um problema: com a crise financeira no continente, o governo local passou a cobrar impostos maiores sobre grandes fortunas.



Jogadores como o suéco Ibrahimovic e o colombiano Falcao Garcia já se queixaram da alta carga tributária do país, em algumas até mesmo se transferiram para centros onde o leão não fosse tão feroz. No entanto, os magnatas que gerem as equipes passaram a arcar com este ônus, em uma medida que levanta o temor sobre sua sustentabilidade a longo prazo.

E, agora, mais uma transação irá colocar os gestores em xeque. PSG e Nike negociam a renovação do acordo de patrocínio, com cifras que rondariam a casa dos € 20 milhões. Caso concretizado o plano, grande parte disto irá para o fisco francês.

Empresários bem-sucedidos, os novos reis da bola serão que mostrar habilidade para driblar a marcação governamental e alcançar os tão sonhados títulos.

ABISMO ENTRE SÓCIOS

222.980

Levantamento feito pela agência Summa Inter Sports Marketing analisou o abismo existente entre as condições planas de associação na Europa e as condições reais de negócios brasileiros. Enquanto o Brasil mantém a modalidade no mercado com seu 222.980 sócios-franqueados, o líder neste quesito por aqui é Internacional, com 121.345 participantes.

GOPRO MOSTRA FÓRMULA INDY COM OUTROS OLHOS

Criado em 2004, um novo modelo de câmeras vem tomando o mundo dos esportes como uma onda. A GoPro, desenvolvida pela californiana Woodman Labs, é uma filmadora portátil cuja qualidade acima da média para seu tamanho e recursos como resistência ao vento, aumento e choque a tornaram um xodó de surfistas, skatistas, skydivers e corredores.

Uma das fórmulas para seu sucesso também incorre de estratégias, cuidados e posicionamento condizante com seu target. E é assim que a GoPro chegou à principal categoria do automobilismo dos EUA.

Após o passo inicial de posicionar câmeras nos carros, a Woodman Labs fechou acordo com a IndyCar Series e, desde o ano passado, passou a ter seu nome em uma das etapas do campeonato: a GoPro Indy Grand Prix of Sonoma, disputada no circuito Infineon Raceway, em Sonoma, Califórnia.

O caso da GoPro encarna a transição bem-sucedida entre a idealização de um produto, sua captação no mercado por meio de uma estratégia bem executada e, por fim, a consolidação da marca no mercado em que ficou o pé, dez anos após sua idealização. Tudo galgado em um produto que traz os resultados que seus usuários desejam.

JORNAL CORPORATIVO

Publicidade Legal e Financeira
com resultado institucional no Mercado de Capitais

(21) 2217-9750 / comercial@jornalcorporativo.com