

Anexo I

Glossário de Termos do Mercado de Franquias

Circular de Oferta de Franquia (COF)

Documento obrigatório que deve ser entregue ao candidato a franqueado com, no mínimo, 10 dias de antecedência à assinatura do contrato. Contém informações jurídicas, financeiras e operacionais da franquia.

Contrato de Franquia

Acordo formal entre franqueador e franqueado que estabelece os direitos e deveres de ambas as partes.

Franqueador

Pessoa ou empresa detentora da marca e do modelo de negócio que é replicado por meio do sistema de franquias.

Franqueado

Pessoa ou empresa que adquire o direito de uso da marca e do modelo de negócio do franqueador mediante o pagamento de taxas e o cumprimento de regras estabelecidas.

Taxa de Franquia (ou Taxa Inicial)

Valor pago pelo franqueado ao franqueador no início da relação, que dá acesso à marca, know-how, treinamentos e suporte inicial.

Royalties

Pagamentos periódicos (geralmente mensais) feitos pelo franqueado ao franqueador, normalmente calculados como percentual sobre o faturamento bruto.

Taxa de Publicidade (ou Taxa de Marketing)

Contribuição mensal paga pelos franqueados para compor um fundo de marketing coletivo da rede.

Território de Exclusividade

Área geográfica definida no contrato onde o franqueado tem exclusividade para operar a franquia.

Know-how

Conjunto de conhecimentos técnicos, operacionais e comerciais que fazem parte do modelo de negócios da franquia.

Manual da Franquia

Documento que detalha todos os procedimentos operacionais da unidade franqueada. Serve como guia para padronização da operação.

Suporte ao Franqueado

Conjunto de ações e serviços prestados pelo franqueador para ajudar o franqueado no desenvolvimento e operação da unidade.

Expansão da Rede

Processo de crescimento da rede de franquias por meio da abertura de novas unidades franqueadas.

Pilotagem

Período em que o franqueador testa e comprova a viabilidade do modelo de negócio, antes de iniciar a expansão por franquias.

Multiunidades (Multiunit)

Franqueado que opera mais de uma unidade da mesma rede.

Master Franqueado (ou Máster Franquia)

Pessoa ou empresa que obtém o direito de desenvolver uma determinada região ou país, podendo subfranquear a marca.

Franquia de Conversão

Modelo de franquia em que um negócio independente é convertido para operar sob a marca e padrões de uma franquia existente.

Payback

Tempo estimado para que o franqueado recupere o investimento inicial realizado.

Ponto Comercial

Local físico onde a unidade franqueada opera. Pode ser definido pelo franqueado, com aprovação do franqueador.

Validação

Etapa em que o candidato a franqueado conversa com franqueados atuais para obter informações reais sobre a operação.

Taxa de Renovação

Valor pago pelo franqueado ao final do contrato, caso deseje continuar com a franquia por mais um período.

Anexo II

Glossário do Mundo dos Negócios

Assets (Ativos)

Bem tangível ou intangível que possui valor econômico e pode ser propriedade de uma empresa ou indivíduo.

Benchmarking

Processo de comparação de práticas, processos ou produtos com os de empresas líderes do mercado, a fim de identificar oportunidades de melhoria.

Branding

Gestão estratégica da marca. Vai além do logotipo: envolve percepção, posicionamento, cultura e conexão emocional com o público.

Business Model (Modelo de Negócio)

Estrutura que define como uma empresa cria, entrega e captura valor.

CAC (Custo de Aquisição de Cliente)

Valor investido para conquistar um novo cliente, somando marketing, vendas e outras ações relacionadas.

Capital de Giro

Recursos financeiros disponíveis para manter as operações diárias da empresa funcionando.

Churn Rate

Taxa de perda de clientes em um determinado período. É um indicador crítico de satisfação e retenção.

Culture Code (Código Cultura Organizacional)

Conjunto de valores, crenças, comportamentos e práticas que definem o ambiente interno da empresa.

Escalabilidade

Capacidade de um modelo de negócio crescer sem que os custos cresçam na mesma proporção.

Estratégia

Plano de ação coordenado para alcançar objetivos de longo prazo.

Cash Flow (Fluxo de Caixa)

Controle das entradas e saídas de dinheiro de uma empresa.

Governança Corporativa

Conjunto de práticas e processos usados para direcionar, administrar e controlar uma empresa.

Indicadores de Desempenho (KPIs)

Métricas utilizadas para medir o sucesso de ações ou processos empresariais.

Inovação

Processo de introdução de novidades que geram valor, seja em produtos, serviços, processos ou modelos de negócio.

Inteligência de Mercado

Coleta e análise de dados sobre o mercado, concorrência e consumidores, usados para embasar decisões estratégicas.

Lead

Contato ou potencial cliente que demonstrou interesse no produto ou serviço de uma empresa.

MVP (Minimum Viable Product – Mínimo Produto Viável)

Versão simplificada de um produto, lançada com funcionalidades mínimas para validar uma ideia com o mercado.

Pitch

Apresentação breve e impactante de uma ideia ou negócio, usada para atrair investidores, parceiros ou clientes.

Proposta de Valor

Promessa clara de benefícios que uma marca ou produto oferece ao cliente.

**Stakeholders**

Todos os públicos impactados por uma empresa: clientes, colaboradores, investidores, fornecedores, comunidade, etc.

Valuation

Avaliação do valor econômico de uma empresa.

Vantagem Competitiva

Diferencial que torna uma empresa mais atrativa ou eficiente que seus concorrentes.