

## Que tal trazer ao Brasil uma marca internacional como um máster-franqueado?



**Um máster-franqueado é aquele empresário que possuirá as mesmas atribuições do franqueador, só que em outra localidade.**



Não é tão difícil quanto parece ser: com planejamento, um excelente estudo de mercado e, claro, muito trabalho, é possível implantar uma máster-franquia internacional no

Brasil. Já vemos operar nomes conhecidos por aqui, como Pizza Hut, Subway e Havanna Café, por exemplo, mas quero hoje falar que existem oportunidades que exigem investimentos menores e que vão do varejo à prestação de serviços, nos segmentos de Moda, Limpeza e Conservação, Serviços Automotivos, Educação e, claro, Alimentação também. Na verdade, há uma infinidade de empresas de olho no mercado brasileiro e cabe ao investidor analisar cada uma delas, buscando ajuda profissional, caso sinta essa necessidade, para avaliar os setores mais adequados ao seu perfil e à localidade onde deseja atuar. Para que se entenda melhor, um máster-franqueado é aquele empresário que possuirá as mesmas atribuições do franqueador, só que em outra localidade. Ele terá a concessão e será capacitado para a transmissão do know-how do sistema e terá a responsabilidade das operações, implantações e comercializações locais, com o direito de sub-franquear, ou seja, ceder franquias a outros investidores, que se tornarão franqueados da marca. Normalmente, este máster fará um investimento maior, juntamente com a franqueadora, pois comprará o direito de comercializar um número determinado de unidades franqueadas, prestará suporte a elas e também terá a sua própria unidade, que atuará como uma unidade piloto, em boa parte dos casos.

O investidor pode tornar-se máster-franqueado regional de uma empresa brasileira, mas, a vantagem de trazer uma marca internacional ao Brasil é que ele terá vantagens econômicas, porque

desenvolverá a bandeira no país em parceria com a franqueadora, que procura um empresário local porque é ele que conhece tal mercado. É imprescindível, para o sucesso de uma máster-franquia, que o máster tenha alguma experiência empresarial. Isso porque ele precisará auxiliar na tropicalização da marca, ajustando pequenos pontos para que o produto ou serviço fique adequado aos parâmetros culturais, contratuais e fiscais do Brasil. É fundamental realizar-se um estudo financeiro com especificações locais, para verificar a viabilidade das unidades franqueadas e do máster-franqueado, adequando, principalmente, tributos e taxas locais. Esta simulação é importantíssima para avaliar se existe a necessidade de realizar qualquer adaptação ou desenvolvimento de fornecedores. Muitas vezes, uma importação de produto será muito mais onerosa do que o desenvolvimento de um fornecedor local com a mesma qualidade ou muito parecida com a da franqueadora. Após esta simulação, devem ser verificados os ajustes contratuais e determinado o plano de expansão da marca no Brasil. Em se tratando do contrato, ele deve ser redigido em dois idiomas, para que não haja nenhuma interpretação distorcida. Já o suporte dependerá de cada marca. No entanto, espera-se que a franqueadora preste suporte para implantação de unidades, comercialização e marketing, para assegurar o DNA da marca.

Há, principalmente, franqueadoras norte-americanas, sul-americanas, europeias e canadenses com grande interesse no Brasil. Marcas conhecidas dos brasileiros e outras que não fazem parte de nossas vidas, mas que oferecem produtos e serviços muito interessantes, podem se tornar bons negócios. Visitar feiras internacionais e entrar em contato com entidades ligadas ao Franchising pode ser um bom começo para quem busca ser máster-franqueado.

Publicação do Portal: Administradores.com

<http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/que-tal-trazer-ao-brasil-uma-marca-internacional-como-master-franqueado/124757/> 05/05/2017- 10h01

Dra. Adriana Camargo  
Membro G.E. Franquias – CRA-SP  
[acamargo@grupolatinoamericano.com.br](mailto:acamargo@grupolatinoamericano.com.br)