

## 1. OBJECTIVO

O presente documento tem por objectivo definir as características a que o serviço oferecido pelo Franchisador aos seus Franchisados tem que obedecer para ser certificado.

Neste documento são igualmente definidos os meios (organização) que o Franchisador tem que dispor para garantir que o serviço disponibilizado tem aquelas características.

## 2. ÂMBITO

Este documento aplica-se a qualquer agente económico que explore ou pretenda explorar uma rede de franchising de produtos ou de serviços (Franchisador).

Estão igualmente abrangidos por este documento os agentes económicos que pretendam representar uma determinada rede de franchising numa região (Master Franchisado ou Area Developer).

## 3. REFERÊNCIAS

Regulamento Comunitário n.º 2790/1999, de 22 de Dezembro  
Código de Deontologia Europeu do Franchising  
Lei nº 89-1008 de 31 de Dezembro de 1989 da Republica Francesa (Loi Doubin).

## 4. DEFINIÇÕES

**Franchising** - Sistema de comercialização de produtos, serviços ou tecnologias, baseadas numa estreita e contínua colaboração entre empresas ou pessoas singulares jurídica e financeiramente distintas e independentes, através do qual o Franchisador concede ao Franchisado o direito, e impõe a obrigação, de explorar uma empresa de acordo com o seu conceito e manuais.

**Conceito do Franchisador** – conjunção original de três elementos:

- A propriedade ou o direito de utilização de sinais aglutinadores de clientela: a insígnia, marca, marca do serviço, logo ou qualquer outro sinal distintivo;
- A utilização de uma experiência e de um saber fazer;
- Uma colecção de produtos, de serviços, e ou de tecnologias patenteadas ou não, que ele concebeu, aperfeiçoou aprovou ou adquiriu

**Franchisador** – Empresa ou pessoa singular com marca ou insígnia e saber fazer ("know-how") sobre os quais detém direitos, que cede a outra empresa, mediante contrato, o direito de explorar uma determinada actividade de acordo com o seu conceito.

**Candidato a Franchisado** – Empresa ou pessoa singular que pretende vir a ser Franchisado e efectuou a sua candidatura junto de um franchisador.

**Franchisado** – Empresa ou pessoa singular que desenvolve determinada actividade de acordo com o conceito cedido, através de contrato, por outra empresa (Franchisador).

**Master Franchisado** – Empresa ou pessoa singular, que adquire os direitos de exploração do estabelecimento de contratos de Franchising para determinada região ou país, através de unidades próprias e/ou do estabelecimento de contratos de Franchising.

**Area Developer** - Empresa ou pessoa singular que adquire os direitos de explorar um Franchising para determinado país ou região, mas cujas unidades serão da própria empresa.

**Acordo de Franchising** – Acordo pelo qual uma empresa, o Franchisador, concede a outra, o Franchisado, mediante uma contrapartida financeira directa ou indirecta, o direito de explorar um Franchising para efeitos de comercialização de determinados produtos e/ou serviços; inclui pelo menos obrigações relativas :

- ao uso de uma designação ou insígnia comum e à apresentação uniforme das instalações e/ou dos meios de transporte previstos no contrato ,
- à comunicação ao franqueado , por parte do Franchisador do saber fazer,
- à prestação contínua de assistência comercial ou técnica ao Franchisado por parte do Franchisador , durante a vigência do acordo.

**Saber Fazer** (“Know- how”) – Um conjunto de conhecimentos práticos não patenteados, decorrentes da experiência do Franchisador e verificado por este, que é secreto, substancial e identificável.

**Secreto** – o facto que o saber fazer, enquanto conjunto ou na configuração e reunião precisa dos seus componentes não é do conhecimento geral ou de fácil acesso; não deve ser entendido restritivamente no sentido de cada componente individual do saber fazer, deve ser totalmente desconhecido ou não susceptível de ser obtido fora da empresa do Franchisador.

**Substancial** – o facto que o saber fazer, inclui conhecimentos importantes para a venda de produtos ou para a prestação de serviços a utilizadores finais e, em especial, para a apresentação de produtos para venda, para a transformação de produtos em ligação com a prestação de serviços, para os métodos de negociar com os clientes e para a administração gestão financeira; o saber fazer deve ser útil para o Franchisado ao ser susceptível, à data da conclusão do acordo, de melhorar a sua posição concorrencial, em especial ao melhorar os seus resultados ou ajudando-o a penetrar num novo mercado.

**Identificável** - o facto que o saber fazer deve ser descrito de modo suficientemente preciso para permitir verificar que preenche os critérios de confidencialidade e de substancialidade, a descrição do saber fazer pode constar quer do contrato de Franchising, quer de documento separado, quer ser registado por qualquer outra forma adequada.

O Franchisador garante ao Franchisado o uso e a fruição de um saber-fazer que detém e desenvolve. O Franchisador através de uma informação e formação adaptadas transmite o saber fazer ao Franchisado, controlando a sua aplicação e o seu cumprimento.

O Franchisador deve incentivar os Franchisados a transmitirem-lhe informações com vista ao aperfeiçoamento do saber fazer. Durante os períodos pré-contratual, contratual e pós contratual, o Franchisador deve impedir qualquer utilização ou transmissão do saber fazer, especialmente em relação às redes concorrentes, que possa causar prejuízos à rede de Franchising.

**Unidade Piloto** – ponto de venda ao consumidor final ou estabelecimento comercial, cujo objectivo principal foi o de testar e provar a validade do conceito de negócio antes do início do processo de contratação de Franchisados e é permanentemente o de inovar e testar novos produtos ou serviços bem assim como novos métodos de operações por forma a manter o conceito de negócio actualizado e competitivo.

**Acções Correctivas** – acção para eliminar a causa de uma não conformidade detectada ou de uma outra situação indesejável.

## 5. REQUISITOS BASE PARA A CERTIFICAÇÃO DO SERVIÇO

Os requisitos base para acesso à certificação do serviço são:

a) o Franchisador evidenciar:

- Ter concebido o conceito, tendo este sido explorado em Portugal, há pelo menos um ano, tendo em funcionamento pelo menos uma unidade piloto, que pode ou não ser da sua propriedade;

b) o Master Franchisado evidenciar:

- que o conceito está a ser explorado em Portugal, há pelo menos um ano, (tendo em funcionamento pelo menos uma unidade piloto do próprio ou de um Franchisado);

c) Tanto o Franchisador como o Master Franchisado têm que evidenciar:

- Ser o titular dos direitos relativos à marca ou insígnia para a área geográfica em questão.

## 6. ORGANIZAÇÃO

O Franchisador/Master Franchisado deve definir claramente as funções e responsabilidades dos seus colaboradores que tenham intervenção na prestação do serviço a certificar. Estas devem estar aprovadas por quem de direito e ser conhecidas de todos os colaboradores.

Deve ser evidenciada a prestação de formação adequada a esses colaboradores.

O Franchisador/Master Franchisado deve dispor de documentos organizacionais que permitam garantir o cumprimento das características certificadas, nomeadamente sobre:

- Planificação estratégica e operacional da rede;
- Estudo Viabilidade económica – financeira;
- Imagem corporativa;
- Operações (o saber fazer);
- Formação;
- Plano e orçamento de marketing;
- Manual de Marketing.

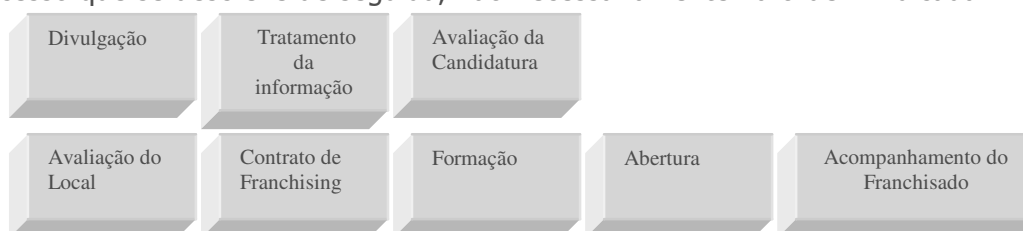
O Franchisador/Master Franchisado deve estabelecer claramente as especificações do produto/serviço a adquirir, bem como a responsabilidade de verificação daquelas especificações e as de carácter legal.

Quando aplicável, o Franchisador/Master Franchisado deve estabelecer metodologia para tratar as reclamações e devoluções dos Franchisados sobre o produto/serviço fornecido.

## 7. CARACTERÍSTICAS A CERTIFICAR NO ÂMBITO DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO

O presente capítulo tem como objectivo descrever quais as características que o serviço fornecido pelo Franchisador/Master Franchisado, ao Franchisado tem que evidenciar, bem como os meios implementados que permitem assegurar esse cumprimento.

As características a certificar decorrem da prestação do serviço de acordo com o processo que se descreve de seguida, não necessariamente na ordem indicada:



## 7.1 Divulgação

**O Franchisador/Master Franchisado garante adequadamente a divulgação do seu sistema de franchising.**

Podem ser utilizados os seguintes meios de divulgação:

- Mailings;
- Participações em feiras;
- Publicidade na comunicação social;
- Página internet;
- Outros considerados adequados.

A divulgação deve ser realizada tendo por base os seguintes materiais de suporte:

Ficha de candidato a Franchisado

e

Folheto de apresentação e/ou carta de apresentação e/ou outros meios considerados adequados, que devem conter no mínimo as seguintes informações:

- designação social da empresa Franchisadora/Master Franchisado;
- marca;
- contacto;
- objectivo;
- histórico;
- gama de produto(s)/serviço(s);
- conceito de negócio.

## 7.2 Tratamento da Informação

**O Franchisador/Master Franchisado garante o envio da documentação relevante no prazo máximo de 15 dias.**

Para assegurar a adequada gestão e o tratamento da informação solicitada pelo candidato a Franchisado no prazo indicado, o Franchisador/Master Franchisado tem que dispor de instruções escritas onde defina as regras para a recepção, tratamento e envio da informação solicitada, (por Ex.: dispor de base de dados actualizada).

Estas regras devem garantir:

- Recepção da ficha de candidato a Franchisado;
- O registo da informação que consta da ficha de candidato a Franchisado em arquivo documental e/ou suporte informático;

- Envio da seguinte documentação:
  - Brochura institucional de apresentação;
  - Formulário de candidatura;
  - Condições base de candidatura;
  - Código de deontologia europeu;
  - Compromisso de sigilo sobre a candidatura a apresentar e a identificação do promotor.

Estes documentos devem conter os seguintes pontos:

- a) Brochura institucional de apresentação
  - Historial da empresa e/ou da marca;
  - Gama de produtos/serviços;
  - Posicionamento estratégico (valores e princípios);
  - Estrutura da organização;
  - Informação sobre a rede de franchising;
  - Caracterização genérica do tipo de local das instalações;
  - Perfil de Franchisado pretendido;
  - Caracterização das exigências de capacidade financeira do Franchisado;
  - Informação de como se tornar Franchisado;
  - Contactos.
- b) Formulário de candidatura
  - Dados pessoais dos sócios (accionistas);
  - Dados familiares;
  - Ocupação dos tempos livres;
  - Formação académica;
  - Experiência profissional;
  - Experiência empresarial;
  - Envolvimento no negocio, em % de tempo;
  - Descrição da instalação (quando aplicável);
  - Situação financeira e patrimonial;
  - Razões da candidatura.
- c) Condições base de candidatura
  - O Franchisador/Master Franchisado deve identificar claramente quais os requisitos que exige ao Franchisado e que serão a base de selecção. Ex.: formação; qualidades pessoais; envolvimento no negócio; recursos financeiros.

### 7.3 Avaliação da Candidatura

**O Franchisador/Master Franchisado garante a adequada avaliação dos processos de candidatura a Franchisado de acordo com requisitos pré-definidos e informa o interessado da sua decisão ( que em alguns casos será apenas de passagem à fase seguinte) no prazo máximo de trinta dias.**

Para assegurar a correcta avaliação dos processos de candidatura a Franchisado, o Franchisador/Master Franchisado tem que definir em documentos específicos:

- Processo de recepção do formulário de candidatura;
- Requisitos do perfil do candidato;
- Processo de selecção ( análise documental e entrevista(s))
- Responsabilidades pela emissão do parecer de aprovação ou reprovação;
- Comunicação por escrito ao candidato a Franchisado do resultado da candidatura;
- Compromisso de manutenção dos registos relativos ao processo de candidatura durante 5 anos, garantindo o sigilo da informação ali contida.

#### 7.4 Avaliação do local

**O Franchisador/Master Franchisado, quando para a prossecução do negócio sejam necessárias instalações e quando não for ele o titular das instalações onde os bens são vendidos ou os serviços são prestados, possui critérios claros quanto à selecção do local e características da instalação (loja) de acordo com o plano estratégico e operacional de desenvolvimento da rede.**

Para assegurar a correcta selecção do local e das instalações o Franchisador/Master Franchisado deve definir claramente sob a forma de procedimento escrito as características pretendidas relativamente a:

- zona geográfica;
- localização (zona da cidade, esquina, largo);
- Implantação (Loja Integrada ou Loja Autónoma);
- População envolvente;
- Polo de atracção
- Futuro urbanístico
- Área

E acessoriamente se entender essencial:

- Planta tipo

Deve ser verificada e evidenciada a análise do cumprimento dos requisitos, e informar por escrito o interessado da decisão sobre a aprovação do local.

#### 7.5 Contrato de franchising

**O Franchisador/Master Franchisado garante que estão salvaguardados os direitos e os interesses de todos os membros da rede de franchising através de um contrato de franchising conforme com o direito nacional, direito comunitário e o Código de Deontologia.**

Deve existir procedimento escrito indicando claramente as regras quanto à elaboração, envio, celebração e arquivo do contrato bem como as responsabilidades inerentes a este processo. Este procedimento deve estabelecer as regras e responsabilidades

quanto à verificação, confirmação das condições e informação por escrito da assinatura do contrato.

Deve ser garantida a concordância entre este contrato e o contrato de promessa caso exista.

O contrato deve definir sem ambiguidades as respectivas obrigações e responsabilidades de ambas as partes.

O contrato deve ser estabelecido em Português .

O contrato deve referir no mínimo os seguintes aspectos:

- Direitos do Franchisador/Master Franchisado;
- Direitos do Franchisado;
- Os bens e/ou serviços fornecidos ao Franchisado;
- Obrigações do Franchisador/Master Franchisado;
- Obrigações do Franchisado;
- Condições financeiras exigidas ao Franchisado;
- Duração do contrato, fixada de forma a permitir ao Franchisado a amortização dos investimentos específicos ao franchising;
- As condições de renovação, se houver lugar, do contrato;
- As condições segundo as quais pode ocorrer a cessação ou a transmissão dos direitos decorrentes do contrato e as condições do exercício do direito de preferência pelo Franchisador/Master Franchisado;
- As condições de utilização pelo Franchisado de: insígnia, marca, marca do serviço, logo ou qualquer outro sinal distintivo;
- O direito do Franchisador/Master Franchisado de fazer evoluir o seu conceito de franchising adoptando novos métodos;
- As cláusulas de resolução do contrato;
- As cláusulas prevendo a recuperação pelo Franchisador/Master Franchisado de todos os elementos corpóreos e incorpóreos que lhe pertençam em caso de cessação do contrato antes do seu termo;
- Definição de regras de confidencialidade.

## **7.6 Formação / qualificação do pessoal pertencente ao Franchisado**

**7.6.1 O Franchisador/Master Franchisado fornece a descrição das funções e responsabilidades de cada posto de trabalho tipo que o Franchisado irá necessitar.**

Para cada tipo de posto de trabalho necessário no negócio a franchisar, o Franchisador/Master Franchisado deve ter definidas por escrito as funções e as respectivas responsabilidades:

- Perante os clientes ( acolhimento, informação, verificação da satisfação );
- No plano técnico ( conhecimentos mínimos para informar correctamente sobre a utilização dos produtos / serviços a fornecer );

- Organização interna ( enquadramento do pessoal, organização administrativa ).

### **7.6.2 O Franchisador/Master Franchisado assegura a formação inicial e contínua ao Franchisado**

O Franchisador/Master Franchisado deve:

- possuir um plano de formação tipo para os Franchisado, que salvaguarde a formação e integração inicial e contínua;
- Assegurar a formação inicial através da participação por parte do Franchisado ou candidato a Franchisado através de um plano de formação teórico e prático a realizar numa unidade piloto e/ou franchisada com uma duração *que garanta que o* Franchisado adquira os conhecimentos necessários para gerir o negócio.
- avaliar a eficácia da formação proporcionada com critérios definidos de aprovação/rejeição;
- manter registos adequados do grau de ensino do Franchisado ou do Candidato a Franchisado, bem como da sua experiência, da formação e qualificações profissionais

O Franchisador/Master Franchisado deve ter procedimento(s) escrito(s) onde defina claramente as regras para a concepção, aprovação, realização, avaliação e registo da formação.

### **7.7 Abertura do ponto de venda**

**O Franchisador/Master Franchisado zela que o(s) ponto(s) de venda, desde a data de abertura, cumpre(m) com as regras de marketing, publicidade e operação aplicáveis á sua rede de franchising e garante a informação inerente ao correcto desenvolvimento das actividades de operação necessárias.**

O Franchisador/Master Franchisado deve estabelecer as regras inerentes à instalação do ponto de venda e divulgá-las aos Franchisados sob a forma de procedimentos escritos e/ou manuais de operação.

O Franchisador/Master Franchisado deve estabelecer as regras inerentes aos processos operativos sob a responsabilidade do Franchisado, nomeadamente :

- imagem corporativa;
- formação;
- técnico comercial;
- marketing local;
- económico-financeiro;
- recursos humanos;
- informática.

O Franchisador/Master Franchisado deve divulgar esta informação atempadamente, assegurando que o Franchisado à altura da abertura do ponto de venda possui a formação e a informação necessária e suficiente para a correcta realização dos processos operativos.

## **7.8 Acompanhamento do Franchisado**

**O Franchisador/Master Franchisado presta o apoio e o acompanhamento técnico necessário ao Franchisado.**

**7.8.1 O Franchisador/Master Franchisado deve garantir a difusão pelos franchisados de documentos operacionais e suas actualizações no prazo mínimo de cinco dias antes da respectiva entrada em vigor.**

**7.8.1.1. No caso de ser questionado pelo Franchisado sobre aspectos relativos aos direitos e deveres transmitidos pelo contrato de franchising, o Franchisador terá que responder no prazo máximo de 10 dias úteis.**

O Franchisador deve identificar e implementar formas de comunicação com o Franchisado relativamente a:

- informação sobre o produto/serviço;
- garantir a manutenção e a evolução do seu conceito de franchising;
- Garantir a actualização dos processos de trabalho bem como dos manuais de operação e procedimentos de acordo com as tendências de mercado;
- garantir a realização de pelo menos uma reunião anual da rede com todos os seus Franchisados.

**7.8.2 O Franchisador/Master Franchisado deve avaliar a satisfação dos seus Franchisados relativamente aos serviços que lhes presta bem como dispor de um sistema de recolha de reclamações dos seus franchisados.**

O Franchisador deve implementar formas de comunicar com o Franchisado nomeadamente através de:

- Com uma periodicidade anual, questionários de avaliação da satisfação do Franchisado, que deverão evidenciar a possibilidade dos Franchisados manifestarem o seu grau de satisfação relativamente aos serviços prestados pelo Franchisador.
- Sistema de recolha de reclamações dos Franchisados relativamente aos serviços prestados pelo Franchisador, evidenciando procedimentos e prazos de resposta que devem estar preestabelecidos.

- O Franchisador/Master Franchisado deve implementar as necessárias Acções Correctivas decorrentes da análise de não conformidades ou reclamações;
- Sistema de recolha de reclamações dos clientes finais relativamente aos serviços prestados pela rede, evidenciando procedimentos e prazos de resposta.