

ARTIGO

Análise dos critérios e percentuais adotados na cobrança de taxas de *royalties* e propaganda no setor de franquias¹

Maria Teresa Somma²

O sistema de *franchising* tem crescido muito nos últimos anos e junto com esse crescimento têm surgido mais problemas no que tange o relacionamento entre franqueador e franqueado. Uma das questões controversas desse relacionamento diz respeito à cobrança das taxas de *royalties* e propaganda.

Embora seja comum a prática da cobrança dessas taxas pelo franqueador, constando inclusive no contrato de franquia, normalmente após os primeiros meses de negócio, os franqueados tendem a achar que estão pagando muito por essas taxas.

Diante disso, fica clara a importância de uma análise criteriosa do candidato a franqueado, no que tange aos critérios e percentuais adotados na cobrança dessas taxas.

Visando entender melhor os critérios e os percentuais adotados pelos franqueadores no que diz respeito à cobrança de taxas de *royalties* e propaganda, levando em consideração os diversos segmentos do sistema de *franchising*, realizou-se uma pesquisa no período de março a maio de 2010 com 594 empresas franqueadoras.

Verificou-se que os critérios utilizados para a cobrança da taxa de *royalties* são: faturamento bruto (FB); faturamento líquido (FL); faturamento (F); compras (C); não cobram (NC) e outros. O quadro 1 apresenta os critérios utilizados na cobrança de *royalties* por segmento.

Quadro 1 - Cobrança de Taxa de *Royalties* por segmento

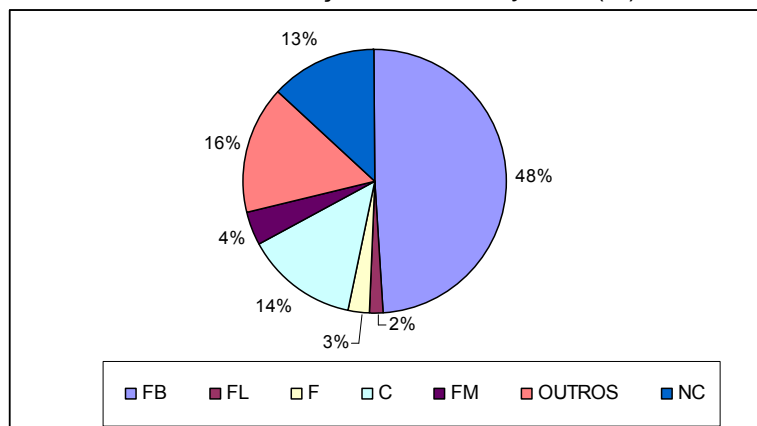
ROYALTIES	FB	FL	F	C	FM	OUTROS	NC	TOTAL
Acessórios pessoais e calçados	17	-	1	16	-	5	5	44
Alimentação	73	4	3	4	2	13	7	106
Bebidas, cafés, doces e salgados	28	-	2	5	1	8	3	47
Beleza, saúde e produtos naturais	45	1	1	5	5	18	5	80
Cosméticos e Perfumaria	1	-	-	9	1	4	9	24
Entretenimento e Lazer	6	-	-	2	1	2	-	11
Comunicação, informática e eletrônicos	8	-	-	1	1	4	3	17
Educação e Treinamento	23	-	2	-	1	10	6	42
Fotografia, gráficas e sinalização	3	-	-	-	1	2	-	6
Escolas de Idiomas	10	-	-	-	3	4	20	37
Móveis, decoração e presentes	4	-	-	8	-	1	1	14
Construção e imobiliárias	8	1	-	1	-	2	-	12
Hotelaria e Turismo	4	-	-	-	-	-	3	7
Limpeza e Conservação	17	1	1	1	2	2	-	24
Negócios, serviços e conveniência	27	1	2	2	2	8	2	44
Livrarias e papelarias	3	-	-	-	1	-	1	5
Serviços automotivos	8	-	2	-	-	6	1	17
Vestuário	6	-	1	30	3	6	11	57
TOTAL GERAL	291	8	15	84	24	95	77	594

¹ A pesquisa completa com análise individual dos percentuais cobrados pelos segmentos de *franchising* encontra-se no livro "Franquia ao alcance de todos".

² Atua como consultora na área de expansão de negócios e é autora dos livros "Franquia ao alcance de todos" e "Planejando estrategicamente sua vida profissional".

Como pode ser observado no quadro 1 e gráfico 1, dos 594 franqueadores pesquisados, 291 (49%) cobram a taxa de *royalties* com base no faturamento bruto; 8 (1,5%) faturamento líquido; 15 (2,5%) faturamento; 84 (14%) compras; 24 (4%) faturamento médio, 95 (16%) adotam outros critérios e 77 (13%) não cobram taxa de *royalties*.

Gráfico 1 – Cobrança de taxa de *royalties* (%)



O gráfico 2 apresenta a cobrança de *royalties* pelo faturamento bruto por segmento.

Gráfico 2 – Cobrança de *royalties* pelo faturamento bruto por segmento



Observa-se que os franqueadores preferem cobrar as taxas de *royalties* com base no faturamento bruto, o que resulta em menos lucro líquido para o franqueado.

O segundo critério mais utilizado é a cobrança pelas compras efetuadas (gráfico 3).

Gráfico 3 – Cobrança de *royalties* pelas compras por segmento



Esses dados deixam claro que os segmentos que se destacam pela preferência em cobrar as taxas de *royalties* pelas compras são: *Móveis, decoração e presentes*; *Cosméticos e Perfumaria*; *Acessórios pessoais e calçados* e *Vestuário*. Isso ocorre uma vez que nesses segmentos, a maior parte dos franqueadores são os fabricantes dos produtos comercializados.

Foi possível verificar nessa pesquisa que um percentual considerável de franqueadores não cobram taxas de *royalties*, como pode ser verificado no gráfico 4.

Gráfico 4 – Não cobrança de *royalties* por segmento



Verificou-se que os segmentos que mais se destacaram por não cobrarem taxas de *royalties* são: *Escolas de idiomas*; *Hotelaria e Turismo* e *Cosméticos e Perfumaria*. Isso propicia o crescimento de unidades desses segmentos, uma vez que se trata de um fator que motiva as pessoas a investirem, por acreditarem que terão menos custos, mas esse aspecto deve ser

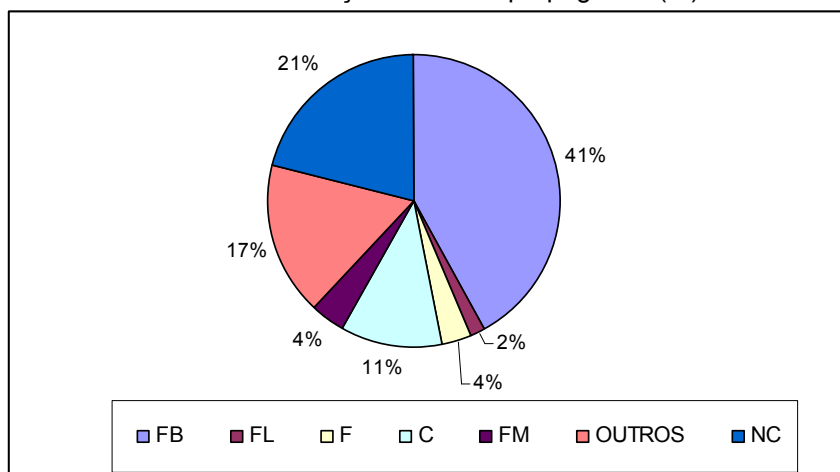
avaliado com cuidado, pois muitos franqueadores preferem cobrar taxas de franquias mais elevadas ao invés de cobrar taxas de *royalties*.

No que tange à cobrança das taxas de propaganda, detectou-se que os critérios adotados são os mesmos que os mencionados na taxa de *royalties* (quadro 2 e gráfico 5).

Quadro 2 - Cobrança de Taxa de Propaganda por segmento

PROPAGANDA	FB	FL	F	C	FM	OUTROS	NC	TOTAL
Acessórios pessoais e calçados	15	-	3	12	3	4	7	44
Alimentação	61	4	5	2	3	16	15	106
Bebidas, cafés, doces e salgados	23	-	2	3	3	7	9	47
Beleza, saúde e produtos naturais	37	1	-	6	4	17	15	80
Cosméticos e Perfumaria	-	-	1	8	1	3	11	24
Entretenimento e Lazer	6	-	2	1	2	2	-	11
Comunicação, informática e eletrônicos	8	-	-	-	-	3	6	17
Educação e Treinamento	19	-	3	-	-	9	11	42
Fotografia, gráficas e sinalização	2	1	-	-	-	1	2	6
Escolas de Idiomas	10	-	-	-	2	14	11	37
Móveis, decoração e presentes	3	-	-	5	1	1	4	14
Construção e imobiliárias	8	1	-	1	-	2	-	12
Hotelaria e Turismo	3	-	-	-	-	2	2	7
Limpeza e Conservação	14	1	1	1	1	1	5	24
Negócios, serviços e conveniência	25	1	3	1	1	6	7	44
Livrarias e papelarias	1	-	-	-	1	2	1	5
Serviços automotivos	7	-	1	-	1	6	2	17
Vestuário	10	1	2	23	2	3	16	57
TOTAL GERAL	252	10	21	64	24	99	124	594

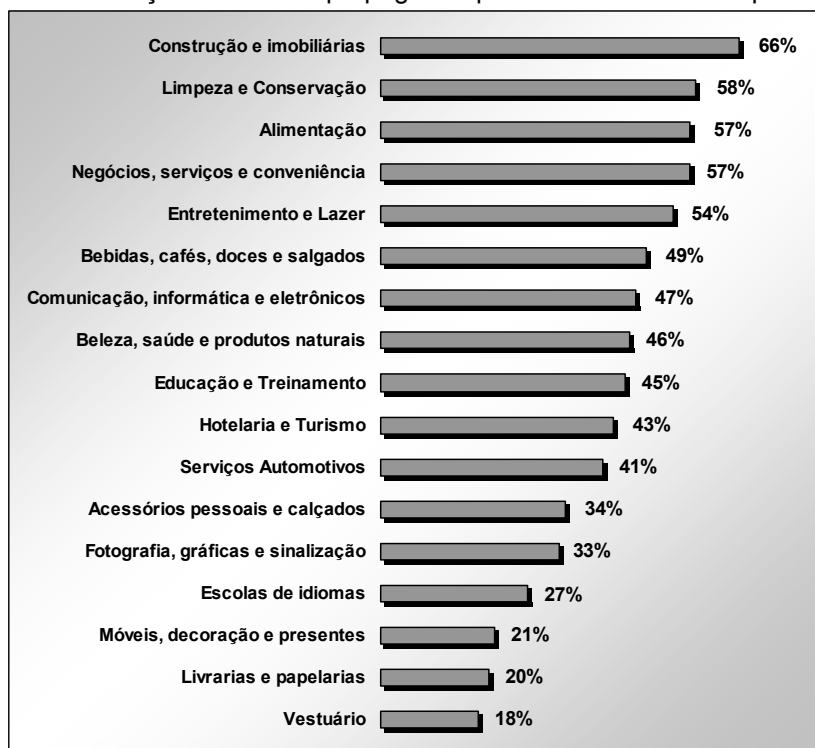
Gráfico 5 – Cobrança de taxa de propaganda (%)



Diante dos dados apresentados no quadro 2 e gráfico 5 é possível observar que das 594 empresas analisadas, 252 (42%) cobram a taxa de propaganda pelo faturamento bruto; 10 (1,5%) pelo faturamento líquido; 21 (3,5%) pelo faturamento; 64 (11%) pelas compras; 24 (4%) pelo faturamento médio, 99 (21%) utilizam outros parâmetros e 124 (21%) não cobram taxa de propaganda.

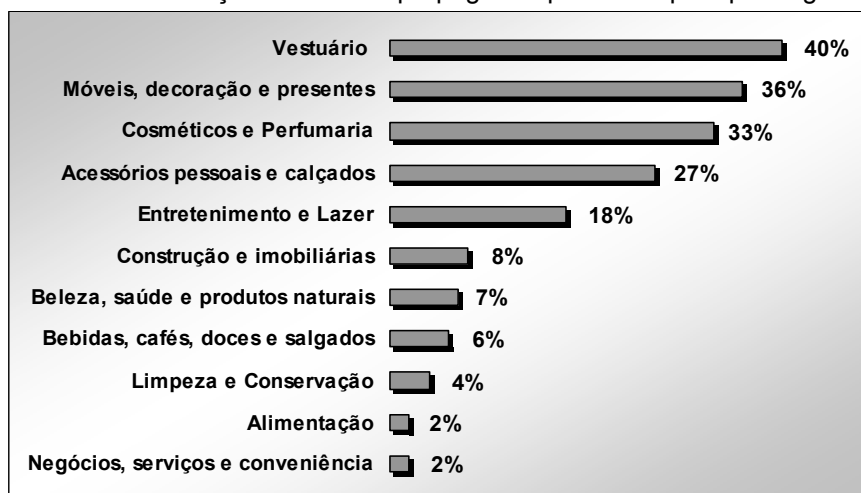
O gráfico 6 ilustra a cobrança de taxa de propaganda pelo faturamento bruto por segmento.

Gráfico 6 – Cobrança de taxas de propaganda pelo faturamento bruto por segmento



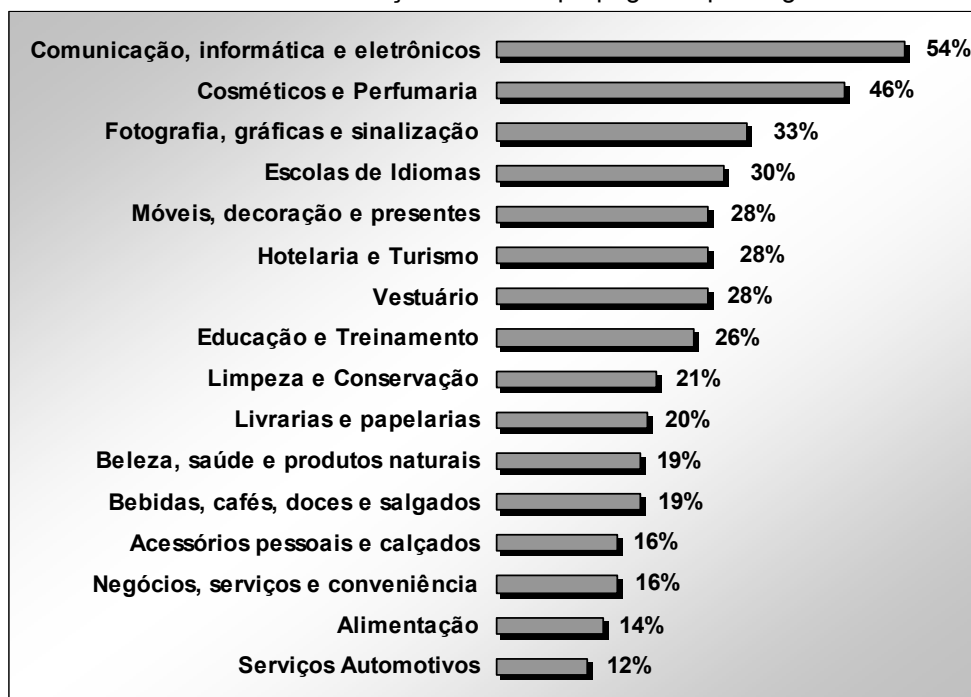
Verifica-se claramente que o critério preferido pela maioria dos segmentos é a cobrança das taxas de propaganda com base no faturamento bruto. A cobrança dessa taxa pelo valor das compras efetuadas também tem sido uma opção para alguns segmentos (Gráfico 7), entretanto uma parcela de franqueadores não cobra pela taxa de propaganda (Gráfico 8).

Gráfico 7 – Cobrança de taxas de propaganda pelas compras por segmento



Observa-se que os principais segmentos que optaram por cobrar a taxa de propaganda pelas compras são os mesmos que praticam esse critério com relação á cobrança da taxa de *royalties* e os motivos são os mesmos especificados anteriormente.

Gráfico 8 – Não cobrança de taxa de propaganda por segmento



Verificou-se que grande parte das empresas dos segmentos de *Cosméticos e Perfumaria* e *Escolas de Idiomas*, também não cobram pela taxa de propaganda. Já um percentual grande de empresas do segmento de *Comunicação, Informática e Eletrônica*, ao contrário do que praticam em relação à cobrança das taxas de *royalties*, preferem não cobrar pela taxa de propaganda. Detectou-se ainda que o segmento de *Fotografia, gráficas e sinalização*, foi o que apresentou maior índice de empresas que não cobram taxa de propaganda, situação esta bem diferente do que foi visto anteriormente, uma vez que todas as empresas analisadas deste segmento cobram pela taxa de *royalties*.

Diante de todos os dados apresentados, conclui-se que antes de adquirir uma franquia é imprescindível que o candidato a franqueado analise diversos aspectos com o máximo de cautela e as taxas de *royalties* e propaganda cobradas pelos franqueadores se enquadram nesses aspectos a serem levados em consideração, uma vez que no momento da compra, o franqueado por estar muito entusiasmado, não consegue dimensionar o efeito que a cobrança dessas taxas pode ocasionar no seu negócio, mas depois de poucos meses da implantação do negócio, ele acaba descobrindo “no bolso” o grau de importância desses itens.