SELLOUT ACADEMY BLACK

E-BOOK | GUIA PRÁTICO DE ESTRUTURA

SOU FRANQUEADORA. E AGORA?

O mapa dos departamentos que sua franqueadora precisa montar, do Dia 0 aos 12 meses, com KPIs, checklists de 90 dias e o apoio certo de IA.

FRANQUIAS NÃO DEVERIAM NASCER PARA QUEBRAR.

13	90	30-60-90
ÁREAS MAPEADAS	DIAS DE CHECKLIST POR ÁREA	ROTEIRO CONSOLIDADO

selloutacademyblack.com.br

SUMÁRIO

O QUE VOCÊ VAI ENCONTRAR

13 capítulos de departamento, um roteiro 30-60-90 consolidado, a tabela por fase e um capítulo sobre os agentes de IA do Esquadrão Black e o CRM Black Preditivo e Anti-Churn.

	Introdução: quem faz o quê na franqueadora	3
01	Expansão e inteligência de mercado	4
02	Implantação, arquitetura e engenharia	5
03	Suporte e consultoria de campo	6
04	Treinamento e universidade corporativa	7
05	Marketing e prospecção	8
06	CRM e gestão da rede	9
07	Financeiro	10
08	Jurídico	12
09	Supply e homologação de fornecedores	13
10	Qualidade e auditoria	14
11	Tecnologia	15
12	Relação com franqueados e conselho	16
13	Filiação ABF e demais áreas	17
	Roteiro 30-60-90 consolidado	18
	Tabela por fase	19
14	Esquadrão Black e CRM Black Preditivo e Anti-Churn	20
	Fontes e próximos passos	21

INTRODUÇÃO

QUEM FAZ O QUÊ DENTRO DA SUA FRANQUEADORA?

Franquias não deveriam nascer para quebrar.

Você formatou a franquia. A COF está pronta, o contrato também, e o primeiro candidato pode chegar a qualquer momento. Agora surge a pergunta que separa uma marca que cresce de uma rede que se desfaz: quem, dentro da franqueadora, vai cumprir cada promessa feita ao franqueado?

Não existe um organograma oficial único para toda franqueadora. Este e-book reúne o que a Lei de Franquia (Lei 13.966/2019), a LGPD, as orientações do Sebrae, materiais da ABF e consultorias de franchising descrevem como estrutura típica, e organiza tudo em um mapa prático de 13 áreas para quem está começando.

1. **Tudo o que a COF promete vira trabalho de algum departamento.** A Circular de Oferta de Franquia descreve suporte, supervisão de rede, treinamento, manuais, auxílio na escolha do ponto, padrões arquitetônicos, fornecedores homologados, situação da marca, conselho de franqueados e regras dos fundos. Cada item precisa de dono, processo e indicador.

2. **Começar enxuto não é começar improvisado.** No início, uma mesma pessoa pode acumular áreas e muitas funções podem ser terceirizadas. O que não pode faltar é processo definido, checklist e uma forma de medir.

3. **A IA acelera, mas não decide sozinha.** Agentes de IA ajudam a qualificar leads, resumir visitas, classificar chamados e controlar prazos. Seleção de franqueados, pareceres jurídicos e deliberações da rede seguem com validação humana.

AS TRÊS FASES DE MATURIDADE USADAS NESTE GUIA

Dia 0	6 meses	12+ meses
Formatação e primeiras vendas. Estruture o que a COF promete, com um responsável por área e apoio externo.	Rede pequena em operação. Formalize processos, ferramentas e rotinas de medição.	Escala e especialização. Separe funções, crie equipes e integre dados.

COMO CADA UM DOS 13 CAPÍTULOS DE DEPARTAMENTO ESTÁ ORGANIZADO

Objetivo Para que a área existe	**Funções e entregas** Quem faz e o que produz	**KPIs** Como medir
Quando montar Dia 0, 6 meses, 12+	**Terceirizar ou IA** Onde ganhar fôlego	**Checklist de 90 dias** O que fazer já

As fases e parte dos KPIs são síntese prática a partir das fontes. Este material é educativo e não substitui assessoria jurídica, contábil ou de formatação.

01

VENDAS DE FRANQUIA, SELEÇÃO E GEOMARKETING

EXPANSÃO E INTELIGÊNCIA DE MERCADO

OBJETIVO Prospectar, qualificar e selecionar candidatos alinhados ao perfil ideal descrito na COF, com política territorial e ritmo de abertura sustentável. A inteligência de mercado dimensiona praças e áreas de influência para evitar canibalização e guiar o plano de expansão.

Funções e cargos

- Coordenador ou gerente de expansão
- Consultor de expansão (prospecção e funil)
- Analista de inteligência de mercado e geomarketing (pode ser compartilhado)

Entregas

- Funil de candidatos e processo seletivo documentado
- Entrega da COF com protocolo do prazo legal
- Parecer de território e proposta comercial
- Estudos de potencial, mapas de saturação e critérios de ponto
- Passagem formal do candidato aprovado para Jurídico e Implantação

KPIS PARA ACOMPANHAR

Leads qualificados | Conversão por etapa do funil | Tempo médio até assinatura | % de candidatos no perfil ideal | Churn precoce de novos franqueados | Custo de aquisição de franqueado x taxa de franquia | Acurácia das projeções x faturamento real

QUANDO MONTAR

Dia 0
Um responsável com apoio externo, funil básico e estudo de mercado contratado.

6 meses
Funil e CRM especializados, processo seletivo maduro e banco de pontos.

12+ meses
Equipe comercial dedicada e geomarketing interno, se o volume justificar.

O que terceirizar ou apoiar com IA

- Consultores ou agências de expansão e softwares de geomarketing.
- Nutrição e follow-up de leads com parceiro especializado, integrado ao seu funil.
- Agentes de IA para qualificação inicial, dúvidas frequentes sobre a COF, triagem de documentos e resumo de entrevistas. A análise humana do candidato continua obrigatória.

Prazo legal da COF. A Circular de Oferta de Franquia deve chegar ao candidato, em português, no mínimo 10 dias antes da assinatura do contrato ou pré-contrato, ou de qualquer pagamento (Lei 13.966/2019, art. 2º, § 1º). Registre a data de entrega.

CHECKLIST DE 90 DIAS

Dias 1 a 30
ORGANIZAR

- [ ] Definir o perfil ideal de franqueado coerente com a COF
- [ ] Desenhar as etapas do funil e os critérios de passagem
- [ ] Criar o protocolo de entrega da COF com registro de data

Dias 31 a 60
IMPLANTAR

- [ ] Implantar ferramenta de funil e roteiro de entrevista
- [ ] Contratar estudo de potencial para as praças prioritárias
- [ ] Escolher o parceiro de nutrição e follow-up de leads

Dias 61 a 90
MEDIR E AJUSTAR

- [ ] Revisar a conversão por etapa do funil
- [ ] Formalizar a passagem para Jurídico e Implantação
- [ ] Comparar custo de aquisição com a taxa de franquia

DO CONTRATO ASSINADO À INAUGURAÇÃO

02 IMPLANTAÇÃO, ARQUITETURA E ENGENHARIA

OBJETIVO Levar a unidade do contrato assinado à inauguração, com ponto, projeto, obra, estoque inicial e marketing de abertura, sempre dentro do leiaute, da identidade visual e do memorial descritivo exigidos na COF e no contrato.

Funções e cargos

- Coordenador de implantação
- Analista de cronograma
- Arquiteto de marca (interno ou parceiro homologado)
- Engenheiro ou coordenador de obras, conforme o segmento

Entregas

- Cronograma de abertura e checklist de implantação
- Acompanhamento de obra, equipamentos e estoque inicial
- Treinamento de inauguração e ata de go-live
- Projeto-padrão, memorial descritivo e arranjo físico
- Aprovação de projetos das unidades e book de loja atualizado

KPIS PARA ACOMPANHAR

Prazo médio contrato até inauguração | Desvio de orçamento de obra | % de aberturas no prazo | NPS do franqueado na implantação | Tempo de aprovação de projeto | Conformidade pós-obra x padrão

QUANDO MONTAR

Dia 0
Processo definido, um responsável e arquitetura via parceiro homologado.

6 meses
Playbook formalizado, cronogramas padronizados e book de loja atualizado.

12+ meses
Equipes por cluster geográfico e coordenação interna de arquitetura, se houver volume.

O que terceirizar ou apoiar com IA

- Escritório de arquitetura e gerenciadora de obras, quase sempre terceirizados no início.
- Agentes de IA para acompanhar o checklist, alertar atrasos e consolidar o status de cada abertura.
- IA para checar conformidade visual a partir de fotos da obra.

CHECKLIST DE 90 DIAS

Dias 1 a 30
ORGANIZAR

- [ ] Mapear todas as etapas do contrato até a inauguração
- [ ] Homologar o escritório de arquitetura parceiro
- [ ] Montar o checklist de implantação com responsáveis

Dias 31 a 60
IMPLANTAR

- [ ] Padronizar o cronograma com marcos e prazos
- [ ] Definir o rito de aprovação de projeto
- [ ] Alinhar o estoque inicial com Supply

Dias 61 a 90
MEDIR E AJUSTAR

- [ ] Criar o modelo de ata de go-live
- [ ] Registrar lições da primeira implantação
- [ ] Publicar o playbook de implantação versão 1

03

TRANSFERÊNCIA DE KNOW-HOW NO DIA A DIA

SUPORTE E CONSULTORIA DE CAMPO

OBJETIVO Transferir o know-how no dia a dia, proteger o padrão da marca e ajudar o franqueado a melhorar resultados. O consultor de campo atua como mentor e analista de negócios, não apenas como fiscal.

Funções e cargos

- Consultor de campo ou consultor de negócios
- Coordenador de suporte
- Central de atendimento ao franqueado (SAF ou CAF), quando houver

Entregas

- Roteiro e cronograma de visitas
- Checklists de visita e planos de ação
- Análise de DRE padrão da unidade
- Dashboard de indicadores
- Comunicação contínua entre rede e franqueadora

KPIS PARA ACOMPANHAR

Visitas realizadas x prometidas na COF e no contrato | % de planos de ação concluídos | Evolução dos indicadores da unidade | Satisfação do franqueado com o suporte | Carteira média por consultor

QUANDO MONTAR

Dia 0	6 meses	12+ meses
Processo e checklist definidos, mesmo com poucas unidades.	Consultor dedicado ou compartilhado.	Equipe com carteiras e clusterização das unidades.

O que terceirizar ou apoiar com IA

- Consultores externos no início e software de checklist e auditoria.
- IA para resumir visitas, priorizar alertas de KPI e sugerir planos de ação a partir do DRE. A validação humana é obrigatória.

Dica de gestão. Fontes de mercado recomendam clusterizar a rede e redimensionar a carteira de cada consultor conforme o perfil e a maturidade das unidades.

CHECKLIST DE 90 DIAS

Dias 1 a 30
ORGANIZAR

- [ ] Listar tudo o que a COF e o contrato prometem em suporte
- [ ] Criar o checklist de visita
- [ ] Definir o modelo de DRE padrão da unidade

Dias 31 a 60
IMPLANTAR

- [ ] Montar o calendário de visitas por unidade
- [ ] Criar modelo de plano de ação com prazo e dono
- [ ] Abrir um canal único de comunicação com a rede

Dias 61 a 90
MEDIR E AJUSTAR

- [ ] Concluir a primeira rodada de visitas com planos de ação
- [ ] Medir a satisfação com o suporte
- [ ] Avaliar a carteira por consultor

A FÁBRICA DE DUPLICAÇÃO DO NEGÓCIO

04 TREINAMENTO E UNIVERSIDADE CORPORATIVA

OBJETIVO Capacitar o franqueado e a equipe inicial e manter a reciclagem da rede. O centro de treinamento funciona como a fábrica de duplicação do negócio.

Funções e cargos

- Responsável por treinamento (liderança da futura universidade corporativa)
- Instrutores
- Conteudista e administrador de plataforma de ensino (LMS)

Entregas

- Trilha de onboarding
- Manuais didáticos e avaliações
- Certificações internas
- Calendário de reciclagem
- Unidade piloto ou cenários de prática

KPIS PARA ACOMPANHAR

% de onboarding concluído antes da abertura | Notas de avaliação | Tempo até autonomia operacional | Taxa de reciclagem

QUANDO MONTAR

Dia 0	6 meses	12+ meses
Programa mínimo presencial ou híbrido, coerente com o que a COF promete.	Plataforma de ensino (LMS) básica.	Universidade corporativa estruturada.

O que terceirizar ou apoiar com IA

- Produção de conteúdo e LMS externos.
- IA para gerar quizzes, resumir manuais e oferecer tutoria adaptativa, sem substituir a prática supervisionada.

O que diz a lei. A COF deve informar o que é oferecido ao franqueado em treinamento, ao lado de suporte, supervisão de rede e manuais (Lei 13.966/2019, art. 2º, XIII).

CHECKLIST DE 90 DIAS

Dias 1 a 30
ORGANIZAR

- [ ] Conferir o treinamento descrito na COF
- [ ] Desenhar a trilha de onboarding do franqueado e da equipe
- [ ] Definir onde acontece a prática supervisionada

Dias 31 a 60
IMPLANTAR

- [ ] Transformar manuais em módulos curtos com avaliação
- [ ] Criar critérios de certificação interna
- [ ] Escolher o formato: LMS básico ou híbrido

Dias 61 a 90
MEDIR E AJUSTAR

- [ ] Aplicar a trilha na primeira turma
- [ ] Medir a conclusão antes da abertura
- [ ] Publicar o calendário de reciclagem

05 MARCA, MARKETING LOCAL E GERAÇÃO DE DEMANDA
MARKETING E PROSPECÇÃO

OBJETIVO Construir a marca institucional, administrar o fundo de propaganda quando houver, orientar o micromarketing das unidades e alimentar o funil de Expansão com candidatos qualificados.

Funções e cargos

- Gerente de marketing
- Analista de mídia e conteúdo
- Responsável por marketing local das unidades

Entregas

- Plano anual de marca e campanhas nacionais
- Brand book e kit de marketing local
- Calendário de campanhas
- Materiais de inauguração
- Prestação de contas do fundo, quando existir

KPIS PARA ACOMPANHAR

Reconhecimento de marca | CAC de clientes finais por unidade | Execução do plano x orçamento do fundo | Engajamento das unidades nas campanhas

QUANDO MONTAR

Dia 0	6 meses	12+ meses
Brand book e kit básico de marketing local.	Calendário de campanhas e fundo com governança.	Time interno somado a uma agência.

O que terceirizar ou apoiar com IA

- Agência de mídia.
- Nutrição e follow-up de leads de franquia com parceiro especializado, com regras claras de passagem para Expansão.
- IA para variações de peças locais, relatórios de mídia e ideias de campanha, com aprovação de marca obrigatória.

Fundo de propaganda: recomendações da ABF. Participação ativa dos franqueados, conselhos ou grupos de gestão compartilhada, instrumentos legais que separem as receitas do franqueador das taxas de propaganda, limites de atuação e prestação de contas.

CHECKLIST DE 90 DIAS

Dias 1 a 30
ORGANIZAR

- [ ] Fechar o brand book e o kit de marketing local
- [ ] Montar o material padrão de inauguração
- [ ] Desenhar a jornada do lead de franquia: captação, nutrição e follow-up

Dias 31 a 60
IMPLANTAR

- [ ] Contratar o parceiro de nutrição e follow-up
- [ ] Publicar o calendário de campanhas
- [ ] Definir as regras do fundo, se houver, alinhadas à COF

Dias 61 a 90
MEDIR E AJUSTAR

- [ ] Fazer a primeira prestação de contas do fundo
- [ ] Medir o engajamento das unidades
- [ ] Revisar origem e qualidade dos leads

06 UM SÓ LUGAR PARA FUNIL, CHAMADOS E INDICADORES
CRM E GESTÃO DA REDE

OBJETIVO Unificar o funil de expansão, a comunicação com franqueados, os manuais, os chamados (SAF), os indicadores e o portal do franqueado.

Funções e cargos

- Analista de CRM e gestão de rede
- Administrador do portal
- Atendentes do SAF

Entregas

- CRM de expansão
- Portal ou extranet do franqueado
- Base de manuais versionados
- Fila de chamados com SLA
- Dashboards e comunicados com confirmação de leitura

KPIS PARA ACOMPANHAR

SLA de atendimento | Resolução no primeiro contato | Adoção do portal | NPS interno da rede e IEF

QUANDO MONTAR

Dia 0
Ferramenta leve desde o início: planilha com canal único já é um risco.

6 meses
CRM, portal e SAF estruturados.

12+ meses
Integração com PDV, ERP e BI.

O que terceirizar ou apoiar com IA

- Softwares especializados em gestão de franquias.
- Bots de primeiro nível no SAF.
- IA para classificar chamados e buscar respostas nos manuais.

Referência de formatação. O Sebrae inclui o comparativo de softwares de gestão da rede entre as entregas da modelagem da franqueadora.

CHECKLIST DE 90 DIAS

Dias 1 a 30
ORGANIZAR

- [ ] Escolher uma ferramenta leve para funil e chamados
- [ ] Centralizar os manuais em versão única
- [ ] Definir o SLA de atendimento

Dias 31 a 60
IMPLANTAR

- [ ] Abrir o portal do franqueado
- [ ] Ativar comunicados com confirmação de leitura
- [ ] Montar o dashboard inicial

Dias 61 a 90
MEDIR E AJUSTAR

- [ ] Medir SLA e resolução no primeiro contato
- [ ] Rodar a primeira pesquisa de NPS da rede
- [ ] Levantar requisitos de integração com PDV e ERP

07 OPEX, CAPEX, REVEX, FINEX, ROYALTIES E FUNDO DE PROPAGANDA
FINANCEIRO

OBJETIVO Sustentar a franqueadora com taxas e royalties bem dimensionados, controlar custos por natureza e prestar contas do fundo de marketing e propaganda.

CLASSIFICAÇÃO DE CUSTOS APLICADA À FRANQUEADORA

Classe	Significado típico	Exemplos na franqueadora
OpEx	Despesas operacionais para manter a estrutura	Folha de suporte, aluguel da sede, sistemas SaaS, viagens de campo, treinamento contínuo
CapEx	Investimento em ativos de longo prazo	Reforma da sede, laboratório ou unidade escola, servidores próprios, software capitalizável
RevEx	Custos ligados à geração de receita	Aquisição de franqueado (mídia, eventos), logística do kit inicial, incentivos comerciais documentados
FinEx	Custos financeiros	Juros, tarifas bancárias, custo de capital de giro

As quatro classes vêm de um framework geral de gestão financeira, aplicado aqui por analogia. No franchising, a separação mais crítica continua sendo entre taxa de franquia, royalties e fundo de propaganda.

Taxa de franquia
Paga na entrada e, em geral, na renovação. Remunera a transferência do modelo, o treinamento inicial, o apoio à implantação e a estrutura jurídica e de sistemas.

Royalties
Remuneração periódica pelo suporte contínuo, uso da marca e evolução do modelo. Podem ser percentual sobre faturamento, valor fixo mensal ou base em compras, conforme contrato.

Fundo de propaganda
Recursos para divulgação institucional da rede. Exige transparência, separação contábil e prestação de contas. A COF informa conselho e competências sobre fundos.

O que a COF exige do financeiro
Demonstrações financeiras do franqueador, taxas iniciais e taxas periódicas, incluindo a remuneração periódica pelo uso do sistema e da marca, a taxa de publicidade e o seguro mínimo (Lei 13.966/2019, art. 2º).

Fundo: recomendações da ABF
Participação ativa dos franqueados, conselhos ou grupos de gestão compartilhada, instrumentos legais que separem as receitas do franqueador das taxas de propaganda, limites de atuação e prestação de contas.

REGRA PRÁTICA

Royalties pagam a estrutura de suporte da franqueadora. O fundo pertence à comunicação da rede. Misturar os dois compromete a confiança dos franqueados e a transparência exigida na COF.

FINANCEIRO: ESTRUTURA, ROTINA E INDICADORES

Funções e cargos

- Controller ou financeiro da franqueadora
- Analista de royalties e inadimplência
- Responsável pela gestão do fundo, com governança compartilhada quando houver conselho

Entregas

- DRE da franqueadora
- Política de cobrança
- Relatório do fundo
- Projeção de caixa alinhada ao plano de expansão
- Demonstrações financeiras exigidas na COF (dois últimos exercícios)

KPIS PARA ACOMPANHAR

Inadimplência de royalties | Margem da franqueadora | Cobertura do custo de suporte pelos royalties | % do fundo aplicado x plano | Payback médio do franqueado

QUANDO MONTAR

Dia 0	6 meses	12+ meses
Contabilidade organizada e regras de taxas claras na COF.	Cobrança sistematizada e DRE padrão da rede.	Controller dedicado e BI financeiro.

O que terceirizar ou apoiar com IA

- Escritório contábil.
- IA para conciliação, alertas de inadimplência e rascunhos de prestação de contas do fundo.

CHECKLIST DE 90 DIAS

Dias 1 a 30
ORGANIZAR

- [ ] Classificar as despesas nas quatro classes
- [ ] Conferir taxas na COF e no contrato
- [ ] Separar contabilmente o fundo de propaganda

Dias 31 a 60
IMPLANTAR

- [ ] Publicar a política de cobrança e a régua de inadimplência
- [ ] Ligar a projeção de caixa ao plano de expansão
- [ ] Calcular a cobertura do suporte pelos royalties

Dias 61 a 90
MEDIR E AJUSTAR

- [ ] Fechar o primeiro DRE gerencial
- [ ] Emitir o primeiro relatório do fundo
- [ ] Revisar o payback do franqueado

08 COF, CONTRATOS, LGPD E REGISTRO DE MARCA
JURÍDICO

OBJETIVO Garantir a conformidade legal da oferta, dos contratos, da propriedade intelectual e da proteção de dados.

Registro de marca

O franqueador deve ser titular, requerente ou autorizado pelo titular da marca (Lei 13.966/2019, art. 1º, § 1º). A COF informa o número do registro ou do pedido, a classe e a subclasse (art. 2º, XIV). O registro de contratos de franquia no órgão competente pede a indicação dos pedidos ou registros de marca e a COF ou declaração de recebimento.

LGPD na rede

Franqueadora e franqueados tratam dados de candidatos, colaboradores e consumidores finais. Os papéis de controlador e operador e as políticas de dados precisam estar nos instrumentos e na governança da rede (Lei 13.709/2018).

Funções e cargos

- Advogado especializado em franchising (interno ou escritório)
- Encarregado de dados (LGPD)
- Responsável pelo acompanhamento do registro de marca

Entregas

- COF atualizada, contrato e pré-contrato
- Política de privacidade e contratos de tratamento de dados
- Pedido ou registro de marca acompanhado
- Acompanhamento de litígios
- Pareceres sobre território, não concorrência e penalidades

KPIS PARA ACOMPANHAR

COF entregue no prazo legal de 10 dias | % de contratos sem pendência | Status das marcas (registro ou pedido) | Incidentes LGPD e tempo de resposta a titulares

QUANDO MONTAR

Dia 0	6 meses	12+ meses
Obrigatório desde o início, via escritório especializado.	Rotina de atualização da COF.	Jurídico interno parcial somado ao escritório.

O que terceirizar ou apoiar com IA

- Escritório de franchising e propriedade intelectual.
- IA para checar a completude da COF e controlar prazos, com revisão obrigatória da advocacia.

CHECKLIST DE 90 DIAS

Dias 1 a 30
ORGANIZAR

- [ ] Revisar a COF item a item contra o art. 2º da lei
- [ ] Confirmar a situação do registro de marca e das classes
- [ ] Nomear o encarregado de dados

Dias 31 a 60
IMPLANTAR

- [ ] Mapear dados tratados e definir papéis na rede
- [ ] Formalizar política de privacidade e contrato de tratamento de dados
- [ ] Criar agenda de atualização da COF

Dias 61 a 90
MEDIR E AJUSTAR

- [ ] Auditar os protocolos de entrega da COF
- [ ] Padronizar pareceres de território e não concorrência
- [ ] Zerar pendências contratuais

INSUMOS PADRÃO, SEM RUPTURA

09 SUPPLY E HOMOLOGAÇÃO DE FORNECEDORES

OBJETIVO Garantir insumos e serviços padronizados, com a lista de fornecedores aprovados exigida na COF quando houver compra obrigatória.

Funções e cargos

- Comprador ou coordenador de supply
- Analista de homologação
- Liderança de produtos e fornecedores

Entregas

- Política de homologação
- Lista de fornecedores na COF
- Contratos com SLA
- Auditoria de qualidade de insumos
- Gestão de rupturas

KPIS PARA ACOMPANHAR

Ruptura de itens críticos | Lead time | % de compras via homologados | Reclamações de qualidade

QUANDO MONTAR

Dia 0
Lista mínima de fornecedores na COF.

6 meses
Processo formal de homologação.

12+ meses
Time de compras e eventual central de distribuição.

O que terceirizar ou apoiar com IA

- Tradings e distribuidores.
- IA para comparar cotações e emitir alertas de ruptura.

O que diz a lei. A COF deve informar a obrigação de compra de fornecedores indicados ou homologados (Lei 13.966/2019, art. 2º).

CHECKLIST DE 90 DIAS

Dias 1 a 30
ORGANIZAR

- [ ] Listar itens críticos e fornecedores atuais
- [ ] Conferir a lista de fornecedores na COF
- [ ] Definir critérios de homologação

Dias 31 a 60
IMPLANTAR

- [ ] Fechar contratos com SLA
- [ ] Padronizar a rotina de pedidos das unidades
- [ ] Criar o monitor de rupturas

Dias 61 a 90
MEDIR E AJUSTAR

- [ ] Fazer a primeira avaliação de fornecedores
- [ ] Medir o % de compras via homologados
- [ ] Montar plano de contingência para itens críticos

10

CONFORMIDADE AO PADRÃO, MEDIDA COM MÉTODO

QUALIDADE E AUDITORIA

OBJETIVO Medir a conformidade das unidades ao padrão da marca. É uma função distinta da consultoria de campo, que foca performance e mentoria.

Funções e cargos

- Auditor de padrão (pode começar acumulado com o campo)
- Coordenador de qualidade

Entregas

- Checklist único da rede
- Auditorias periódicas com notas comparáveis
- Planos de não conformidade
- Cliente oculto, quando fizer sentido

KPIS PARA ACOMPANHAR

Nota média de auditoria | % de unidades críticas | Tempo de fechamento de não conformidades | Correlação entre auditoria e reclamações

QUANDO MONTAR

Dia 0	6 meses	12+ meses
Checklist de padrão definido.	Ciclo de auditoria trimestral.	Auditoria separada do suporte.

O que terceirizar ou apoiar com IA

- Aplicativos de auditoria com foto.
- IA para leitura de conformidade visual.

CHECKLIST DE 90 DIAS

Dias 1 a 30
ORGANIZAR

- [ ] Criar o checklist único a partir dos manuais
- [ ] Definir critérios e pesos das notas
- [ ] Separar o que é padrão do que é performance

Dias 31 a 60
IMPLANTAR

- [ ] Fazer a auditoria de base em todas as unidades
- [ ] Criar o modelo de plano de não conformidade
- [ ] Adotar app de auditoria com foto

Dias 61 a 90
MEDIR E AJUSTAR

- [ ] Fixar o calendário trimestral
- [ ] Compartilhar as notas com a rede
- [ ] Cruzar notas com reclamações de clientes

11 SISTEMAS DA FRANQUEADORA E DA REDE

TECNOLOGIA

OBJETIVO Cuidar dos sistemas da franqueadora e da rede (PDV, ERP, portal, LMS e integrações) e da inovação prometida na COF (Lei 13.966/2019, art. 2º, XIII).

Funções e cargos

- Coordenador de TI e sistemas
- Analista de integrações
- Suporte de primeiro nível aos franqueados (pode ficar no SAF)

Entregas

- Stack de sistemas homologada
- Gestão de acessos
- Roadmap de tecnologia
- Segurança da informação alinhada à LGPD
- Documentação de integrações

KPIS PARA ACOMPANHAR

Uptime | Tempo de resolução de tickets de sistema | Adoção de módulos | Incidentes de segurança

QUANDO MONTAR

Dia 0	6 meses	12+ meses
Sistemas mínimos e contratos SaaS.	Integrações entre sistemas.	Time interno ou provedor de TI gerenciada dedicado.

O que terceirizar ou apoiar com IA

- Provedores de TI gerenciada e SaaS.
- IA embutida no CRM e no SAF e na análise de indicadores.

CHECKLIST DE 90 DIAS

Dias 1 a 30
ORGANIZAR

- [ ] Inventariar sistemas da franqueadora e da unidade
- [ ] Criar política de acessos e senhas
- [ ] Conferir o que a COF promete em tecnologia

Dias 31 a 60
IMPLANTAR

- [ ] Definir a stack homologada da unidade
- [ ] Documentar as integrações
- [ ] Montar plano de segurança alinhado à LGPD

Dias 61 a 90
MEDIR E AJUSTAR

- [ ] Publicar o roadmap de 12 meses
- [ ] Medir a adoção dos módulos
- [ ] Revisar contratos SaaS

12

DIÁLOGO FORMAL, ENGAJAMENTO E GOVERNANÇA

RELAÇÃO COM FRANQUEADOS E CONSELHO

OBJETIVO Criar um canal formal de diálogo e engajamento e, quando houver fundos, organizar a fiscalização e a gestão conforme a COF.

Funções e cargos

- Ponto focal de relacionamento na franqueadora
- Membros do conselho eleitos ou indicados conforme regulamento interno

Entregas

- Regimento do conselho e atas
- Prestação de contas do fundo
- Pesquisas de satisfação
- Planos de engajamento e programa de excelência

KPIS PARA ACOMPANHAR

Participação em reuniões | IEF e NPS | % de demandas tratadas no prazo | Transparência do fundo

QUANDO MONTAR

Dia 0
Informar na COF a inexistência do conselho ou o desenho previsto.

6 meses
Entre 6 e 12 meses, conselho consultivo quando houver massa crítica.

12+ meses
Governança formal do fundo.

O que terceirizar ou apoiar com IA

- Facilitação externa de reuniões.
- IA para atas e consolidação de pautas, sem substituir a deliberação.

O que diz a lei. A lei não obriga a criar conselho, mas a COF deve informar se ele existe, com atribuições, poderes e mecanismos, e detalhar as competências sobre fundos (art. 2º, XX). A ABF tem categoria associativa própria para Conselho ou Associação de Franqueados, com requisitos específicos.

CHECKLIST DE 90 DIAS

Dias 1 a 30
ORGANIZAR

- [ ] Confirmar o que a COF declara sobre conselho e fundos
- [ ] Nomear o ponto focal de relacionamento
- [ ] Abrir um canal formal de escuta

Dias 31 a 60
IMPLANTAR

- [ ] Rodar a primeira pesquisa de satisfação (IEF ou NPS)
- [ ] Redigir minuta de regimento do conselho consultivo
- [ ] Definir pauta trimestral

Dias 61 a 90
MEDIR E AJUSTAR

- [ ] Realizar a primeira reunião com ata
- [ ] Prestar contas do fundo à rede
- [ ] Lançar o plano de engajamento

13

CREDIBILIDADE INSTITUCIONAL E ÁREAS DE BASE

FILIAÇÃO ABF E DEMAIS ÁREAS

OBJETIVO Associar a franqueadora à Associação Brasileira de Franchising para ganhar credibilidade institucional e acesso ao Portal do Franchising, a eventos, à educação setorial e, no futuro, ao Selo de Excelência em Franchising (SEF).

Categorias para a franqueadora

- **Potencial Franqueador:** ainda sem unidade franqueada. É possível permanecer até 1 ano nessa categoria.
- **Franqueador:** com ao menos 1 unidade franqueada, observando a Lei 13.966/2019.

Selo de Excelência: critérios publicados

- Primeiro contrato de franquia e admissão na ABF antes das datas-limite do regulamento
- Em dia com as obrigações, inclusive financeiras
- Mínimo típico de 5 franqueados e 10 unidades franqueadas em operação (unidades próprias não contam)
- CNPJs ativos e cadastrados, sem penalidade ética definitiva nos últimos 12 meses
- COF atualizada submetida à ABF

Dia 0
Associar logo após a formatação, como Potencial Franqueador, ou como Franqueador após a primeira franquia.

6 meses
Manter a adimplência e usar educação, eventos e conteúdos da ABF na rede.

12+ meses
Avaliar o SEF ao atingir os mínimos de rede. Existe a opção de participar só da pesquisa, com limites menores.

Atenção. Critérios de associação e do SEF mudam a cada edição. Valide sempre o regulamento vigente diretamente com a ABF. Para o dossiê, vale apoio de consultoria e de IA para organizar evidências e prazos.

DEMAIS ÁREAS QUE AS FONTES APONTAM

Área	Papel resumido
Presidência e governança	Responsável pela franqueadora e pela rede como um todo
Administração e RH	Gestão interna da empresa franqueadora
Produtos e inovação	Novos produtos e novos fornecedores
Compliance ético	Alinhamento às boas práticas, em linha com a estrutura de ética institucional da ABF
Educação contínua	Cursos setoriais além do onboarding, via ABF Educação

CHECKLIST DE 90 DIAS

Dias 1 a 30
ORGANIZAR

- [ ] Definir a categoria de associação
- [ ] Reunir documentação e COF atualizada
- [ ] Nomear quem responde por governança

Dias 31 a 60
IMPLANTAR

- [ ] Submeter o processo associativo
- [ ] Planejar o uso de eventos e educação
- [ ] Publicar código de conduta interno

Dias 61 a 90
MEDIR E AJUSTAR

- [ ] Mapear a distância até os critérios do SEF
- [ ] Abrir pasta de evidências da rede
- [ ] Revisar a agenda da presidência

PLANO DE AÇÃO

ROTEIRO 30-60-90 CONSOLIDADO

Os checklists de cada capítulo em uma única visão. Use esta página como pauta da reunião semanal de diretoria: cada linha precisa de um dono e de uma data.

	Dias 1 a 30 ORGANIZAR	**Dias 31 a 60** IMPLANTAR	**Dias 61 a 90** MEDIR E AJUSTAR
Expansão	Perfil ideal, funil e protocolo da COF	Ferramenta de funil, estudo de praças e parceiro de nutrição	Conversão por etapa e passagem para Implantação
Implantação	Etapas mapeadas e arquitetura homologada	Cronograma padrão e rito de aprovação de projeto	Ata de go-live e playbook versão 1
Campo	Promessas da COF e checklist de visita	Calendário de visitas e planos de ação	Primeira rodada e satisfação com o suporte
Treinamento	Trilha de onboarding desenhada	Módulos com avaliação e certificação	Primeira turma e calendário de reciclagem
Marketing	Brand book, kit local e jornada do lead	Parceiro de nutrição, calendário e regras do fundo	Prestação de contas e qualidade dos leads
CRM e rede	Ferramenta leve, manuais únicos e SLA	Portal, comunicados e dashboard	SLA, NPS e requisitos de integração
Financeiro	Quatro classes de custo e fundo separado	Política de cobrança e projeção de caixa	DRE gerencial e relatório do fundo
Jurídico	COF revisada, marca e encarregado de dados	Papéis LGPD e agenda da COF	Auditoria de protocolos e pendências zeradas
Supply	Itens críticos e critérios de homologação	Contratos com SLA e monitor de ruptura	Avaliação de fornecedores e contingência
Qualidade	Checklist único e critérios de nota	Auditoria de base com app de foto	Calendário trimestral e notas na rede
Tecnologia	Inventário de sistemas e acessos	Stack homologada e segurança LGPD	Roadmap e adoção de módulos
Relação com a rede	Ponto focal e canal de escuta	Pesquisa IEF ou NPS e minuta de regimento	Primeira reunião e plano de engajamento
ABF e governança	Categoria e documentação	Processo associativo e código de conduta	Distância até o SEF e pasta de evidências

Regra de ouro. Ao fim dos 90 dias, cada área deve ter um responsável nomeado, um processo escrito e ao menos um indicador medido. O resto é evolução.

VISÃO DE MATURIDADE

TABELA POR FASE

O que cada área precisa ter em cada fase e onde dá para ganhar fôlego com terceiros ou IA.

Departamento	Dia 0	6 meses	12+ meses	Terceirizável ou IA no início
Expansão e inteligência de mercado	1 responsável, funil básico e estudo externo	CRM, processo seletivo maduro e banco de pontos	Equipe, geomarketing e analista interno	Sim, IA na qualificação; nutrição com parceiro
Implantação e arquitetura	Playbook, coordenação e arquiteto parceiro homologado	Cronogramas padronizados e book atualizado	Clusters geográficos e coordenação interna	Arquitetura e obra terceiras
Consultoria de campo	Checklist e visitas	Consultor dedicado	Carteiras e clusters	Consultores e IA em planos
Treinamento	Onboarding mínimo	LMS	Universidade corporativa	Conteúdo e LMS externos
Marketing	Brand kit	Fundo e calendário	Time e agência	Agência e IA de peças
CRM e gestão de rede	Canal único e ferramenta leve	Portal e SAF	BI integrado	SaaS e bots
Financeiro	Taxas na COF e contabilidade	Royalties e DRE da rede	Controller e BI	Contábil e IA de conciliação
Jurídico	Escritório de franchising e COF	Atualização periódica	Jurídico híbrido	Escritório e IA de checklist
Supply	Lista na COF	Homologação formal	Compras estruturadas	Distribuidores e IA de cotação
Qualidade e auditoria	Checklist	Ciclo trimestral	Auditoria separada	Apps e IA visual
Tecnologia	SaaS mínimos	Integrações	TI dedicada	Provedor de TI e IA de suporte
Relação com franqueados	Informar na COF	Conselho consultivo	Governança do fundo	Facilitação e atas com IA
Filiação ABF e demais áreas	Potencial ou Franqueador	Manter adimplência	Avaliar o SEF	Consultoria de dossiê

Fases são referência de maturidade, alinhadas à prática de estruturar primeiro o que a COF promete e depois especializar. O ritmo real depende do volume de unidades.

FERRAMENTAS SELLOUT ACADEMY BLACK

14 ESQUADRÃO BLACK E CRM BLACK PREDITIVO E ANTI-CHURN

Uma franqueadora recém-formatada raramente tem gente para todas as áreas ao mesmo tempo. A SellOut Academy Black apoia essa fase com duas frentes: os agentes de IA do Esquadrão Black, cada um com uma função clara, e o CRM Black Preditivo e Anti-Churn, que acompanha a saúde de cada unidade.

AGENTES DE IA DO ESQUADRÃO BLACK

ENGENHARIA DE ESCALA E ESTRATÉGIA

Razor

Apoia a estratégia da franqueadora e a engenharia de escala: prioriza departamentos por fase e acompanha o roteiro 30-60-90.

Fica com o humano: Decisões estratégicas da diretoria

MANUAIS

Forge

Apoia a construção e a atualização dos manuais da rede, base para implantação, treinamento e consultoria de campo.

Fica com o humano: Validação técnica do conteúdo

MARKETING

Vox

Apoia o marketing da marca e da rede: peças, campanhas e comunicação com franqueados e candidatos.

Fica com o humano: Aprovação de marca

GEOINTELIGÊNCIA

Atlas

Apoia a geointeligência da expansão: leitura de praças, áreas de influência e critérios de ponto.

Fica com o humano: Escolha final do ponto e do território

Os agentes aceleram o trabalho; seleção de franqueados, pareceres jurídicos e deliberações da rede seguem com validação humana.

CRM BLACK PREDITIVO E ANTI-CHURN

SCORE DE RISCO POR UNIDADE E ALERTAS ANTECIPADOS

O churn precoce de novos franqueados é um dos indicadores mais sensíveis da expansão. O CRM Black Preditivo e Anti-Churn reúne em um só painel os sinais que a sua franqueadora já mede em cada departamento, calcula um score de risco para cada unidade e dispara alertas antecipados quando os sinais começam a piorar, para que a franqueadora aja antes do desligamento.

SINAIS QUE COMPÕEM O SCORE

- Inadimplência de royalties
- Notas de auditoria e não conformidades abertas
- Planos de ação de campo atrasados
- Evolução dos indicadores e do DRE da unidade
- IEF, NPS e satisfação com o suporte
- Adoção do portal e volume de chamados

Score por unidade

Mostra a rede organizada por nível de risco, unidade a unidade.

Alertas antecipados

Avisa o consultor de campo quando uma unidade muda de patamar e indica a prioridade de visita.

Decisão humana e LGPD

Sugere planos para validação da equipe e opera com papéis e políticas de dados definidos na rede.

REFERÊNCIAS

FONTES E PRÓXIMOS PASSOS

Legislação

- Lei 13.966/2019, Lei de Franquia (planalto.gov.br)
- Lei 13.709/2018, LGPD (planalto.gov.br)

ABF e Portal do Franchising

- Seja um associado e FAQ ABF (abf.com.br)
- Fundo de propaganda: estruturação e recomendações práticas
- Etapas indispensáveis para o sucesso na expansão
- Boas práticas legais no relacionamento com franqueados
- Conselho e Associação de Franqueados (material ABF)
- Regulamento e FAQ do Selo de Excelência em Franchising
- portaldofranchising.com.br

Sebrae

- Sebraetec: Formatação de Franquia e Modelagem de Empresas Franqueadoras (Sebrae MG)
- Franquia de sucesso: como estruturar (Sebrae RS)
- Sebraetec Formatação de Franquia (Sebrae SC)

Consultorias e publicações de franchising

- Rizzo Franchise: estrutura organizacional e centro de treinamento
- Grupo Bittencourt: estruturação da franqueadora, consultoria de campo e taxa de franquia
- Cherto: suporte ao franqueado e consultoria de campo
- Praxis Business: excelência em gestão de rede
- 300 Franchising: suporte operacional em franquia

Gestão financeira e LGPD

- Paiva Piovesan: os 4 tipos de despesas (OpEx, CapEx, RevEx, FinEx)
- Migalhas: a LGPD aplicada às redes de franquia

Critérios da ABF e do SEF mudam por edição: valide sempre o regulamento vigente. Este e-book é educativo e não substitui assessoria jurídica, contábil ou de formatação.

PRÓXIMO PASSO

SUA FRANQUEADORA NÃO PRECISA MONTAR TUDO SOZINHA.

A SellOut Academy Black ajuda a transformar este mapa em estrutura: departamentos priorizados, checklists em execução, os agentes do Esquadrão Black trabalhando e o CRM Black Preditivo e Anti-Churn acompanhando a rede desde a primeira unidade.

selloutacademyblack.com.br

SELLOUT ACADEMY BLACK