



## O SISTEMA DE FRANQUIA MINOR HOTELS

1) Quem são os sócios da empresa franqueadora e quais suas funções na estrutura?

### **Diretor Geral**

**Sérgio Carvalho**, 60 anos, formado em administração hoteleira e atuando no mercado da hotelaria desde 1982, com vasta experiência em empresas hoteleiras nacionais e internacionais e especializados em implantação hoteleira e operadoras de turismo, tendo 16 empreendimentos hoteleiros implantados em diversas regiões no Brasil.

### **Diretora Administrativo-Financeiro**

**Cleiry Salvador**, 41 anos, formada em Hotelaria e Turismo pela Universidade Senac-SP e Faculdade Objetivo – Manaus-AM.

2) Como surgiu e se desenvolveu o negócio?

R. – O surgimento da empresa deu-se a partir da análise, pesquisas e estudos de mercado em que mostraram a oportunidade de desenvolvimento no segmento da pequena e média hotelaria, até então inexistente para o negócio de franquia voltada exclusivamente para pousadas e hotéis.

3) Quando foi o início da franchising?

R. – Os estudos e pesquisas de mercado iniciaram-se em novembro de 2007 e a empresa encontra-se em operação desde o ano de 2009.

4) Como será o crescimento da rede neste período e quais as dificuldades previstas?

R. – A previsão de crescimento da rede dar-se-á através da instalação de até 05 (cinco) unidades em 2014 /2016 / 2021 / 2022 e prevemos como dificuldades, a pressão por solicitação de atendimento da demanda no atendimento de novos projetos.

5) Como deverão superar estas dificuldades? Como fará para preservar o sistema?

R. – A superação das dificuldades de darão através dos critérios de seleção dos investidores aptos a receberem a aprovação como franqueados. Desta forma, a preservação do sistema se dará através do crescimento pautado na qualidade dos franqueados e das unidades hoteleiras, abstendo-se do crescimento pela quantidade de empreendimentos existentes na rede.

6) Qual a meta de crescimento da rede? Como e onde pretende crescer?

R – A meta foi a implantação de 05 unidades até dezembro de 2028, investindo em mercados turísticos e corporativos já existentes e de forte demanda, notadamente nas regiões Norte (Manaus), Nordeste (cidades turísticas e capitais com demandas de turismo/corporativos), Sudeste (Rio, São Paulo, Belo Horizonte e cidades com forte demanda turística/corporativa), Sul (Porto Alegre, Serras Gauchas e cidades com forte demanda turística/corporativa). Priorizaremos também novos negócios que necessitem de projetos que demandem construção civil de novas unidades para as bandeiras Collection e Select e a conversão de hotéis ou pousadas que tenham o mínimo do exigido das características da franquia e que tenham condições técnicas de receberem a padronização da marca.



7) Quais os canais de comunicação e relacionamento com a rede? News Letter, internet, extranet, etc.

R. – Utilizamos como principal canal de comunicação a Assessoria de Imprensa da “ASSIMPTUR” e a estrutura interna de comunicação e marketing da empresa, bem como a inserção de pequenos anúncios em sites e a atuação a internet com informações meramente institucionais e que auxiliem nosso publico alvo no entendimento da franquia específico para o desenvolvimento do negócio.

8) Se há conselho de franqueados e comitês de trabalho e como funcionam?

R. – O Conselho de Franqueados será formado de acordo com a inclusão de novos investidores, e terá sua estrutura, primeiramente “regionalizada” e posteriormente, “nacionalizada”. A MINOR HOTELS manterá 3 comitês de trabalho permanentes: administrativo/financeiro, operacional/implantação e desenvolvimento de pessoas e contemplarão a participação e colaboradores de todos os níveis da empresa.

9) Como ele avalia o grau de satisfação da rede em relação ao negócio e ao seu desempenho como franqueador?

R. – As avaliações de desempenhos e as medições do grau de satisfação da rede se darão através de reuniões semanais, mensais e trimestrais por área de avaliação e bem como na organização de eventos corporativos anuais. Utilizaremos também outras ferramentas de aferição diária como: intranet corporativa, mystery man, etc.

10) Quais as unidades previstas para fechamento de contrato no período ?

R. – Unidades em negociação:

UP SCALE

- a) Rio de Janeiro (120 aptos)
- b) Presidente Figueiredo/AM (62 aptos)

Mid Scale

- c) Natal – Rio Grande do Norte (20 aptos)
- d) Sinop – Mato Grosso (40 aptos)
- e) Belo Horizonte – Minas Gerais (40 aptos)

Econômico

- f) Guararema – São Paulo (30 aptos)

Como citado no item 4, antes mesmo da finalização do “PN” da empresa, ocorreram diversas solicitações de investidores a fim de iniciarem a negociação prévia de novos empreendimentos e após análise e bem como a consulta na esfera jurídica, verificamos ser possível atender a esta demanda inicial, porém, obedecendo aos critérios previstos a serem adotados futuramente na seleção de franqueados. Este processo de dará através de “pré-contratos” de consultoria hoteleira iniciais a fim de auxiliar os investidores no desenvolvimento de seus projetos e posteriormente, e antes da abertura de suas unidades, a assinatura dos contratos do “COF – Circular de Oferta da Franquia” e por fim, a assinatura final do contrato de franquia.

11) - Qual o prazo do contrato e se nas renovações é cobrado ou não novamente a taxa de franquia?

R. – O prazo de contrato será de 5 anos, e renovados automaticamente, sem a necessidade de pagamento de renovação ou taxas extras.

Rua Machado Bittencourt, 317 conj. 52 – Vila Mariana – São Paulo – SP CEP 04044-000

Fone: (11) 5627-2121 Fax: (11) 5627-2120

www.minorhotels.com.br



12) Qual o tipo de hotel ou pousada (, rua, avenida, etc.)?

R. – Nossos estudos indicam como melhores localizações, e após análise técnica de cada projeto, a localização em áreas de grande fluxo turístico ou de fluxo corporativo, proximidades de aeroportos, metrô, etc.

13) Qual a metragem ideal e características do ponto?

R. – As definições de cada unidade se darão após análise prévia e de estudos de cidade pretendida pelo investidor, obedecendo às estipuladas pela franquia.

14) Quais são os fornecedores e sua capacidade de suprir as necessidades da rede (Nacional, porte, qualidade, concorrência, exclusividade, etc.)?

R. – Por sermos uma franquia nacional, teremos a condição de obter os melhores preços e prazos junto aos nossos fornecedores cadastrados, prevendo distribuição nacional de insumos, equipamentos e tudo o que for da necessidade de atendimento do projeto hoteleiro que contribua para minimizar os investimentos financeiros de nossos franqueados.

15) Quanto é cobrado de taxa de franquia, royalties e fundo de propaganda e sobre o que? Faturamento bruto? Compras? Valor fixo? Outras formas?

R. – Inovaremos no quesito de cobrança de franquia hoteleira a ser praticado em todo o País. Identificamos em nossos estudos o comportamento das tarifas praticadas em pousadas e hotéis de até 60 apartamentos e verificamos que suas receitas, em geral, não acompanham uma média igualitária em todas as regiões, isto é, as receitas e despesas fixo-variáveis da região Norte é diferente de todas as outras regiões pesquisadas, e assim, continuamente com as demais praças pesquisadas. Daí, prevemos praticar taxas e demais valores de franquias respeitando a performance e a diferenciação dos resultados financeiros de cada localização onde haja um empreendimento MINOR HOTELS instalado.

Portanto, as taxas de franquias serão regionalizadas, como segue:

TAXAS MENSAIS	MINOR HOTELS SELECT			MINOR HOTELS COLLECTION			BY MINOR HOTELS		
	Norte	Nordeste	Sul Sudeste	Norte	Nordeste	Sul Sudeste	Norte	Nordeste	Sul/ Sudeste
Taxa Inicial de Franquia	5.000	7.000	9.000	5.000	7.000	9.000	5.000	7.000	9.000
Royalty mensal	3.500	5.500	7.500	5.000	6.500	7.500	5.000	6.500	7.500
Sistema de reservas mensal	150,	150,	150,	150,	150,	150,	150,	150,	150,
Taxa de Reserva individual	15,	15,	15,	15,	15,	15,	15,	15,	15,
Marketing, vendas propaganda, eventos e comercial	1.500	1.500	1.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500,
Comunicação e Assessoria de Imprensa	250,	300,	350,	250,	300,	350,	250,	300,	350,
Suporte operacional (RH, treinamentos e outros)	250,	250,	250,	250,	250,	250,	250,	250,	250,



16) Qual o valor do investimento para montagem de um MINOR HOTELS (Montagem, equipamentos, decoração, móveis, informatização)?

R. – Excluindo os investimentos na compra de terrenos e construção civil projetamos o valor médio de R\$30.000,00 por apartamento (para 20 unidades), porém, dependendo da “bandeira” a ser implantada e dos serviços a serem oferecidos (Spa, restaurantes, piscina, etc)

17) Quais os outros gastos pré-operacionais (Aluguel, salários de funcionários e treinamento antes do início da operação)?

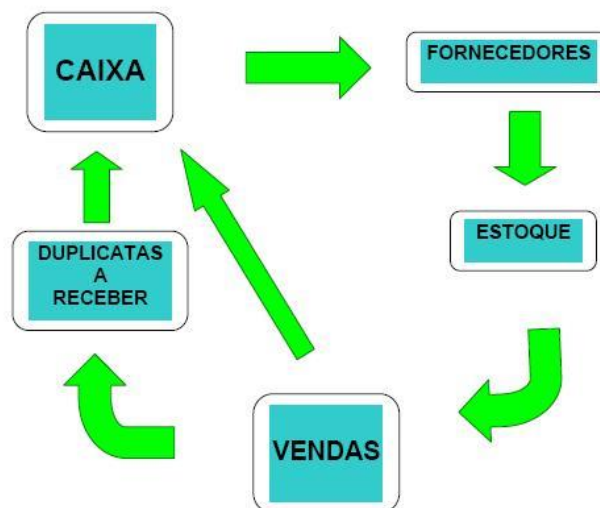
R. – Estimamos alguns dos custos pré-operacionais:

- ✓ Aquisição e instalação do Sistema Operacional
- ✓ Aplicação da identificação visual interna e externa
- ✓ Compra de Uniformes de pessoal
- ✓ Treinamento do pessoal
- ✓ Investimento inicial do marketing
- ✓ Outros...

18) Qual a necessidade de capital de giro?

R. – Ao iniciar as suas atividades, o seu MINOR HOTELS receberá dois tipos de investimentos. Um considerado como investimento fixo, que servirá para a aquisição das máquinas, móveis, prédio, camas, enfim, para investir em itens do ativo imobilizado.

A outra parte dos investimentos vai compor uma reserva de recursos para ser utilizada conforme as necessidades financeiras da empresa ao longo do tempo. É o chamado capital de giro. Esses recursos ficam alocados nos estoques, nas contas a receber, no caixa ou na conta corrente bancária, conforme representado abaixo:





19) Qual o período médio de maturação do negócio? Quantos meses demoram a atingir o ponto de equilíbrio? Qual o prazo de retorno do investimento?

R. - O investimento médio em uma unidade MINOR COLLECTION de 30 quartos é da ordem de R\$8.500.000,00. Se o franqueado consegue um “resultado operacional” na média prevista pela rede, ele terá o seu “pay-back-period”, ou retorno do investimento, em cerca de 6 anos. Contudo, há uma carência de um ano para que um novo empresário acumule a experiência necessária para operar com a lucratividade média. Assim, se o investimento é feito por um franqueado que está expandindo o seu negócio, a conta do “pay-back-period” é verdadeira. Se o franqueado é novato, é preciso considerar uma carência de um ano para que ele chegue ao resultado médio, e o “pay-back-period” vai para 4 anos, em média.

20) Como é a estrutura de operação de um MINOR HOTELS?

R. – Informamos aqui um breve descritivo de nossas operações e que estarão descrito em nossos manuais operacionais e de procedimentos e políticas da rede:

#### RECURSOS HUMANOS

- Orientação de gestores a atingir metas de produtividade, fortalecer e enfrentar mudanças exigidas pelo mercado.
- Atração e retenção de talentos, conseguindo o melhor resultado de suas equipes.
- Criação e manutenção de um clima interno sadio para o fortalecimento da cultura organizacional, e conseqüentemente para criar vantagem competitiva para o negocio.
- Parceria e monitoramento dos processos de: recrutamento e seleção, treinamento e desenvolvimento, benefícios e administração de pessoal.

#### OPERAÇÕES

- Fornecimento de apoio nas disciplinas operacionais, de alimentos e bebidas, engenharia e manutenção.
- Realização de inspeções e auditorias de qualidade junto a unidade, focando em cumprimento de normas e procedimentos, limpeza, manutenção e conservação, assim como em serviços, monitorando o índice de satisfação de hospedes nos hotéis.
- Orientação aos gerentes gerais para o cumprimento de normas legais e procedimentos da companhia.

#### IMPLANTAÇÃO / OPERAÇÕES

- Assegurar o melhor desempenho dos hotéis sob sua responsabilidade, através se liderança aos gerentes gerais no tocante a procedimentos, gestão econômica e financeira, apoio as ações comerciais e de marketing, gestão patrimonial e de equipe.
- Dividem-se nas categorias: Collection e Select, e atuam conjuntamente com as disciplinas corporativas no apoio as unidades e as suas equipes.

#### ALIMENTOS E BEBIDAS

- Tem como objetivo fazer da gastronomia mais um diferencial em nossos empreendimentos.
- A padronização dos serviços prestados, os suportes necessários as equipes e o aprimoramento através de treinamentos dos colaboradores vêm consolidar essa etapa.
- A realização de auditorias qualitativas e de segurança alimentar, garante o padrão dos serviços da MINOR HOTELS.



#### ENGENHARIA E MANUTENÇÃO

- Responsável por manter as instalações dos hotéis em perfeito funcionamento, bem como planejar e criar soluções para otimização de gestões e manter todos os imóveis dentro dos padrões de segurança previstos por lei.
- O programa SEMPRE NOVO tem como objetivo de manter equipamentos, instalações e todas as áreas dos hotéis sempre em excelentes condições. O departamento coordena o orçamento de capital e despesas e acompanha os projetos e obras de melhoria nos hotéis.

#### DESENVOLVIMENTO

- Responsável pela estratégia de desenvolvimento da marca.
- Junto com a equipe de desenvolvimento em todo Brasil, o departamento também se responsabiliza pelo relacionamento com os investidores, novos contratos e renovação de contratos.

#### JURIDICO

- Fornece o suporte jurídico a empresa e suas respectivas filiais elaborando novos contratos as renovações de contratos dos atuais empreendimentos.
- Mantém os hotéis atualizados sobre a legalização relativa ao negocio
- Gerencia e supervisiona a condução e o andamento de todo o processo.
- Mantém e protege as marcas registradas da empresa

#### CONTROLADORIA

- Responsável pelo pagamento financeiro e orçamento, contábil e tributos dos hotéis por ela administrados e do corporativo.
- Elaboração de normas e procedimentos, auditoria, ferramentas de gestão e controle, relatórios contábeis e gerenciais, treinamento e qualificação de pessoal.
- Atua junto com departamento de desenvolvimento, operações e vendas na análise de viabilidade econômica, orçamentos e forecasts, e investidores, negociação e renegociação de contratos e assuntos específicos.

#### TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

- Responsável por manter e implantar soluções tecnológicas.
- Manutenção de hardwares, softwares, redes e telefonia, além de compras centralizadas de informática.
- Responsável pela segurança da informação da MINOR HOTELS e do gerenciamento da equipe de cadastros e técnicos de sempre em informático.

#### VENDAS E MARKETING

- Atingir a superar as receitas projetadas através do correto posicionamento de nossos empreendimentos.
- Definir melhor estratégia comercial a ser praticada, instrumentalizando as equipes comerciais através dos departamentos de receitas e business intelligence.
- Responsável pela imagem da MINOR HOTELS perante o mercado e o público consumidor.
- Comunicação com a empresa, o posicionamento das marcas, plano de marketing e comunicação de suas unidades.
- Gerenciamento dos programas de fidelidade e CRM (customer relationship Management)
- Definição e manutenção dos padrões gráficos de suas marcas, garantindo, assim, uniformidade de comunicação e preservação de sua imagem.

21) Qual o resultado financeiro previsto para a marca **MINOR HOTELS**?

Rua Machado Bittencourt, 317 conj. 52 – Vila Mariana – São Paulo – SP CEP 04044-000

Fone: (11) 5627-2121 Fax: (11) 5627-2120

[www.minorhotels.com.br](http://www.minorhotels.com.br)



R. - A rentabilidade média prevista de um MINOR HOTELS COLLECTION é de 13,33% ao mês para uma franquia que esteja sendo operada na média da rede. A conta é “resultado operacional mensal”, dividido pelo valor do investimento médio. Lembrar sempre que a “lucratividade” está relacionada com as vendas, e a “rentabilidade”, com o investimento.

22) Qual suporte é dado para escolha do ponto?

R. – Assessoramos nosso franqueado na aprovação do ponto adequado para a instalação de seu MINOR HOTELS em todas as suas fases.

23) Os fornecedores para montagem da unidade são indicados pelo franqueador? O franqueador acompanha e orienta no processo de montagem e implantação do hotel ou da pousada?

R. – Sim, todos os fornecedores da marca “MINOR HOTELS” deverão, obrigatoriamente, ser credenciados e a montagem dos empreendimentos da rede terá o acompanhamento, de seu início e término pela Gerencia de Implantação e Operações da empresa.

#### O Uso da marca MINOR HOTELS

O planejamento ainda engloba o tipo de gestão, que deve incluir a contratação de nossa bandeira hoteleira.

Nossa participação na administração há um intercâmbio de informações e orientações da marca para que o empreendimento se adeque às características da bandeira. Além da administração da receita, despesas e estratégias de marketing, a expertise na administração, traz reconhecimento do público.

Conceitos e linguagem de negócios que utilizamos Business Format Franchising (BFF) - Franquia de negócio formatado. Engloba todos os aspectos do funcionamento do sistema. Os procedimentos operacionais são colocados em nossos manuais, de forma que o franqueado atue com todas as características da rede de franquias. Possui alto grau de profissionalização, sendo também chamado de franquia de terceira geração.

**Circular de Oferta de Franquia (COF):** Documento que o franqueador é obrigado, pela lei de franquias, a fornecer a todo candidato a franqueado. Contém várias informações sobre a franquia, a rede de franqueados e de nossa empresa franqueadora.

**Contrato de Franquia:** É o instrumento através do qual, que somos o titular da marca, patente industrial, comércio ou serviço, concedemos seu uso ao nosso futuro franqueado, assim como o direito de distribuição, prestando-lhe assistência técnica e administrativa para a viabilização do negócio ou sistema operacional, detidos ou desenvolvidos pela MINOR HOTELS, mediante o pagamento de uma taxa inicial e pelo percentual sobre o volume dos negócios realizados por nossos franqueados.

**Conselho de Franqueados:** Órgão de representação coletiva dos nossos franqueados.

**Master Franquia:** Sistema pelo qual concedemos a terceiros a direito de vender nossa marca em determinada região.

**Pay Back:** Prazo de amortização do investimento. Ou seja, o tempo que uma franquia MINOR HOTELS demora até obter, como lucro, o montante equivalente ao investimento inicial e à taxa de franquia.

#### Definição de Franquia Empresarial, de acordo com a Lei nº. 8.955/94:

Rua Machado Bittencourt, 317 conj. 52 – Vila Mariana – São Paulo – SP CEP 04044-000

Fone: (11) 5627-2121 Fax: (11) 5627-2120

[www.minorhotels.com.br](http://www.minorhotels.com.br)



**“A Franquia empresarial é o sistema pelo qual um franqueador cede ao franqueado o direito de uso de marca ou patente, associado ao direito de distribuição exclusiva ou semi-exclusiva de produtos ou serviços e, eventualmente, também ao direito de tecnologia de implantação e administração do negócio ou sistema operacional desenvolvido ou detido pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem que, no entanto, fique caracterizado vínculos empregatícios” (art.1º).**

### **Como funciona o franchising?**

É interessante notar que não fornecemos ao franqueado apenas o direito de comercialização de seus produtos. Fornecemos também os seus segredos e seu método, que caracterizam nosso know-how e modo de gerenciamento.

Por outro lado, o franqueado assume integralmente o financiamento da sua atividade e remunera a nossa empresa com uma porcentagem calculada sobre o volume dos negócios. A figura abaixo ilustra, de forma simplificada, o funcionamento de uma relação franqueador-franqueado:

### **Taxas cobradas pela franquia**

**Taxa de Franquia:** Valor pago pelo franqueado, na ocasião da assinatura do contrato, que serve para remunerar a MINOR HOTELS® pelo uso da marca, selando o ingresso em nossa rede, repasse de know-how, manuais de operação, treinamento, assistência na divulgação da marca, assistência na escolha do ponto, projeto arquitetônico, adequação visual e assistência na inauguração e outros.

**Taxa de Royalties:** Valor pago mensalmente e que equivale a um percentual sobre o faturamento da franquia. Esta taxa diz respeito ao repasse de tecnologia e à prestação de serviços como treinamento, pesquisa, desenvolvimento de produtos e suporte operacional.

**Taxa de Contribuição de Propaganda, Marketing e Promoção:** Valor pago mensalmente e que equivale a um percentual sobre o faturamento da franquia.

Esta taxa refere-se à divulgação da marca e dos produtos e serviços oferecidos.

**Taxa de reserva e Sistema de reservas:** Como possuímos um sistema de reserva próprio, a taxa de reserva suportará os custos de funcionamento de uma central de reservas, telefones, computadores e profissionais de reserva. Esta taxa contém todos itens de distribuição nacional e regional, honorários devidos a terceiros, como as viagens agentes e distribuidores.

**Taxa do Programa de Recompensa:** Oferecemos programas de incentivos e para hóspedes com estadias frequentes e estes programas são concebidos incentivar a lealdade com nossa marca. O custo da gestão desses programas é analisado por meio de avaliações frequentes desenvolvidas pela MINOR HOTELS®.

**8 - Franquia On-line** – através de um software desenvolvido exclusivamente para a empresa, o franqueado terá acesso ao Banco de Dados da MINOR HOTELS®, onde estará disponível um canal de comunicação direta com os franqueados para a solução de quaisquer problemas imediatos ou mesmo o esclarecimento de dúvidas e procedimentos operacionais.

**9 - Central de Compras** – os materiais são comprados em grandes lotes para todas as franquias. A aquisição conjunta proporciona benefícios como preço reduzido, melhores condições de pagamento, entrega facilitada, entre outros. Materiais que exigem uma formatação e padronização, como Blocos de Nota Fiscal e Opções e Proposta de Vendas são fornecidos exclusivamente pela Central de Compras da MINOR HOTELS®.





**10 - Marketing e Propaganda** – o franqueado contará com o Marketing Institucional que é administrado pelo franqueador, utilizando-se do fundo de publicidade e propaganda subsidiado por todos os franqueados da rede e pelo franqueador (assessoria de imprensa, propaganda na televisão, anúncios em rádio, jornais e revistas, etc.). No entanto, o franqueado poderá promover o Marketing Local com propagandas para divulgação apenas de sua franquia, na região onde atua, que deverá antes ser aprovado pela Central. Neste caso, o custo será subsidiado pelo franqueado (panfletagem, anúncios de rádio).

**11 - Consultoria de Campo** – o franqueado contará com visitas mensais do consultor de campo, função exercida por uma psicóloga e pelo gerente de franquias. O gerente de franquias destaca que “a consultoria de campo tem se tornado o ponto nevrálgico do processo de franchising”, uma vez que, nessas visitas, ocorre a assessoria, onde serão detectadas as falhas e dificuldades dos franqueados, bem como serão encontradas as soluções para melhorar o desempenho da rede.

**12 - Equipe de Resgate** – o franqueado terá uma assistência in loco caso esteja com dificuldades em seu negócio, por meio de uma equipe da MINOR HOTELS®.

**13 - Manuais** – o franqueado conta com quatro manuais que o auxiliará na administração e no desenvolvimento do seu negócio. Os manuais são: Manual de Vendas, Manual de Operações, Manual de Controle e o Manual de Marketing.

#### **Vantagens do sistema de franquias**

- I. Marca conhecida e de boa reputação;
- II. Aumento nas chances de sucesso, graças ao suporte que o sistema trás aos novos integrantes do negócio;
- III. Existência de um plano de negócios;
- IV. Maior garantia de mercado;
- V. Menores custos de Instalação;
- VI. Economia de escala;
- VII. Independência jurídica e financeira;
- VIII. Maior lucratividade e retorno do investimento mais rápido;
- IX. Possibilidade de pesquisa e desenvolvimento.

De uma maneira geral, o sistema de franquias é uma opção interessante para quem pretende entrar no mundo dos negócios, especialmente se ainda falta certa experiência no ramo de interesse. Lembre-se que todo trabalho deve ser dotado de dois componentes básicos: produção e a felicidade. Produção porque você precisa fazer o que tem que ser feito e felicidade porque apaixonar-se pelo negócio da hotelaria e do turismo.

O pacote de franchising da **MINOR HOTELS®** reúne todo o know - how constituído pela empresa, o qual é transmitido à seus franqueados na forma de treinamentos, manuais, serviços, marca consolidada no mercado, entre outros. Esta estrutura de apoio na **MINOR HOTELS®** está descrita da seguinte forma:

**1 - Marca Reconhecida** – o franqueado **MINOR HOTELS®** contará com uma marca já reconhecida junto ao mercado hoteleiro; fator indispensável para quem quer entrar no sistema franchising.

**2 - Seleção do Ponto Comercial** – a **MINOR HOTELS®**, indica o ponto comercial após avaliação. O ponto comercial precisa ter ótima localização, boas condições quanto ao custo do aluguel ou compra, tamanho mínimo do imóvel e bom estado de conservação.

No entanto, caso o franqueado possua ou conheça um imóvel, a **MINOR HOTELS®** envia até o local um arquiteto terceirizado da empresa para avaliação do ponto comercial.



**3 - Projeto Arquitetônico e Comunicação Visual** – o franqueado contará com projetos detalhados para o layout interno e externo da empresa, além de toda a linha de comunicação visual devidamente formatada e padronizada.

**4 - Treinamento e Aprimoramento Profissional** – o treinamento inicial tem duração média três meses e envolve um completo programa de cursos sobre o mercado hoteleiro, abrangendo metodologias administrativas, de atendimento, e ações de marketing.

Durante este período o franqueado trabalhará como em uma das unidades-piloto da MINOR HOTELS®. Além disso, o franqueado que ingressar na MINOR HOTELS® terá que passar por um treinamento obrigatório de dois dias com carga horária total de 16 horas, onde serão apresentadas as crenças, valores, missão, atitudes e política de qualidade da empresa. Os franqueados da MINOR HOTELS® também poderão contar com cursos de reciclagem e de aperfeiçoamento durante todo o ano por meio do Centro de Treinamento MINOR HOTELS® – CAM, a ser implantado em 2011 na unidade-piloto.

**5 - Assessoria Jurídica** – o franqueado terá acesso a alterações da legislação, bem como consultas e orientações sobre procedimentos.

**6 - Assessoria Contábil** – embora cada unidade tenha sua contabilidade própria, esta é realizada por uma única empresa contábil que foi escolhida pelo Conselho dos Franqueados da MINOR HOTELS®, garantido assim a uniformidade do processo.

**7 - Produtos com Avaliação Comprovada** – o franqueado poderá contar com um conjunto de produtos e/ou serviços, previamente avaliado pelos profissionais do setor de Documentação, e ter certeza de que todos os documentos disponíveis para a comercialização estão com a documentação em ordem e com a situação legal regularizada.

#### **Administração**

##### **Brasil**

##### **Head Office**

Rua Machado Bittencourt, 317 conj. 52 – Vila Mariana

CEP 04044-000 – São Paulo-SP

Fone: +55 (11) 5627-2121

Fax: +55 (11) 5627-2120

E-mail: [atendimento@minorhotels.com.br](mailto:atendimento@minorhotels.com.br)

Site: [www.minorhotels.com.br](http://www.minorhotels.com.br)

##### **Europa**

Barcelona - Espanha

Avenida Pineda, 76 – 3ª – 1º

Código Postal – 08860 – Castelfelers, Barcelona, Espanha

Telefone: (+34) 627 780244

E-mail: [europa@minorhotels.com.br](mailto:europa@minorhotels.com.br)