

Vida longa À s franquias

Normal 0 21 false false false ES X-NONE X-NONE

Vida longa às franquias

Refletir é bom, não dói e, muitas vezes, nos faz chegar a conclusões interessantes.

O Sistema de Franchising tem como fundamento básico a reprodução de um modelo de sucesso, testado e formatado. Tudo isso embalado em contrato, acompanhamento e treinamento constante que deve abranger todos os processos operacionais do negócio.

Quando surgiu, de fato, como modelo estratégico de negócios no Brasil, o Franchising era engessado demais, rígido em torno de seus manuais, limitado a poucos segmentos e fechado a análises de processos, visão estratégica e com treinamentos somente operacionais.

Passaram-se alguns anos até que o Sistema se abrisse, se flexibilizasse e profissionalizasse e se tornasse um fator tão importante em nossa economia.

Mas como tudo tem dois lados, alguns empresários e executivos, que se utilizam do Sistema para expandir, começaram a incorrer em alguns erros de visão estratégica.

Vejamos.

Em 2003, a Vecchi Ancona realizou uma de suas pesquisas no sistema de franchising e comprovou dados então divulgados, de que no primeiro ano de vida a taxa de mortalidade das franquias era não muito acima de 1%. De fato, as vendas de franquias eram feitas com muito critério em relação a candidatos, pontos comerciais e a recusa, por parte de franqueadores, era muito comum. A preocupação com treinamentos e visitas de consultoria de campo era enorme.

Por volta de 2006, o SEBRAE indicava um crescimento dessa mortalidade do primeiro ano para 3%.

Nos anos que se sucederam, os franqueadores foram alterando sua forma de viabilizar a expansão, reduzindo seus critérios e não dando conta de acompanhar este crescimento com atuação adequada da consultoria de campo. Passamos a ouvir que o ideal era expandir com velocidade e depois arrumar a rede.

Alertamos franqueadores e nos posicionamos de forma a alertar o mercado sobre essa prática, que poderia levar o Sistema de Franchising a um descrédito como o ocorrido no final da década de 90, quando as franquias eram vendidas por corretores a grupos de até 15 investidores por [franquia](#). A mídia na época chegou a questionar se o Franchising era tão bom mesmo ou se servia para enganar pessoas que acreditavam que teriam sucesso. Tivemos que trabalhar duro para mostrar ao mercado que o problema estava em algumas empresas e suas formas de gestão (ou falta dela), mas não do Sistema se bem planejado e gerido com responsabilidade.

Neste semestre, o SEBRAE informou que a taxa de mortalidade no primeiro ano chegou a 5 % e pode atingir mais de 40% em marcas novas ! O mesmo número dos negócios individuais o que é muito preocupante.

Vamos continuar a festejar somente a velocidade de crescimento do Franchising, ou vale a pena refletirmos um pouco mais com uma visão de, no mínimo, médio prazo e com responsabilidade sobre quem investe seus recursos e valores em nossas marcas?

<http://www.vecchiancona.com.br>

Sobre o Autor

 <http://www.vecchiancona.com.br>

Source: <http://www.artigopt.com>