

10 coisas a saber antes de comprar uma franquia

Uma rede de franquias moderna exige das partes, franqueador e franqueado, um envolvimento muito profundo, que acima de tudo deve estar alicerçado em confiança e transparência. Muito além da simples licença de uso da marca, obediência ao formato e manuais e pagamento de royalties, a relação deve agregar novos valores e estabelecer sistemas de trabalho que promovam constantes melhorias que resultem em benefícios para toda a rede. Esta integridade de toda a rede é fundamental e ela se concretiza a partir de algumas premissas e condições que ainda são relativamente novas no Sistema Franchising. De fato, o Franchising está vivendo o início de uma nova era, onde cada uma das partes deve responder por sua parte do sucesso e isso exige novos comportamentos e atitudes. Dentro dos novos conceitos de rede integrada, onde os princípios da Qualidade são fundamentais, podemos afirmar que um futuro franqueado deve saber:

1. Que uma franquia envolve os riscos inerentes a um negócio comercial e mesmo tendo 10 vezes mais chance de sucesso do que um empreendimento independente, isso não acontece sem uma atitude de total empenho do franqueado, grande dedicação e visão empreendedora.
2. Quais os segmentos da economia que estão em alta e quais tendem a enfrentar problemas de saturação ou a possibilidade de mudanças profundas de cenário, costumes ou inovações tecnológicas.
3. Qual seu perfil pessoal e profissional, para que possa analisar qual o segmento de negócios em que melhor se adaptar, pesando os riscos e as oportunidades.
4. Que os franqueadores previamente selecionados devem ser contatados para que se analisem aspectos como: prática dos negócios em rede, posicionamento estratégico dos negócios e seus conceitos em relação ao mercado e concorrência, visão de futuro, programas de desenvolvimento de know how tecnológico e serviços e formas de relacionamento e comunicação com os franqueados.
5. Que tão importante quanto as ideias do franqueador é a estrutura da sua empresa no atendimento à rede, ou seja, deve conhecer, conversar e questionar a equipe principal do franqueador, para se certificar de que as ideias e os planos são realmente postos em prática e que existe, de fato, o suporte prometido. Deve, portanto, verificar assuntos e casos práticos do dia a dia da rede.
6. Se a estrutura funcional da empresa franqueadora ainda é hierárquica, centralizadora, ou se já trabalha por processos horizontalizados, onde o foco coletivo e final é o atendimento dos clientes finais e franqueados, o que denota uma empresa ágil, rápida em suas decisões e aberta a mudanças e melhorias constantes.
7. Qual a importância que o franqueador e sua equipe dão às pessoas e como elas são valorizadas e desenvolvidas, sejam colaboradores diretos ou franqueados, o que pode ser um importante indicador sobre o clima da rede e o ambiente que irá enfrentar. Isso pode ser um fator altamente positivo, agregador ou um fator de desmotivação e poucas chances para a co-responsabilidade e o seu envolvimento na solução de problemas coletivos.
8. É importante analisar e solicitar opiniões de especialistas sobre os documentos jurídicos que envolvem o ingresso na rede, como a Circular de Oferta de Franquia e o Contrato de Franquia, de forma a estar seguro de que o que está sendo prometido tem respaldo e realmente a política da rede. Visitas e contatos a franqueados atuais são muito importantes para se ter a visão "de campo" da rede "na prática".
9. Que os primeiros meses de um novo negócio podem ser um pouco difíceis e que para isso ele deve ter conhecimento prévio das previsões de resultados, via franqueador e franqueados atuais, bem como estar prevenido para os gastos com o estoque inicial, investimentos totais e capital de giro para estes meses.
10. Que ao ser aceito na rede e definir que este será o seu novo negócio, ele, novo franqueado, inicie esta fase com muita disposição, mente aberta, visão empresarial moderna, aberto para propor melhorias, discuti-las e acatar as decisões tomadas de forma coletiva. Assim, desde que tenha optado por uma rede moderna, integrada, que trabalhe debaixo de modernos conceitos de gestão e Qualidade, ele passa a ter o papel de mais um elemento de alavancagem de melhorias constantes. Caso seu interesse esteja em redes em que nada disso acontece, recomenda-se repensar seus objetivos, por que não faz sentido buscar a reprodução do sucesso junto a quem ainda não sabe como atingi-lo e que está muito vulnerável no confronto de competitividade.

Sobre o Autor

Ana Vecchi é Diretora da Vecchi & Ancona Consulting, empresa especializada em redes de negócios e autor do livro A Nova Era do Franchising. <http://www.vecchiancona.com.br>