CADERNO NEGÓCIOS & OPORTUNIDADES pesquise aqui seu próximo negócio

ANO 26 EDIÇÃO Nº109 www.revistafranquia.com.br

FRANQUIA

& GLOBAL OPPORTUNITIES

ULTRA ACADEMIA

Ingresse no segmento FITNESS com oportunidades para sócio investidores e franqueados operadores

INOVAÇÃO

FALANDO.AI soluciona e automatiza atendimento sem bots desagradáveis

NESTA EDIÇÃO

Microfranquias - NanoNegócios - Sustentabilidade - Mercado PET

E MUITO MAIS

ISSN 1516-1838
ADC EDITORA

FRANCHISING
para Empresas Independentes

*por João Cânovas**

"Redes de franquia são mestres nos três pilares principais que contribuem para uma elevada taxa de sobrevivência do negócio: padronização, branding e transferência de *know-how*. O empresário independente muitas vezes não possui esse conhecimento"

*JOÃO CÂNOVAS é mentor em Gestão de franquias com mais de 31 redes atendidas e mais de 20 mil horas de consultoria prestada
@ novaeraestrategia

Meu primeiro trabalho no setor de franquias foi como consultor de expansão (vendedor de franquias), onde trabalhei em uma holding que na época possuía três redes e já atuava em seis países da América Latina. Trabalhei vendendo franquias de todas as marcas do grupo, chegando até a gerência comercial de uma das unidades de negócios da empresa. Ao longo de um ano e meio cheguei a fazer mais de 3 mil atendimentos a candidatos e investidores interessados em comprar franquias e, uma delas não me esqueço até hoje: ao ligar para um dos investidores cadastrados, quem me atendeu do outro lado foi um senhor aparentemente de meia idade que eu vou carinhosamente chamar de 'Geraldo'. Ele, desde o início da conversa, se mostrou bastante objetivo e um tanto quanto intrigado. Uma das primeiras coisas que me falou, na época, foi: "eu só me cadastrei no negócio de vocês para entender o que vocês fazem. Estou há mais de 30 anos com as minhas duas lojas de materiais de construção e como que vocês em menos de cinco anos chegam a 400 lojas? Como isso é possível? Como vocês fizeram isso?"

E complementou: "Eu trabalho de segunda à domingo, não tiro férias, não vi as minhas filhas crescerem na escola, eu quase perdi o meu casamento diversas vezes ao longo destes anos, tenho vários problemas de saúde por conta do estresse e tudo isso com apenas duas lojas. Eu gostaria muito de saber como funciona esse negócio de franquia".

Aquilo soou para mim como um desabafo, um grito de desespero de alguém que não estava apenas indignado ou curioso, foi realmente um pedido de socorro do outro lado da linha.

Ouvi estas frases com muita atenção e pensei: "Precisamos falar mais sobre franchising para os empresários do nosso País". As pessoas não fazem ideia do que é franchising e muito menos sabem utilizar seu potencial em favor dos seus próprios negócios e marcas".

Com muita atenção, expliquei para o senhor Geraldo o que era franquia, como funcionava o sistema de franchising e quais eram as principais vantagens que ele, como o empresário independente, com a sua própria marca e as suas duas operações de lojas poderiam utilizar algumas das mesmas técnicas e ferramentas de gestão e operação para favorecer o seu negócio.

A partir daquele momento, fiz da minha vida uma missão de compartilhar tudo o que eu sei e aprendo sobre o mercado de franquias, sem filtros e sem apegos, sem guardar segredos e sem omitir nada. Nós precisamos ensinar franchising para empresários independentes. Um dos principais motivos de eu adotar esta missão aqui na Nova Era Estratégia, minha consultoria, é contribuir para a diminuição da taxa de mortalidade das empresas independentes no Brasil.

Quando analisamos os dados do IBGE sobre novas empresas no Brasil, constatamos que quase 40% delas não chegam no terceiro ano. Este número chega próximo aos 90% quando caminhamos próximo aos 10 primeiros anos da empresa aberta. Uma empresa que fecha, é sinônimo de um sonho que acaba, de uma fonte de renda que se esvai para uma ou mais famílias. Em contrapartida, quando analisamos a mesma taxa de mortalidade de franquias que abrem, de acordo com uma pesquisa do SEBRAE, este número cai para 5% nos três primeiros anos, ou seja, temos aqui quase oito vezes mais chances de sucesso quando uma franquia é aberta no mercado em comparação a uma empresa independente.

Quais são os principais motivos que contribuem para uma elevada taxa de sobrevivência das franquias? Aqui serei bem categórico e objetivo: padronização, branding e transferência de know-how. As redes de franquia são mestres nestes três pilares e nós sabemos que o empresário independente muitas vezes não possui o conhecimento necessário para construir sozinho esses três alicerces para o fortalecimento da sua empresa e da sua marca própria.

Veículos de comunicação como a Revista Franquia são agentes importantíssimos para a disseminação de conhecimento sobre o mercado de franquias, porém, nós como agentes ativos deste setor, precisamos urgentemente furar a bolha e sair do nosso aquário do franchising para disseminar nosso conhecimento e formar empresários com as ferramentas e recursos gerenciais e operacionais necessários para fortalecerem suas marcas e diminuírem as chances de falência dos seus negócios independentes.

Caso você esteja no mercado de franquias, eu conto com você nesta missão e para quem está lendo este artigo e não é do setor de franquias, conte comigo para aumentar as chances de sobrevivência do seu negócio no mercado. Vamos nos conhecer!