

EDIÇÃO COMEMORATIVA Nº100 25 anos de aprendizado sobre o franchising do futuro

www.revistafranquia.com.br

FRANQUIA

& GLOBAL OPPORTUNITIES

ADC
EDITORA

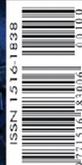
TRIMESTRAL
ANO 25

Marcelo de Freitas
Academia do Rock

OPORTUNIDADE

CONQUISTE FÃS

Invista na franquia de cursos de música focada no nicho de negócios que movimenta milhões e arrasta multidões



CADERNO NEGÓCIOS & OPORTUNIDADES pesquise aqui seu próximo negócio

Uma volta de DeLorean pelo Franchising

por João Cânovas*

Eu não poderia começar este artigo de forma diferente. Quero convidar você para uma viagem no tempo no DeLorean, aquele famoso carro do filme “De Volta para o Futuro”.

O ano agora é 2002, vamos dar um passeio no shopping. Enquanto caminhamos, passamos em frente a vitrine de uma grande loja de eletros e nas vistosas telas planas de cristal líquido de 40 polegadas com entrada VGA, nosso sonho de consumo na época, acompanhamos por alguns minutos do noticiário: O Euro inicia sua circulação em 12 países; o Presidente Fernando Henrique Cardoso anuncia o fim do “apagão”; Gerorge W. Bush dá início à guerra no Afeganistão; a cédula de R\$20,00 é lançada; morre o médium Chico Xavier; nasce o grupo musical Rouge no SBT e o capitão Cafu ergue a taça de pentacampeã mundial da seleção brasileira de futebol.

Caramba! Quem diria! O tempo simplesmente voou de lá para cá!

É claro que eu não me lembrei de tudo isso de cabeça, dei uma espiadinha pela internet para refrescar a memória e é justamente sobre isso que vamos refletir ao longo deste passeio que você fará comigo.

Vamos ali na praça de alimentação ver o que tem de bom para beliscarmos. Espere aí, tem algo estranho! Cadê o Subway?

Infelizmente temos apenas duas franquias no país inteiro, mas calma, eles estão se reestruturando para voltar com tudo! O Bob’s é o vice-líder do mercado brasileiro de fastfood atrás apenas do McDonald’s.

Esse papo me deu fome, vamos parar para comer algo antes de continuarmos.

Enquanto esperamos nosso pedido, folheamos uma revista ou um jornal, já que ainda não temos celulares conectados na internet (o 1º iPhone será lançado em 2007, daqui 5 anos) e laptops são muito



JOÃO CÂNOVAS é
mentor em Gestão de
franquias com mais de 31
redes atendidas e mais de
20 mil horas de consultoria
prestada. Autor de três
livros na área.



caros, ainda pouco acessíveis, se você tivesse um, com certeza não passaria com ele no shopping pois ele estaria no escritório preso por aqueles cabinhos de aço com um cadeado de segredo.

É mais provável que você esteja com seu Nokia 6610 nas mãos jogando aquele jogo da cobrinha.

A marca mais valiosa do mundo é o Wal-Mart, um varejista! 20 anos depois teremos a Apple no topo do ranking, que também tem um braço no varejo, seguida por ninguém menos que a Amazon, esta sim, uma gigante deste setor com um pequeno detalhe: sem ter nenhuma loja física! Já imaginou falar isso para um varejista em 2002? Você iria ouvir altas gargalhadas na sua cara.

Já que falamos em varejo, vamos falar de franchising.

O mercado de franquias cresceu em 2002 incrível 12% enquanto o PIB subiu 2,7%; o faturamento do setor bateu o recorde de R\$28 bilhões; eram 650 franqueadoras no Brasil dando suporte para 56.000 franqueados num setor que empregava 506.000 pessoas. Este era nosso mercado há exatos 20 anos, de acordo com a ABE.

Nosso mercado era o 3º maior no mundo, atrás apenas de EUA e Japão. O auge da tecnologia no ponto de venda por aqui eram os terminais de PDV para atender o sistema de fiscalização eletrônica, instaurado no ano 2000.

Era o início da popularização dos ERPs e CRMs nos grandes varejistas, que começavam a adotar também o comércio eletrônico, ainda dominados pelos CDs, DVDs e Livros.

De acordo com Marcelo Cherto na época, em uma entrevista para o Estadão em maio de 2003, o setor de franquias “registra um grau mais elevado de maturidade, no qual as empresas estão mais focadas em melhorar os resultados do que em expandir a rede” [...] “os franqueados estão mais criteriosos ao fechar contratos como os franqueados estão mais atentos à empresa franqueadora” [...] “ocorreu muita euforia nesta área, o que acabou atraindo aventureiros” [...] “isso ocorre ainda hoje, mas em menor grau”.

Ao olharmos para este retrato de 2002, conseguimos ver claramente o gigantesco salto que tivemos em apenas duas décadas: tecnologia mobile, internet em alta velocidade, live commerce, omnichannel e agora o metaverso.

Com certeza evoluímos substancialmente e o setor de franquias não ficou para trás, porém, falar

de maturidade, na minha humilde opinião, é tratar o tema com uma pitada de ingenuidade.

As redes ainda estão desenvolvendo e fortalecendo seu conceito omnichannel, ainda não “chegamos lá”, imaginem quando entrarmos de cabeça no metaverso (sugiro que você leia o caderno especial da edição anterior sobre este assunto).

Daqui a 20 anos iremos escrever com algumas doses de ironia o que estamos vivendo neste momento e eu tenho certeza que nosso próximo passeio não será apenas em um shopping no metaverso, será em algum dos planetas inteiros criados e desenvolvidos dentro desta nova realidade híbrida.

O franchising como estratégia de canal de distribuição também evoluiu muito e amadureceu de acordo com as novas exigências de um consumidor cada vez mais tecnológico e imediatista, porém, nosso setor nunca estará no auge de sua maturidade, sempre haverá algo a ser feito e algo a ser aprendido pois o varejo deve se ajustar ao comportamento de compra do ser humano. Esta é a minha visão.

É por isso que temos que nos preocupar com a qualidade das informações compartilhadas sobre varejo e sobre nosso setor.

Em uma era de “informação miojo”, instantânea, superficial, que até mata a fome mas não alimenta; veículos de comunicação idôneos e sérios como este que você tem em mãos agora, são extremamente valiosos e todo conteúdo aqui exposto passa por uma curadoria, emprega diversos profissionais de variados setores e com habilidades distintas.

Valorize os bons e sérios veículos de comunicação e se algum conteúdo lhe for útil, se lhe ajudar em algo, compartilhe com seus contatos e dê os créditos para o veículo e para o autor.

Assim você fará a diferença para alguém. Faça isso e a história que contaremos em 2042 sobre nosso querido franchising com certeza será muito mais madura e nostálgica pelas boas lembranças que estamos construindo neste momento.

Na minha análise, o setor de franquias no Brasil não é um bebê que engatinha, porém, estamos fortalecendo as pernas e dando os passos cada vez mais rápidos. Ainda levará algum tempo até “largarmos as fraldas” de vez, mas não vamos parar pois o passeio é tão importante quanto o destino.

Agora entre no carro e vamos voltar para o futuro.