

## **Investir em marca nova demanda precauções**

*Marcos Irrai*

*Empresário deve conhecer proposta da empresa e mapear concorrência*

*Franqueados-piloto são acompanhados de perto pela franqueadora nos primeiros anos, até a consolidação do negócio*

Apostar em uma franquia nova é como fazer uma aplicação na Bolsa de Valores quando as ações estão em baixa. Há a possibilidade de ver o investimento crescer. Mas corre-se o risco de perder parte do volume aplicado.

Não há unidades abertas para verificar a relação entre as partes -por lei, o candidato tem acesso aos contatos de franqueados e de ex-franqueados para fazer essa investigação. Tampouco a certeza da aceitação do produto ou do serviço no mercado.

"É o ônus e o bônus de ser o primeiro franqueado: crescer e ser feliz com a franqueadora e viver momentos difíceis com a inexperiência dela", analisa Marcos Hirai, diretor da Franchise Store.

Consultores recomendam ao franqueado cautela ao investir nessa relação -avaliando o tempo da empresa, a proposta da franquia e a concorrência na área de atuação.

Abrir o balanço da empresa para o candidato é uma possibilidade, destaca o sócio da Evolua, de cursos profissionalizantes, Leopoldo Oliveira, que busca o primeiro franqueado da marca.

Já assinados os papéis, as franqueadoras também se previnem, com orientação frequente aos franqueados.

Na alegria e na tristeza, a Lego Zoom mantém contato estreito com os primeiros franqueados, diz o diretor Maurício Caetano.

"Não vou dizer que é vantagem, mas acredito na proposta da marca", diz a empresária Sueli de Abreu, 47, sobre ser a primeira franqueada da Lego Zoom.

A relação vinha de longa data -Abreu representava os produtos Lego. "Vi a solidez da empresa", afirma, sobre a adesão ao franchising.

## **PÚBLICO MAIOR**

O contato anterior ajuda a fechar o negócio, mas o perfil arrojado é indispensável, opina o consultor Adir Ribeiro, da Praxis Education. "A aposta que [o primeiro franqueado] faz é muito maior."

Não se trata de uma regra apenas para as franquias que estão começando, segundo Ricardo Camargo, da ABF.

"O tempo de consolidação de uma marca varia de quatro a cinco anos, até pelo volume de investimento."

## **Ao abrir uma franquia nova**

### **1 Verifique o nível de maturidade da empresa**

Considere o histórico, o público-alvo, a proposta da rede e a consistência do projeto

### **2 Trace comparativos**

Analise quais são os concorrentes e o segmento

### **3 Confira a forma de transferência de know-how**

A rede deve prover ao franqueado orientação sobre todo o funcionamento do negócio

### **4 Avalie a proposta de treinamento**

Coloque na balança os cursos oferecidos antes da abertura do negócio e sua duração

### **5 Questione sobre vantagens**

Na abertura da primeira franquia, algumas redes concedem benefícios, como isenção de taxa de franquia ou de royalties ou suprimento do primeiro estoque

**Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 06 jun. 2010, Negócios, p. 3.**

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais