



Fusões e aquisições

Recentemente tivemos a divulgação da compra de mais uma rede de escolas de idiomas, agora uma voltada para o público infantil, por um grupo que passa a ter 3.000 escolas com atuação no Brasil, Estados Unidos, Japão, Europa e América Latina. Algo para se tirar o chapéu, comprovando os efeitos do franchising na evolução, desenvolvimento e sucesso das redes de negócios e na movimentação do mercado financeiro.

O que chama a atenção é que essa é a terceira aquisição do grupo só em 2010, em todos os casos comprando redes de franquias que se desenvolveram e fortaleceram suas marcas a partir da visibilidade e da capilaridade das mesmas em diversos estados brasileiros. Não fosse o franchising, esse crescimento não teria ocorrido de forma tão espetacular e surtido tal efeito.

Quando o empresário decide expandir seus negócios utilizando o sistema de franquias, as possibilidades de crescimento e de criar barreiras para a concorrência são multiplicadas em muitas vezes, quando comparadas ao que ocorreria se esse mesmo movimento acontecesse com unidades próprias, uma vez que são exigidos investimentos que nem sempre o pequeno e médio empresários podem realizar. Nesse sentido, o franchising permite que o franqueador conte com o investimento do franqueado para abrir mais e mais unidades de acordo com o seu plano de expansão.

Os efeitos positivos abriram os olhos de grandes investidores, bancos e fundos de investimentos, iniciando um processo de aquisições

Ao analisar os negócios de escolas de idiomas, ensino profissionalizante e outras redes na área de educação, vemos que mais de 90% nasceram de um pequeno negócio. Algumas dessas empresas familiares, a partir da expansão com franquias, ganharam força e poder no mercado, ampliando o valor da marca.

Não só de McDonald's vive o franchising. Aos poucos empresas e indústrias que atuam em segmentos diversos do de alimentação, vestuário e idiomas, começam a perceber as vantagens e o valor que o sistema de franquias pode agregar para suas marcas. Crescer de forma estruturada, com formato de negócios testado e validado pelo consumidor final é o grande efeito oferecido. O sistema obriga a começar certo, no lugar certo e com pessoas certas. Tudo deve ser muito bem definido antes, estruturado e formatado de forma que a transmissão do know-how flua sem nenhum problema para quem apostou e investiu na marca.

O mercado não aceita mais amadores no sistema de franquias. Este já atingiu um nível de maturidade que não tem retorno. Ou o empresário entra bem estruturado ou não consegue competir com as demais redes que disputam o mesmo candidato, o empreendedor que deseja um negócio próprio.

Os efeitos positivos dessas redes de franquias na mente do consumidor, nas possibilidades de ocupar mercado de forma mais acelerada e de criar barreira para a concorrência abriram os olhos de grandes investidores, bancos, fundos de investimentos e outras redes no mesmo segmento, iniciando um processo de aquisições. Quanto mais estruturada e mais presente no mercado, mais desejada pelos grupos de investimentos e pela própria concorrência. ■