



REVISTA NEGÓCIOS E FRANCHISING – Fevereiro 2014

Artigo sobre o perfil do Franchisado

Se os responsáveis de franchising pudessem criar a receita para um franchisado perfeito, esta seria simples: capacidade empreendedora, competências de gestão e autonomia financeira. Estas foram as características mais referidas por várias marcas presentes no mercado português e com as quais a NEGÓCIOS & FRANCHISING falou.

“O potencial franchisado deverá ser essencialmente um empreendedor. Possuir uma elevada capacidade de organização e de autonomia na gestão da unidade, uma forte capacidade de trabalho, aliadas à capacidade financeira para investir neste franchising”, resume José Carlos Ramos, da direção de franchising dos centros de estudos Explicolândia. A marca, que conta com cinco unidades franchisadas e duas próprias, valoriza ainda os candidatos com habilitações na área do ensino, bem como “experiências profissionais enriquecedoras em empresas do setor público ou privado”.

De acordo com José Carlos Ramos, é fundamental que um potencial candidato não confunda as funções de franchisado com as de colaborador da Explicolândia, ao passo que características como a falta de dinamismo ou o excesso de confiança podem mesmo conduzir a uma rejeição quase imediata. “Pretendemos ser um conceito de sucesso e quem entra nesta equipa tem de partilhar a mesma filosofia”, diz o responsável. Esta opinião é partilhada por Nuno Pinto da Silva, diretor geral da rede de coaching LIFE Training: “O que mais valorizamos é a identificação com a missão da LIFE Training e a atitude dos potenciais franchisados.”

negócio, mas aquela que, não os preenchendo, trabalha diariamente para os adquirir ou aprimorar”, explica, acrescentando que a experiência em instituições financeiras ou seguradoras é também valorizada.

Tal como a maioria das redes entrevistadas, a Exchange não alterou o tipo de perfil de franchisado pretendido devido à crise, mas a própria marca teve de adaptar a formação dada aos novos franchisados, tornando-a mais prática e adaptada às necessidades do mercado. Uma vez que a rede expandiu os seus serviços para o ramo dos seguros e atividades imobiliárias, a formação dos franchisados passou também a incluir um estágio numa loja já em atividade. “Assim, a formação não é só teórica mas também in loco, para que o franchisado adquira experiência antes do arranque do negócio.”

Saber aprender é essencial

O facto de a componente de formação ser tão importante para as marcas leva-nos a outra característica muito valorizada por parte dos masters: a capacidade de aprendizagem. “As competências académicas não são decisivas, apenas precisamos que o candidato tenha excelentes aptidões pessoais, de relacionamento, liderança e capacidade de aprendizagem”, salienta Luís Tavares, diretor coordenador nacional da Decisões e Soluções. “Valorizamos acima de tudo a vontade, a ambição, a determinação em vencer e as características pessoais que reconhecemos facilitarem o desenvolvimento do nosso modelo de negócio, nomeadamente muita

A falta de dinamismo ou o excesso de confiança podem mesmo conduzir a uma rejeição quase imediata.

QUE FATORES INFLUENCIAM A ESCOLHA DO FRANCHISADO?

Perguntámos a algumas marcas quais os fatores diferenciadores – positivos e negativos – que podem influenciar a escolha de um franchisado ou a sua imediata rejeição. Estas foram as respostas:

Fatores positivos

- Ambição
- Flexibilidade
- Humildade
- Honestidade
- Simpatia
- Capacidade de aprendizagem
- Dinamismo
- Autonomia
- Paixão pelo negócio
- Perfil de liderança



Fatores de exclusão

- Arrogância
- Desonestidade
- Falta de capacidade de investimento
- Não saber ouvir
- Ter registo criminal
- Falta de empatia com os valores do negócio
- Falta de capacidade de trabalho

