

Inovação em franquias de serviços sociais: Iniciativa público privada



Há mais de um século no mundo, já é consagrado o fato que franquia é um modelo de negócio que após obter sucesso, é replicado por mais de

um empreendedor em mais unidades distribuídas geograficamente de acordo com a demanda e o perfil do público. Nele também é forte a característica da padronização dos produtos, processos, serviços e identidade visual do negócio.

Vale lembrar que esse modelo de negócio remonta eras do Império Romano utilizado pela Igreja Católica, depois na Índia nos serviços sociais especificamente na área da saúde. Posteriormente por iniciativa das indústrias do setor privado para distribuir seus produtos, como máquinas de costura, veículos e refrigerantes. Então, somente ganhou vultuosa força quando o Governo Americano criou projetos de investimento e subsídios específicos para combatentes retornados da guerra, a fim de os reinserir no mercado.

É possível refletir que a franquia traz no seu escopo a proposta de buscar a maior abrangência geográfica, disseminação da marca e fidelização do cliente. Tornando-se atraente ao consumo se pensamos sob a ótica do consumidor, que tem a necessidade adquirir um produto ou serviço e que em via de regra ele o adquiri desde que seja na qualidade mínima esperada, a um preço aceitável e com disponibilidade.

Quando pensamos em serviços sociais prestados pelo governo nos deparamos com alguns setores caóticos. Serviços essenciais como saúde, educação, emissão de documentos, atendimento público por repartições que solucionam problemas de agências responsáveis por serviços de energia, saneamento entre outros. É recorrente que na maioria dos casos os serviços sejam precários e as vezes até inexistente em determinados lugares.



Na maioria das vezes as lamentações são pela falta de recursos públicos, hora porque são poucos e em casos não muito isolados por que foram desviados e se tornam insuficientes.

Isso acontece exclusivamente pelo mesmo problema identificado por um empreendedor que decide franquear sua marca, ou seja, escassez de recursos. Seja qual for a natureza do recurso escasso.

Nesse caso a escassez de recursos pode ser de por exemplo: recursos humanos, técnicos, equipamentos, dinheiro, capacidade de gerenciamento, logístico dentre tantos outros. E esse incidente é natural e inerente de qualquer atividade seja ela pública ou privada.

Inovador no Brasil seria o franqueador nesse caso ser o governo, que com uma iniciativa pública e privada replicasse modelos já bem sucedidos, como é o caso do “Poupatempo e o Sistema Fácil” e avançasse para outros serviços onde há grande necessidade e urgência de medidas solucionadoras, como o caso da saúde e educação que são mais evidentes.

No Brasil já temos marcas muito experientes e bem preparadas seja qual for o segmento. Mas alguns deles parecem não ser tão atraentes para essas empresas, inclusive em determinados setores há barreiras legais para a atuação, por mais que haja interesse privado. Caso houve-se uma abertura para essa entrada, concessões ou propostas de parcerias, certamente seriam grandes os benefícios sócio econômicos caso algum projeto fosse efetivado.

Essa é uma proposta que caminha ao largo do conceito de privatização, pois mantém o poder e a propriedade nas mãos do estado. Com a grande vantagem do ganho de eficiência pela expertise privada, com aumento da quantidade e qualidade dos serviços prestados. Esta estratégia inovadora poderia desonerar os cofres públicos e atingir objetivos sociais jamais alcançados no Brasil

Publicação do Blog:

<https://gefemacao.wixsite.com/gefemacao> - 24/02/2017

Adm. Sidney Lincoln Vitorino
Coord. G.E. Franquias – CRA-SP
sidneylvitorino@gmail.com