Bolsas — Na sexta-feira: 0,75% São Paulo; 1,09% Nova York

Pontuação B3 — IBovespa nos últimos dias: 175.710 (27/10) a 167.921 (30/10)

Na sexta-feira: **R$ 5,444** (+ 1,95%)

Dólar

	Últimos
23/outubro	4,992
26/outubro	5,402
27/outubro	5,350
28/outubro	5,340
30/outubro	5,387

Salário mínimo: R$ 1.621

Euro — Comercial, venda na sexta-feira: R$ 6,080

CDI — Ao ano: 13,65%

CDB — Prefixado 30 dias (ao ano): 13,60%

Inflação — IPCA do IBGE (em %)

Maio/2026	0,58
Junho/2026	0,16
Julho/2026	0,07
Agosto/2026	-0,32
Setembro/2026	0,82

TECNOLOGIA

Com pressão sobre custos, mudanças tributárias e alterações na jornada de trabalho, ferramenta ajuda a identificar desperdícios e aumentar a produtividade. Especialistas alertam que resultados dependem de planejamento e capacitação

IA como aliada no mundo das franquias

» FERNANDA STRICKLAND

Comandatuba (BA) — A inteligência artificial (IA) começa a assumir um papel estratégico no mercado brasileiro de franquias, que vai além da inovação e da modernização dos negócios. Em um cenário de pressão sobre custos operacionais, mudanças na legislação tributária e nova jornada de trabalho, a ferramenta surge como um aliado para proteger o capital investido pelos franqueados, melhorar a gestão das unidades e preservar a rentabilidade sem comprometer a qualidade dos serviços.

A tecnologia pode ajudar o empresário a tomar decisões com base em dados, em vez de depender, exclusivamente, da experiência ou da percepção sobre o funcionamento do negócio. Levantamento da Associação Brasileira de Franchising (ABF) mostra que 37% das franqueadoras estão testando soluções de inteligência artificial ou desenvolvendo projetos-piloto. Outros 26% utilizam a tecnologia de maneira estruturada, enquanto 22% registram aplicações não estruturadas, por iniciativa das próprias equipes. Apenas 14% ainda não adotam ferramentas de IA.

Entre as principais aplicações citadas, destacam-se marketing, citado por 83% das franqueadoras; produção de materiais internos (62%); e atendimento ao cliente (55%). Os ganhos percebidos pelos entrevistados incluem: aumento da produtividade, citado por 73%, automação de tarefas repetitivas (63%), melhoria no atendimento (51%), apoio à tomada de decisões (41%) e personalização da comunicação (40%).

O especialista em tecnologia e inovação Arthur Igreja destaca que a produtividade é o principal benefício da IA e um dos que podem apresentar resultados mais rapidamente. Segundo ele, a ferramenta permite identificar gargalos e analisar dados com mais eficiência, contribuindo para que o empresário tenha maior controle sobre a operação. A análise de dados ganha importância especialmente em momentos de incerteza econômica, quando as margens de lucro ficam mais apertadas, de acordo com Igreja. Com informações organizadas, o franqueado consegue acompanhar indicadores, identificar despesas que podem ser reduzidas e compreender melhor o desempenho da unidade.

A tecnologia também pode ser utilizada para desenvolver pequenas ferramentas e aplicações voltadas a necessidades específicas de cada negócio. Soluções como Cloud Code e Lovable, citadas pelo especialista, permitem criar recursos para resolver problemas operacionais que ainda não contam com ferramentas adequadas.

Uma das possibilidades mais relevantes para o pequeno e médio empresário é utilizar a inteligência artificial para identificar sinais de deterioração financeira antes que eles se transformem em prejuízos. A análise preditiva permite acompanhar mudanças nas margens, pressões dos fornecedores e alterações no fluxo comercial, como a redução de oportunidades de venda.

O monitoramento não precisa ficar restrito aos dados internos da empresa. De acordo com Igreja, ferramentas de IA podem cruzar informações do sistema de relacionamento com clientes (CRM) com indicadores macroeconômicos, movimentos de mercado, características regionais e até o comportamento dos consumidores nas redes sociais.

Uma queda no engajamento, por exemplo, pode sinalizar uma mudança de comportamento que futuramente se reflita no desempenho comercial. Da mesma forma, o acompanhamento de padrões de consumo, endividamento e períodos sazonais pode ajudar o empresário a prever momentos de baixa nas vendas. "Se a inteligência artificial dispõe de dados, ela pode, sem sombra de dúvida, desempenhar um papel importante na análise preditiva", afirma.

Na prática, a integração de informações internas e externas permite construir painéis de controle (dashboards) e ferramentas de business intelligence (BI), que facilitam o acompanhamento dos resultados e ajudam a orientar decisões sobre estoque, compras e dimensionamento da operação. O objetivo é evitar que o franqueado compre mais do que precisa, mantenha produtos parados ou seja surpreendido por uma queda na demanda. A tecnologia também pode auxiliar na identificação de desperdícios e na organização de processos internos, liberando os funcionários para atividades que exigem interação humana.

Mudança de cultura

Apesar das possibilidades, a implementação da inteligência artificial não depende apenas da contratação de uma ferramenta. Para a cientista de dados Vivian Garcia, especialista em expansão de franquias da VG Consultoria, as empresas precisam preparar as equipes e transformar a cultura organizacional para que a tecnologia seja incorporada de maneira eficiente. Na avaliação dela, investir em IA sem contar com profissionais capacitados para operar os sistemas pode comprometer os resultados esperados. "Adianta entregar uma Ferrari na mão de uma pessoa que não sabe dirigir? Não. Porque ela não vai saber utilizar todas as ferramentas e tecnologias que a Ferrari oferece. A mesma coisa acontece com a empresa", compara.

Garcia defende que as franqueadoras invistam não apenas nas soluções tecnológicas, mas também em pessoas capazes de identificar oportunidades de aplicação e orientar a utilização das ferramentas nas unidades. Sem essa preparação, a adoção tende a não se sustentar ao longo do tempo.

A capacitação também é importante para que os franqueados consigam aproveitar os recursos disponíveis e adaptar os processos às particularidades de cada operação. Para a especialista, uma implementação mais ampla pode ajudar as empresas a enfrentar os desafios tributários e trabalhistas.

A velocidade das transformações tecnológicas também exige uma mudança na maneira como as redes de franquias desenvolvem e implementam soluções. Para Artur Grynbaum, vice-presidente do Conselho do Grupo Boticário, as empresas que não acompanharem as mudanças no comportamento dos consumidores e a atualização tecnológica correm o risco de ficar para trás em um mercado que está com o ritmo cada vez mais acelerado.

Ele avalia que a adoção da inteligência artificial precisa estar apoiada em uma estrutura de dados e em uma arquitetura tecnológica capaz de integrar informações. Sem essa base, as empresas podem até desenvolver aplicações pontuais, mas terão dificuldade para aproveitar o potencial da tecnologia na tomada de decisões.

Segundo Grynbaum, a inteligência artificial no grupo já está presente em diferentes processos, como previsão de vendas, gestão de crédito, pesquisa de pontos comerciais, desenvolvimento de produtos e monitoramento de estoque. A companhia também utiliza recursos de IA no atendimento realizado pelas consultoras nas lojas, com ferramentas que facilitam as relações com as consumidoras e a oferta de produtos.

No comércio eletrônico, a tecnologia ajuda a compreender o perfil dos consumidores e ajustar as experiências de compra. O executivo ressalta, porém, que a implementação precisa considerar o retorno econômico. A redução de custos com pessoal, por exemplo, não pode ser analisada isoladamente, sem levar em conta despesas com ferramentas, assinaturas e consumo de tokens, unidades utilizadas para processar informações em sistemas de inteligência artificial.

Outro ponto é que as redes possuem franqueados em diferentes estágios de maturidade tecnológica. Por isso, a adoção não pode ocorrer de maneira uniforme. Enquanto alguns empresários buscam ferramentas para controlar a produtividade no ponto de venda, outros ainda precisam avançar em etapas anteriores de digitalização.

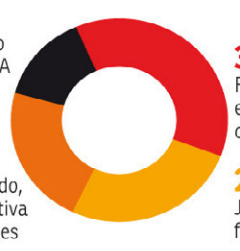
Grynbaum defende que os franqueados participem da identificação de necessidades e do desenvolvimento de soluções, permitindo que as franqueadoras avaliem quais ferramentas devem ser desenvolvidas internamente e quais podem ser contratadas no mercado.

***A jornalista viajou a convite da ABF**

Avanço

Pesquisa da ABF mostra que 37% das franqueadoras estão testando a tecnologia; produtividade e automação estão entre os principais ganhos apontados

1. A adoção da IA nas franquias



2. Onde a inteligência artificial é mais utilizada?



3. Quais os principais ganhos da tecnologia?

- 73% — Aumento da produtividade.
- 63% — Automação de tarefas repetitivas.
- 51% — Melhoria no atendimento ao cliente.
- 41% — Apoio à tomada de decisões.
- 40% — Personalização da comunicação.

4. O que dificulta a implementação?

- 47% — Falta de conhecimento técnico interno.
- 39% — Dificuldade de integração com sistemas existentes.
- 38% — Custos de implementação.

5. O que isso significa para o franqueado?

- **Redução de desperdícios:** análise de estoque e previsão de demanda.
- **Controle financeiro:** acompanhamento de indicadores e projeção de resultados.
- **Gestão de pessoas:** organização de escalas e dimensionamento de equipes.
- **Mais vendas:** análise do comportamento do consumidor e atendimento automatizado.



Fonte: Associação Brasileira de Franchising (ABF).

Desafios com o fim da 6x1

A busca por eficiência tecnológica ganha ainda mais relevância diante das discussões sobre as mudanças na jornada de trabalho. De acordo com Artur Grynbaum, vice-presidente do Conselho do Grupo Boticário, uma eventual mudança para a escala 5x2 pode provocar impacto nas despesas das unidades, especialmente nas operações de menor porte.

O executivo ressalta que lojas com apenas dois ou três funcionários podem precisar ampliar significativamente o quadro de colaboradores para manter o funcionamento. Nesses casos, o incremento de custos é de cerca 50%, enquanto, em outras operações, o impacto pode ficar entre 10% e 20%. "O pequeno sofre mais nesse momento", afirma.

Nesse contexto, ferramentas de inteligência artificial (IA) podem ajudar no planejamento das escalas, no dimensionamento das equipes e na identificação dos horários de maior movimento. A proposta é organizar melhor os recursos disponíveis e evitar que a operação mantenha uma estrutura incompatível com a demanda.

A tecnologia, entretanto, não elimina a necessidade de mão de obra. O desafio é encontrar um equilíbrio entre automação, produtividade e atendimento, preservando a qualidade do serviço oferecido ao consumidor.

Planejamento

Embora as ferramentas estejam mais acessíveis, a adoção da IA ainda enfrenta obstáculos. Segundo a pesquisa da Associação Brasileira de Franchising (ABF), as principais dificuldades apontadas pelas franqueadoras são a falta de conhecimento técnico interno (47%), a dificuldade de integração com sistemas existentes (39%) e os custos de implementação (38%).

Para o especialista em tecnologia e inovação Arthur Igreja, o investimento não precisa começar com grandes projetos. Muitas ferramentas oferecem modelos gratuitos ou planos que permitem testar funcionalidades antes de contratar assinaturas ou ampliar o uso. Além disso, os custos podem variar conforme a demanda, o que torna a inteligência artificial mais associada a despesas variáveis do que a investimentos fixos tradicionais em software. Ele pondera, no entanto, que não existe um prazo universal para o retorno financeiro. O resultado depende da aplicação escolhida, do problema que se pretende resolver e da maneira como a ferramenta é implementada.

Um dos principais erros, na avaliação dele, é adotar a tecnologia apenas para acompanhar uma tendência de mercado, sem estabelecer objetivos e indicadores de desempenho. "O segredo está em ter clareza sobre o que se pretende atacar ou resolver e, principalmente, estabelecer métricas e indicadores para avaliar os resultados", afirma Igreja, citando uma pesquisa recente na qual apenas cerca de 7% das empresas, franquias ou não, possuem indicadores para medir o retorno sobre o investimento em inteligência artificial. Diante da ausência de métricas, é mais difícil saber se uma iniciativa realmente trouxe ganhos ou se a percepção de sucesso está baseada apenas no chamado gut feeling, ou seja, na impressão de que a ferramenta está funcionando. A recomendação é definir previamente o problema que será enfrentado e acompanhar indicadores como redução de desperdícios, tempo de atendimento, produtividade, conversão de vendas e evolução das margens.

Reforma tributária

Além das mudanças na jornada de trabalho, a reforma tributária representa outra frente de preocupação para o franchising. O presidente da ABF, Tom Leite, avalia que a transição do sistema de impostos tende a ampliar a atenção dos empresários, especialmente aqueles que atuam no setor de serviços.

Segundo ele, a introdução da Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS), prevista para 2027 em substituição às contribuições federais de PIS-Cofins, representa uma mudança importante para as empresas. O dirigente ressalta que há franqueadoras enquadradas no lucro presumido e que a alteração exige atenção à composição da carga tributária e aos efeitos sobre os negócios. A avaliação é de que as mudanças não atingem apenas os franqueadores, mas também os demais empresários que integram a cadeia do setor.

Nesse cenário, a inteligência artificial pode funcionar como uma ferramenta de apoio à gestão financeira, permitindo simular cenários, acompanhar despesas e identificar oportunidades de eficiência. A tecnologia não substitui o planejamento tributário nem resolve, por si só, o aumento de custos, mas pode ajudar o empresário a compreender melhor os impactos sobre a operação.

Para os franqueados, a questão deixa de ser simplesmente acompanhar a corrida pela inovação. O desafio passa a ser identificar onde a tecnologia pode gerar economia, melhorar a produtividade e preservar a rentabilidade. Em um ambiente de margens pressionadas, a IA pode representar uma ferramenta de proteção do investimento, desde que esteja vinculada a problemas concretos, profissionais capacitados e resultados mensuráveis. (**FS**)