VEÍCULO: Jornal do Commercio
DATA: 08/10/15
EDITORIA: Rio de Janeiro

Franquias: redes faturam R$ 7,5 bi no 1º semestre

Mercado fluminense representa uma fatia de 11,8% do faturamento de todo o segmento no País, segundo levantamento a Associação Brasileira do Franchising

» NAIRA SALES
NSALES@JCOM.COM.BR

O mercado de franquias do estado do Rio de Janeiro faturou cerca de R$ 7,5 bilhões no primeiro semestre deste ano, o que representa 11,8% do faturamento do mercado nacional de franquias no período, que foi de R$ 63,885 bilhões. A força do segmento fluminese foi colacada à prova durante a Expo Franchising promovida pela entidade na primeira semana de outubro, no Riocentro. Mesmo com a economia brasileira em crise, o evento atraiu 28 mil visitantes e movimentou cerca de R$ 200 milhões em negócios.

De janeiro a junho de 2015, o mercado nacional de franquias teve um crescimento nominal de 11,2%, sendo os segmentos de "Esporte, Saúde, Beleza e Lazer" e "Hotelaria e Turismo", com expansões de 24% e 15%, respectivamente, os que mais cresceram no período. O Estado do Rio de Janeiro contribuiu com este resultado, uma vez que a região reúne muitas franquias destes dois segmentos. Atualmente, o RJ possui cerca de 400 marcas originárias do estado dentre as 556 marcas nacionais e internacionais que operam mais de 15 mil unidades.

Segundo o diretor de negócios da Fagga, promotora e organizadora do evento, Rubens Slaviski, além dos segmentos já citados os setores de alimentação e educação registraram crescimento de 12% e 9%, respectivamente. "E foram bem representados na feira, o que trouxe grandes oportunidades para os empreendedores", relata.

Já o presidente da ABF Rio, Beto Filho, ressalta que o mercado de franquias, além da capital carioca, tem muito potencial em cidades como Niterói, São Gonçalo e Duque de Caxias. "Temos um campo a desbravar com a interiorização do franchising. São regiões com dinâmicas econômicas próprias e que, em geral, são ávidas por marcas e produtos de franquias", disse. Outra oportunidade é a abertura de unidades franqueadas em comunidades cariocas pacificadas por meio do convênio da ABF Rio e a agência de fomento do governo do estado (AgeRio), que financia negócios com até R$ 15 mil e juros de apenas 3% ao ano.

De acordo com diretora jurídica da ABF Rio, Ana Cristina Von Jess, este ano a feira teve um público que já veio com o pesamento em abrir um negócio. "Percebi que este ano as pessoas que visitaram os estandes são as que realmente estão interessadas em abrir um negócio, buscando nova oportunida", afirma.

Na visão do coordenador da Pós-Graduação em Gestão de Franquias da Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro (ESPM Rio), Romualdo Ayres, é muito importante que o empresário que vai abrir um negócio esteje informado e atualizado. "O ideal é saber o que ele gosta, pois facilita na hora de buscar o negócio. Não adianta abrir um estabelecimento simplesmente pelo fato que vai ter lucro, é um ponto improtante sim o lucro, só que se você não gostar da empresa que abriu corre o risco que mais a frente não dá certo", explica. Outro ponto importante segundo ele, é capacitação profissional. "As pessoas tem o sonho e não sabem se vai dar certo. Aprender a fazer gestão é fundamental", ressalta.

DIVULGAÇÃO

Juliana Fonseca, da Sorvetes Itália, diz que o retorno foi positivo

O diretor de expansão da rede Rei do Mate, João Baptista da Silva, espera 10 aberturas no Rio até o final do ano. "Estamos sempre apostando em ações para driblar a crise, sempre vai fazer parte do nosso dia a dia inovar e surpreender nossos clientes", disse. Hoje, a marca possui 130 unidades no território fluminense.

Segundo ele, a empresa tem mantido um bom número de consultas sobre novos contratos, mesmo com a desaceleração da economia. "Temos realizado bons contatos, os visitantes têm mostrado interesse em saber mais sobre a marca, abertura de franquias. Confesso até que é uma surpresa positiva, pois devido a situação econômica do País não pensávamos que os contatos seria tão positivos, como têm sido", completa.

O diretor executivo da Megamatte, franquia de alimentação saudável, Julio Monteiro, conta que este ano, a rede já inaugurou 11 unidades. Com o crescimento, a empresa teve faturamento de R$ 67 milhões no primeiro semestre de 2015.Até o final do ano, a rede planeja inaugurar mais 25 unidades, em diversos estados. Apenas o Rio de Janeiro deverá receber 8 novas lojas. "Mesmo diante de um ano em que a economia apresenta dificuldade, o setor de franquias cresceu nominalmente 9,2% no primeiro trimestre de 2015. Há anos estamos crescendo mais do que a economia global do país. Isso fortalece a expansão da Megamatte as metas são grandiosas e a rede espera um aumento de 20% no faturamento em relação ao ano anterior", destaca o Monteiro.

Pela primeira vez na feira, a marca Sorvete Itália ficou famosa pelos sorvetes em copinhos coloridos vendidos nas praias cariocas. No início da feira, a meta era fechar dez novos contratos. Segundo a gerente de franquias, Juliana Fonseca, o retorno foi positivo. "Temos como expectativa fechar o ano com cinco novas franquias no Rio de Janeiro. Estamos bastante otimistas com o público, que desde a abertura da nossa primeira franquia tem nos recebido muito bem. O carioca não fica sem sorvete mesmo quando está frio, esse é um dos pontos positivos para a nossa rede", comemora.

Depois de cinco anos na areia e mais três entre praia e a loja no Arpoador, o Hareburguer ganhou uma versão mais incrementada na Henrique Dumont, em Ipanema. O salão é multicolorido, com as 'cores do início do Universo', brinca o criador das receitas, o jovem Rafael Kraz. No cardápio, os já conhecidos hambúrgueres vegetarianos de soja, como o clássico com tomate, alface e queijo, o de shiitake e o de queijo gouda com manga. O combo com mate da casa e ba-

nanas chips também é oferecido a preços promocionais. Segundo o Kraz, a expectativa até o final do ano é abrir quatro novas lojas franquiedas. "Estamos partipando pela primeira vez da feira, estamos batante otimistas. É super importante para nós aqui é uma vitrine para mostrarmos nossa marca pretendemos voltar no próximo ano.", diz ele.

Na contramão do pessimismo do empresariado nacional, rede de franquias Giraffas, rede brasiliense de restaurantes fast food. Descolados do pessimismo, esperam um crescimento de 10% no faturamento. Segundo o diretor de expanção da Rede Eduardo Guerra, até o final do ano, a rede terá adicionado 50 novos contratos prontos para virar ponto de vendas, a maior expansão já vista pela franquia. Para 2018, a expectativa da empresa é chegar aos R$ 2 bilhões de faturamento, com 700 lojas pelo Brasil. Ele não nega que a instabilidade está presente no mercado nacional, mas reconhece que o mercado de alimentação – especialmente quando o gasto médio é de R$ 21,50 – é sempre "o último a sentir" essas instabilidades. Segundo ele, o modelo de negócio do Giraffas acaba especialmente favorecido. "No momento de incerteza, as franquias são um investimento mais seguro para os empreendedores, somos beneficiados com este momento ", comenta Guerra. O grupo espera abrir em torno de cinco unidades de restaurantes Giraffas e três de Tostex, até o fim do ano, na capital carioca.

Criada há um ano, a rede Doutor Lubrifica tem motivos de sobre para comemorar, pois irá inaugurar 56 unidades até o fim de 2015. A empresa é a primeira do Brasil a oferecer um conjunto de soluções automotivas. Os serviços oferecidos são: troca de óleo; troca do filtro de óleo; troca do filtro de combustível; troca do filtro de ar do motor; troca do filtro de ar da cabine; higienização do ar condicionado; lavagem ecológica; limpeza e hidratação de bancos de couro; encerramento; polimento do farol e cristalização de para-brisas. Segundo o diretor de expansão da rede, Luis Zemlenoi, a rede tem motivos de sobra para comemorar, pois a estimativa é que dobre seu faturamento, que já soma mais de R$ 3 milhões no próximo ano. "Há também propostas de internacionalização, por ser a única no país ao oferecer um serviço automotivo delivery, a rede acabou por chamar a atenção do Estados Unidos e Chile", diz ele.

Outra empresa que também alcança faturamento apesar do atual cenário econômico é a rede de franquia Spa das Sobrancelhas. Segundo o diretor executivoda marca Marko Porto, a expectativa é de abertura de 150 franquias até o fim de 2016. Os números têm respaldo na crescente expansão do modelo, lançado há dez meses, no Shopping Nova América, no Rio. " Desde então, o invetimento de novos franqueados tem sido na contramão do atual cenário econômico que o País atravessa", ressalta ele.

Segundo ele, a localizaçã estratégica em corredores de shopping centers e lugares com intensa circulação de pessoas faz com que a marca grannhe visibilidade, atraindo tamabém novos consumidores", afirma Marko. Acrescentando que são mais de 3,6 milhões de procedimentos já realizados. Em 2014, registou 126% de incremento em faturamento, em coparação ao ano anterior, alcançando R$57 milhões.