

Franquias atraem empresários ribeirão-pretanos

Setor cresceu 20,4% no Brasil no ano passado; Estado de SP detém 56,9% das franquias do país

14/08/2011 - 11:00

EPTV.com - Natalia Clementin

Alterar o tamanho da letra [A+](#) [A-](#)

O setor de franchising é um dos que mais crescem no país. No último ano, acumulou crescimento de 20,4%, enquanto a expectativa era de 14% a 19%. Os empresários estão apostando em marcas nacionais para desempenhar as atividades no mercado. De acordo com a Associação Brasileira de Franchising (ABF), no final de 2010, das 1.855 redes de franquias que atuavam no Brasil, apenas 130 – ou 7% - tinham origem fora do País. As mais de 18 mil redes são responsáveis por 86.365 unidades de franquias e 777.285 empregos diretos, além de terem faturado R\$ 75,987 bilhões em 10 anos.



Os números impressionam empresários de Ribeirão Preto, que apostam nas franquias para ter tranquilidade e associação a modelos de negócios já lucrativos. Apesar do crescimento expressivo, a Associação Comercial de Ribeirão Preto (Acirp), não tem um levantamento do número total de franquias na cidade, mas sabe quais as marcas locais são as primeiras colocadas em números de estabelecimentos. As duas que mais se destacam são: Clínica

Odontológica Redeorto, com 36 unidades pelo país e o restaurante Chopp Time, com 26 empreendimentos. Outras franquias da cidade em expansão são Senhor Chopp, Letage, Zita Lenner e Laranjalima Refreshing.

As primeiras colocadas no ranking de franquias do país são O Boticário, com 3.134 unidades, seguida da escola Kumon, com 1.655 unidades e da Colchões Ortobom 1.646 unidades. O Estado de São Paulo detém 56,9% das franquias do país.

No mercado de franquias nacional, o segmento de acessórios e calçados foi o que mais cresceu, em 200,9 em faturamento, evolução do número de unidades, além de ser o segundo melhor colocado em crescimento das redes, de acordo com a ABF, em relação a 2008. Em faturamento, o setor saltou de R\$ 2,6 bilhões para R\$ 3,7 bilhões, em apenas um ano, o que corresponde a uma variação de 41,2%. O número de redes de franquia no segmento que era de 88, em 2008, passou para 115, em 2009.



BLOGS



PARTICIPE!



Você é a
Notícia
Envie notícias,
fotos e vídeos



Twitter
Seja um nosso
seguidor

SERVIÇOS



Mapa
Localize
endereços e
trace rotas



Tempo
Confira o clima
das cidades da
região



Cinemas
Programação
das salas



Programa-se
Confira toda a



A empresária Fernanda Gobbo França é proprietária da loja Jorge Bischoff, franquia de sapatos e bolsas que está instalada em um shopping de Ribeirão Preto. Foram seis meses de negociações com a matriz para que o sonho se realizasse. “Meus pais tem uma franquia há 32 anos e sempre tiveram um bom retorno. Optei pela franquia pela segurança e estrutura já oferecida de uma marca”, afirma.

A proprietária desembolsou cerca de R\$ 400 mil para a abertura da loja que já tem oito meses. Com quatro funcionários, três consultores e um gerente, Fernanda pretende rever o investimento no prazo de 2 anos. “Para conseguir abrir a loja no interior, o que não estava no foco da marca, fiz um estudo da cidade e convenci a matriz de que é pólo de compras não só dos ribeirão-pretanos, mas também das cidades no entorno”, explicou.

A empresária Cristiane Leal se prepara para a abertura da Casa do Sorvete Jundiá, franquia que custou R\$ 200 mil, com previsão de retorno de lucros em dois anos. Cristiane já foi proprietária de um estabelecimento, mas optou por fechá-lo e apostar numa franquia. “Com um negócio próprio, a estrutura é mais difícil. Quando você aposta numa franquia, vem junto com ela um nome no mercado e tudo que você precisa para o negócio”, comenta a empresária.

Como abrir uma franquia

O primeiro passo é iniciar um contato com a matriz para negociação. O empreendedor local precisa ter um plano de negócios definido e mostrar o potencial da cidade para o novo estabelecimento. O documento precisa incluir eventuais mudanças no negócio, como aposta em outro público-alvo, preços mais altos ou mix de produtos diferente. A negociação pode levar meses e a implantação da franquia também. Depois do investimento inicial, muitas franquias cobram mensalmente uma porcentagem dos lucros.