

De Goiás para todo o território nacional

Valéria Serpa Leite

O Estado de Goiás possui participação ainda pequena como mercado gerador de franquias.

Apenas 0,5% das 405 redes filiadas à Associação Brasileira de Franchising (ABF) tem origem no estado. No entanto, para mostrar que a região não fabrica apenas duplas sertanejas, três empresas de Goiânia começam a avançar nacionalmente: Companhia do Grelhado, New Line e Revistaria Almanaque.

O trio inicia a expansão por Brasília, mas já planeja chegar a São Paulo, um dos mercados mais tradicionais e que sozinho detém 55,6% das franquias nacionais. "É um sinal de amadurecimento", afirma o consultor Marcus Rizzo, da Rizzo Franchise, que assessorou as empresas nesse processo de expansão.

Juntas, as três franquias planejam abrir, no período de dez anos, 686 unidades. "Não é um marco divisório, mas locais fora do eixo Rio-São Paulo começam a ganhar outros centros", diz Rizzo.

A Companhia do Grelhado, com dez anos de atuação e duas unidades próprias no Shopping Flamboyant, vinha adiando a expansão há alguns anos. "Queríamos crescer de forma segura", diz Élide Andrade, uma das sócias. Sua preocupação é a da irmã e sócia Monimarcia era garantir a qualidade das refeições. Não queriam perder a característica de gostinho de comida caseira.

A seleção de franqueados já começou, com uma peculiaridade: só serão aceitas mulheres. O clube da Luluzinha tem uma explicação: as empresárias acreditam que o cliente masculino prefere consumir uma comida como se fosse preparada pela mãe ou esposa. A loja-modelo da marca vai exibir um adesivo de três metros de altura com a frase: "Esta loja é da minha mãe. A sua também pode ter uma".

Cada unidade deve ter capacidade para atender, em média, mais de 4.200 clientes por mês, com tíquete médio próximo a R\$ 23,00. A franquia exige investimento de R\$ 255 mil.

O restaurante pretende chegar a 198 lojas em dez anos. "Pelo planejado, em três anos devemos começar a sair do circuito Goiânia-Brasília", diz Élide.

No mesmo período a New Line, de segurança e monitoramento 24 horas, pretende abrir 180 lojas. Os franqueados vão formar uma central única para atender os clientes de todas as unidades nacionalmente. "É uma maneira de minimizar os investimentos iniciais", afirma o proprietário, Sérgio Monteiro.

A franquia da New Line demanda R\$ 300 mil e só será aberta em áreas com capacidade para até 927 contratos, entre residências e comércios, com projeção de crescer 42% ao ano até o quinto ano de operação da loja. A empresa tem filiais em Belém, Campinas e Campo Grande. "Investimos cerca de R\$ 150 mil em equipamentos e outros R\$ 15 mil para o desenvolvimento de tecnologia de comunicação."

Com o conceito de ser uma loja que vende revistas, jornais, CDs, DVDs e algumas guloseimas, como balas e sorvetes, a Revistaria Almanaque pretende abrir 308 lojas em dez anos. Além disso, conta com ambientação musical: a Rádio Almanaque. "Começamos há 14 anos com um quiosque no Shopping Flamboyant", diz o proprietário, Gilson Faria dos Reis. A empresa possui 17 unidades (em Goiânia, Niterói, Itabira e Brasília) e realizou uma reestruturação para multiplicar seu negócio.

A franquia oferece serviços como recarga de celulares, acesso à internet e entregas em domicílio. Há um ano criou o "Assine esta banca", serviço destinado a consultórios e cabeleireiros, em que se paga um determinado valor por mês para consumir livremente

qualquer título. Como os produtos são adquiridos em consignação, o que não é vendido, é devolvido sem nenhum ônus para o franqueado.

kicker: Três empresas goianas trilham o caminho inverso: objetivo é disputar o concorrido mercado paulista e também outras capitais

RAIO-X DAS EMPRESAS		Companhia do Grelhado
 almanaque REVISTARIA	Unidades em dez anos 180 Investimento inicial R\$ 300 mil Retorno do investimento 24 meses	Unidades em dez anos 198 Investimento inicial R\$ 255 mil Retorno do investimento 25 meses
		

Fonte: Empresas

Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 18 abr. 2007. Administração & Serviços, p. C8.