

## **Gestão de firma a distancia é opção para franqueados**

*Maria Carolina Nomura*

### *Consultoria mapeia melhores cidades para investir em franquias*

A busca por novos mercados, aliada à tecnologia, tem incentivado empresários a abrirem franquias em cidades que não são as de seus domicílios.

Para fazer a gestão a distância, contam com o auxílio de instrumentos como câmeras de vídeo, que transmitem imagens da unidade em tempo real, e das redes que já dispõem de um sistema de controle de mercadoria e de faturamento on-line.

A empresária Isabel da Fonseca, por exemplo, já tinha uma franquia da Espetinhos Mimi em Limeira, mas, observando as oportunidades de negócio em Ribeirão Preto, ambas no interior de São Paulo, não titubeou em adquirir uma segunda franquia. "Vou administrar a loja de Limeira por meio de câmeras e com a ajuda da equipe, que é ótima", conta.

### **Mudança**

Antes de aventurar-se em uma cidade desconhecida, contudo, é importante o empresário atentar nos indicadores que medem o potencial de consumo dos munícipes e avaliar as possibilidades de o negócio render bons frutos.

Com o objetivo de mapear os melhores nichos de mercado, a consultoria Rizzo Franchise elaborou um levantamento com as cem melhores cidades do Brasil e os melhores setores para investir em franquia. O estudo foi obtido com exclusividade pela Folha.

De acordo com a consultoria, o Sudeste concentra 55% das melhores cidades, seguido por Sul (20%), Nordeste (12%), Norte (8%) e Centro-Oeste (5%) leia mais nesta página.

O levantamento foi feito considerando a oferta e a demanda de produtos e de serviços das localidades. "Cruzamos esses dados com índices de população e de renda obtidos com o IBGE [Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística]", explica Marcus Rizzo, presidente da consultoria.

Segundo o estudo, os setores de maior destaque no Brasil são o de educação e treinamento, o de alimentação e o de saúde e beleza. "O crescimento da economia os impulsionou", aponta Rizzo.

Entre as cidades mais atrativas, destaca-se Campinas (SP) das dez melhores, a única que não é capital estadual.

## DE LONGE

### Dicas de como administrar a distância

- » Contrate um **gerente** e uma equipe em que você confie. O gerente, principalmente, deve ser muito competente e saber administrar o negócio
- » Invista em sistemas de vigilância, como **câmeras**, que podem custar até R\$ 3.000 (aparelhos e manutenção). Elas ajudam no controle do que ocorre na empresa durante sua ausência
- » Tenha um sistema **on-line** em que seja possível verificar as transações feitas no empreendimento, bem como a movimentação do estoque. Algumas redes já dispõem desse instrumento
- » Faça-se **presente**: ligue para o local, converse com os funcionários, motive-os para que não se sintam "abandonados"
- » Faça **visitas** esporádicas —de preferência, sem avisar antes

Fontes: empresários e consultores

---

### Artigos complementares:

#### Trânsito pesa na escolha

Desde março deste ano, o empresário José Eduardo de Caroli divide seu tempo entre o quiosque da Puket no Shopping Market Place, na capital, e uma loja da mesma franquia em um shopping em Sorocaba, interior paulista.

"Eu poderia abrir uma franquia da marca na zona leste, mas, além de o público não ser adequado, demoraria o mesmo tempo para chegar a Sorocaba."

Apesar de a distância ser relativamente curta (99 km), Caroli conta que não vai todos os dias para o interior. "Eu acompanho o andamento da loja por um sistema on-line."

---

### Artigos complementares:

#### SEGMENTO DE ACESSÓRIOS TEVE O MAIOR DESTAQUE NO ANO PASSADO

De acordo com a ABF (Associação Brasileira de Franchising), o setor que teve maior destaque em 2007 foi o de acessórios pessoais e calçados, com aumento de 24,4% no faturamento, seguido dos segmentos de negócios, serviços e outros varejos, com 24,2%, e de informática e eletrônicos, com 20,4%. Segundo a ABF, um dos fatores que impulsionaram o desempenho do segmento de acessórios e calçados foi a entrada de novas marcas no sistema, como a Victor Hugo.

---

## **Artigos complementares:**

### **Administração remota pede cuidados específicos**

Apesar de as câmeras de vigilância poderem ser os olhos virtuais dos donos, nada substitui a presença física do proprietário no empreendimento.

Para André Friedheim, consultor da Francap (Franchising Capital Partners) e diretor de comunicação e marketing da ABF, a distância pode dificultar o sucesso do negócio.

"Conceitos de gestão, como motivação de equipe, perdem-se, apesar de haver sistemas de monitoramento on-line."

Marcus Rizzo, da Rizzo Franchise, concorda e acrescenta que um operador de franquia não pode ser um mero investidor. "A participação efetiva no negócio é essencial", diz.

Apesar da distância, há empresários que encontram soluções para tocar o negócio.

É o caso dos sócios da franquia Ortodontic Center de Presidente Prudente, no interior paulista. Nickelson de Mattos, 32, mora em Curitiba, e Leandro Spolador, 33, em Londrina, também no Paraná. Para administrar o negócio, cada um fica uma semana no local.

"Dessa maneira é possível conciliar as atividades que tenho em Curitiba com as da franquia", ressalta Mattos.

Spolador conta que, antes de escolher a cidade, estudou a concorrência e o preço. "Como a cidade é próxima, fica fácil administrá-la a distância."

### **Aporte e retorno**

A proximidade e o potencial de consumo da cidade também foram critérios para José Carlos Ortolani, 55, de Indaiatuba, montar uma franquia da Overboard em Campinas.

"Em meia hora, no máximo, estou na loja. Se a montasse em Indaiatuba, o investimento seria muito menor, mas o faturamento seria proporcional."

Para Claudio Felisoni, presidente da FIA (Fundação Instituto de Administração), a administração de uma franquia a distância equivale a um sistema de terceirização, desde que se tenha um bom gestor no local. "É como se o franqueado assumisse o papel de franqueador naquela loja", compara.

Mas, antes de investir, conhecer a cultura de consumo local é prioridade, alerta Filomena Garcia, do Grupo Cherto.

## MERCADOS EM ALTA

Confira as melhores cidades e os setores para investir em franquias, segundo a consultoria Rizzo Franchise



A Utiliza

rais

Antes de escolher a cidade, o empresário deve olhar para os seguintes pontos:

LOCAL	CONSUMO	PESQUISA	VIABILIDADE
Visite o município e converse com possíveis concorrentes da região	Shoppings e agências bancárias podem ser bons indicadores de consumo	Dados como a Pnad (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, feita pelo IBGE) ajudam a conhecer o perfil do público	Comparar os dados fornecidos pela franqueadora com as informações que já se tem sobre o local

Fontes: Claudio Feltsani, presidente da FIA, e André Friedhelm, consultor da Francao

---

### **Artigos complementares:**

#### **OPÇÃO DE EXPANSÃO INTERNACIONAL É USADA NO BRASIL**

Com três master franqueados no país, o Centro Brasileiro de Cursos foca a região Norte. "É um jeito de expandir mais rapidamente e de estar próximo dos franqueados", diz o presidente, Wilson Giustino. Para Filomena Garcia, diretora do Grupo Cherto, o franqueador deve verificar se a master franquia será eficiente. "O master franqueado também recebe royalties. O lucro tem de dar para todos."

**Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 5 out. 2008, Negócios, p. 2-3.**