

Rio Preto, a cidade que exporta franquias

Já saíram do município 31 marcas que faturam R\$ 1,2 bilhão por ano em produtos comercializados em 2.835 lojas no Brasil e no exterior

Chico Siqueira

ESPECIAL PARA O ESTADO
SÃO JOSÉ DO RIO PRETO

O município de São José do Rio Preto, a 440 km de São Paulo, se transformou em 11 anos num dos maiores polos de redes de franquias do País. De lá saíram 31 marcas que faturam, em média, R\$ 1,2 bilhão por ano em produtos comercializados por 2.835 lojas de franquias, no Brasil e no exterior.

Juntas, as lojas empregam 11,5 mil trabalhadores. Na cidade, de 450 mil habitantes, estão sediadas duas das dez maiores franqueadoras do Brasil: a Hoken, que fabrica e comercializa filtros de água, com 892 franquias; e a Microlins, com 747 lojas, recentemente comprada pelo Grupo

Multi, por US\$ 61,1 milhões.

O sucesso das franquias em Rio Preto deve continuar se repetindo em 2011. A previsão é de que as marcas “caipiras” devam colocar em funcionamento ao menos 200 novas unidades franqueadas, num investimento superior a R\$ 35 milhões para gerar ao menos 300 vagas. “A previsão é que nossas marcas parceiras cresçam entre 10% e 20% em 2011”, diz Marcos Nascimento, diretor executivo da Cia de Franchising, empresa que formata novas marcas e dá consultoria a 26 franqueadores em Rio Preto e cidades da região. De acordo com Nascimento, em 2011 esses franqueadores devem colocar 138 novas unidades de franquias em funcionamento, num investimento de R\$ 25,7 milhões.

Para ele, o franchising cresceu em Rio Preto por causa do sucesso de marcas pioneiras e pelo know-how de profissionais que divulgaram a franquias como possibilidade de expansão dos negócios e de investimentos. “São José do Rio Preto se tornou atração porque houve um trabalho de orientação e as franquias abertas aqui, especialmente a Microlins e a Hoken, no final da década de 90, deram muito certo e isso atraiu empresários e investidores”, disse Nascimento.

Nissei de sucesso. Aos 41 anos, Hélio Tatsuo Yostsui, presidente da Hoken, não tem vergonha de dizer que tem apenas o 1.º grau completo. “Mas não faço apologia disso. Aqui a escolaridade é importante para contrata-

ção e embora eu não tenha concluído o ensino, fiz MBA como ouvinte, frequentei cursos, inclusive nos EUA, e vivo estudando”, diz Yostsui. “É o que sempre digo: onde reina a ignorância não abunda a riqueza.”

Em 1997, Yostsui voltava para Rio Preto, depois do insucesso da sociedade numa fábrica de filtros, em Sorocaba. “Recebi 1.000 filtros na divisão dos negócios, mas meu interesse era abrir

uma corretora de planos de saúde aqui”, diz, lembrando que por quatro anos trabalhou em São Paulo vendendo planos de saúde, de porta em porta. “Mas em 98 uma nova regulamentação me impediu de vender planos e tive de continuar com os filtros.” Foi aí que Yostsui percebeu que a região tinha condições de sediar a fábrica de filtros.

Em 1999, com a fábrica funcionando, ele queria vender seus filtros em larga escala. Mas em conversa com consultores foi convencido de que a melhor maneira de fazer isso seria abrir franquias. Hoje, a Hoken é a sexta maior rede de franquias do País. Especializada em vendas diretas de filtros para água de beber, conta com 892 unidades franqueadas, está presente em todas as

capitais e em oito países, além de parcerias em três plantas industriais, na China, Tailândia e Brasil. O faturamento da loja própria é de R\$ 45 milhões e o da rede, de R\$ 100 milhões por ano.

“Em julho de 2010, abrimos um plano de expansão para colocar 150 novas franquias, de baixo custo, de R\$ 15 mil a R\$ 30 mil. Nos primeiros 30 dias, fechamos 50 franquias”, diz o diretor comercial da Hoken, Joabe Alves Azevedo. Os planos para o futuro são mais ambiciosos. É possível ver numa das portas da Hoken o recado. “2013: 1 milhão de clientes fidelizados”. “Vamos chegar a 1 milhão de clientes fidelizados e, se Deus quiser, a um faturamento, aqui na unidade de Rio Preto, de R\$ 300 milhões, até 2013”, afirma Yostsui.

● Estreia

São José do Rio Preto deve colocar em funcionamento ao menos 200 novas unidades franqueadas, num investimento superior a R\$ 35 milhões, que vão gerar 300 vagas