

15 franquias estrangeiras entrarão no Brasil

Lucas Paulino

O mercado brasileiro de franquias tem atraído um número maior de empresas estrangeiras interessadas em aproveitar o bom momento econômico do País e o aumento do poder de consumo da população brasileira. Atualmente 106 companhias estrangeiras, em sua grande maioria norte-americanas, têm franquias instaladas em diversas regiões brasileiras, mas são mais de 15 as novas marcas estrangeiras que querem operar no Brasil, com foco principal nas áreas de alimentação (fast-food), vestuário e serviços voltados à saúde e à beleza.

"Temos em média 15 novas marcas dos Estados Unidos que querem uma fatia do mercado brasileiro, além de outras empresas provenientes de países como China, Índia e da Europa", afirmou ao DCI o diretor-executivo da Associação Brasileira de Franchising (ABF), Ricardo Camargo. Segundo ele, o mercado brasileiro de franquias conta atualmente com 2.030 marcas, em diversos setores como varejo, serviços, e fornecedores de tecnologia, entre outros. Para a entidade, até o final deste ano este número deverá ser de mais de 2.200.

No âmbito das redes internacionais, os números são expressivos. A Global Franchise Consulting, consultoria especializada no setor, acaba de firmar contrato com o US Commercial Service - órgão oficial do Governo dos Estados Unidos, para buscar investidores que queiram atuar como franqueadores máster de várias marcas (Buffalo Wild Wings, Dairy Queen, Cinnabon, Carvel - Ice Cream, Schlotzky's Deli, Moe's Southwest Grill, Auntie Anne's Pretzels, Garrett Popcorn Shops e Wing Zone).

Estimativas apontam que todas elas têm foco em fast-food, sendo a intenção dos americanos atrair investimentos na ordem de R\$ 100 milhões apenas em uma primeira fase no País, em que os franqueadores e investidores brasileiros terão o contrato de exclusividade com as marcas de alimentação para desenvolver as primeiras operações no País, além de franquear as marcas.

Dentre as empresas de origem internacional que já contam com operações em solo nacional, estão bandeiras como a Arabica Coffee, cafeteria com 50 unidades espalhadas na América do Norte, no Oriente Médio e na China; e a rede de sorveterias Argentina Freddo, com 60 tipos de sorvetes artesanais, que desembarcou no Brasil em abril do ano passado e já tem lojas na região de Alphaville e no Shopping Iguatemi.

"Empresas que atuam com frozen yogurt [iogurte congelado] também atuam em grande quantidade no mercado interno", enfatiza Ricardo Camargo. No setor de beleza, o representante da ABF citou dois nomes de peso: a L'Oreal, que abrirá franquias, e a L'Occitane, que pretende atingir mais de 100 operações no Brasil até 2014, como informado anteriormente pela presidente da operação brasileira, Ana Chaia.

Novidades

Instalada no Brasil há menos de dois anos, a Five Star Painting procura expandir cada vez mais seus negócios no País. Atualmente são 23 os seus franqueados, mas a marca norte-americana pretende encerrar o ano com pelo menos 40 unidades instaladas. O serviço consiste na profissionalização do ramo de pintura e texturização de ambientes em imóveis em geral, tanto em ambientes externos como internos.

"O nosso diferencial é que temos funcionários com carteira assinada, especializados e uniformizados, preparados para prestar um serviço diferenciado na hora da pintura", conta Ricardo Rocha, diretor-geral da empresa no Brasil. Ele garante que ao contratar o serviço da franquia, o cliente pode ter a certeza de que aspectos como prazo, horário e preço combinados serão todos respeitados.

"O serviço de pintura costuma ser muito informal e nem sempre agrada quem contratou o profissional, dando muitos problemas. Já com o reconhecimento da nossa franquia, o consumidor pode esperar um trabalho padronizado e de qualidade", comenta.

O investimento inicial para abrir uma unidade da Five Star Painting gira entre R\$ 40 mil e R\$ 60 mil. Já o faturamento mensal da loja pode chegar a R\$ 70 mil, segundo o diretor. "E para abrir uma franquia o empresário não precisa ter conhecimentos técnicos na área nem entender de pintura. Temos um software moderno que garante o bom funcionamento de todos os serviços oferecidos", completa. Esta é a primeira vez que a marca participa da feira de franquias e suas unidades atualmente estão funcionando em cidades como São Paulo, Campinas e Belo Horizonte.

Totalizando 345 unidades abertas e contratos fechados até o momento, a rede espanhola Nãomais Pelo participa este ano da feira da ABF para conseguir novos investidores e alcançar o objetivo de chegar a 400 lojas até o final de 2012. Líder mundial no setor de fotodepilação, a franquia exige um investimento inicial de aproximadamente R\$ 95 mil e seu faturamento mensal fica na casa dos R\$ 30 mil, segundo Luis Brás, diretor-geral da rede no Brasil. "O segmento de estética está em franco crescimento, observando a entrada das classes C e D, que antes não faziam uso deste serviço", diz Brás. Ele acredita que o maior diferencial da rede espanhola está nos equipamentos, no know-how e na fácil gestão da loja. "Temos contato próximo com os franqueados, damos muito apoio. Cada região do País tem um diretor-executivo que faz o apoio direto aos proprietários."

Contrapartida

Na contrapartida, de marcas nacionais de olho em outros países, para o diretor-executivo da ABF, é justamente a visibilidade do setor no Brasil que faz a entidade e a Agência Brasileira de Promoção de Exportação e Investimentos (Apex) receberem constantes convites para visitar países, para que possa ser apresentado o modelo de franquia brasileiro.

"Já viajamos em diversas delegações para Austrália e China, e recentemente estivemos no Japão para apresentar o nosso modelo de negócios", enfatiza Camargo. "Em quatro anos de projeto em parceria com a Apex já nos apresentamos para toda a América Central e América Latina."

Giraffas anuncia expansão nos Estados Unidos

Enquanto o interesse de redes internacionais em explorar o varejo brasileiro aumenta, na mesma proporção parece crescer o de algumas marcas tupiniquins. É o caso da bandeira de restaurantes Giraffas, que irá investir R\$ 35 milhões para expandir a sua atuação nos Estados Unidos. Além de inaugurar 34 restaurantes na Flórida até 2016, a rede prepara sua chegada aos Estados do Texas e Califórnia, onde planeja operar no sistema de franquias.

Em 2011, a rede deu início ao plano de expansão internacional e já inaugurou duas unidades no norte e no centro de Miami. Com 30 anos de existência, é conhecida por sua brasilidade e por apostar no enfoque de comida caseira, sendo no cardápio oferecidos pratos tradicionais, como arroz e feijão, cortes de carne típicos brasileiros, como a picanha, além de opções de café da manhã e massas.

A empresa está presente em 25 estados do Brasil, incluído o Distrito Federal, com mais de 380 pontos de venda. Segundo nota da rede, o Giraffas já possui dois restaurantes na Flórida, ambos na cidade de Miami, e agora trabalha na abertura de mais três unidades na cidade até o fim deste ano. Nos restaurantes da marca nos Estados Unidos o cliente faz seu pedido no balcão e o produto é levado a ele por um atendente, diferentemente do Brasil.

Fonte: DCI, São Paulo, 14 jun. 2012, Finanças & Mercados, p. B3.