

Franchising

Quando já foi tudo inventado

Apostar num negócio que já foi testado no mercado

Apoio A criação do próprio negócio tem sido a solução a que muitos desempregados têm recorrido para retomar a sua carreira profissional e os conceitos de franchising têm sido muito procurados. Este modelo pressupõe um risco menor, uma vez que os negócios já foram testados no mercado. Ao pertencer à rede de uma marca, ganha um apoio que não teria se avançasse sozinho.

25

mil euros. É o valor médio do investimento

Variável Os valores são variáveis e há negócios que implicam um investimento inicial inferior a 5 mil euros. De acordo com os resultados do 20.º Censo do Franchising, 50,9% dos conceitos pressupõem um investimento até 25 mil euros.



Soluções low-cost existem mas oferta é menor

Retorno Ainda existem alguns conceitos low-cost, mas são muito poucos, ao contrário do que acontecia em anos anteriores. É preciso que o empreendedor que opte por um destes negócios tenha consciência de que uma actividade que pressupõe um investimento muito baixo também tem um retorno reduzido, alerta o Instituto de Informação em Franchising (IIF).



Joana Tomás

Investiu na abertura de um ginásio da marca Vivafit. É um franchising de academias/fitness clubs e o investimento inicial é de 130 mil euros.



Fernando Oliveira

Escolheu a marca Loja do Condomínio. Trata-se de um franchising de gestão de condomínios. O investimento inicial é de 36 mil euros e o direito de entrada já está incluído.

Franchising. Conheça as histórias de quem montou negócios já testados

A segurança é maior, mas o sucesso não é garantido. A experiência dos franchisados tem altos e baixos

SÓNIA PERES PINTO
sonia.pinto@ionline.pt

Há dez anos, Fernando Oliveira deixou a sua carreira de engenheiro de construção civil numa empresa multinacional para se lançar num projecto por conta própria. Contar com a experiência de outros empresários no mesmo sector levou-o a optar por um negócio em regime de franchising. Nessa altura, lança a Loja do Condomínio. “Numa primeira fase surgiu a vontade de ter um negócio próprio. A decisão de recorrer a este modelo prendeu-se com o facto de ter visitado algumas feiras de franchising e ter também pesquisado um pouco sobre algumas redes”, confessa ao *i*.

O empresário admite que os custos que são exigidos poderão ser um entrave ao lançamento do negócio. “Na altura em que comecei, conseguia-se com alguma facilidade empréstimo bancário. Actualmente poderá ser um obstáculo, depende muito do valor que o empresário terá para fazer o investimento.”

Para iniciar o projecto, Fernando Oliveira investiu cerca de 35 mil euros, acresci-

dos de IVA. Para quem está a pensar em entrar neste modelo de negócio, o empresário aconselha a “analisar muito bem a rede de franchising em que está a pensar investir. Visite várias unidades e tente obter o máximo de informações sobre o modelo de negócio, que tipo de apoios são prestados pelo franqueador, quanto tempo tem a rede de mercado nacional, etc. Não investir em redes que possam facilmente passar de moda é, sem sombra de dúvida, algo a ter em linha de conta”, conclui.

MAIOR SEGURANÇA Joana Tomás, juntamente com duas sócias, investiu na marca Vivafit. As três já trabalhavam neste ginásio e acabaram por “apanhar” um, num trespasse em 2012. “Optámos por esta marca devido ao posicionamento que a Vivafit tinha e ainda tem, já que é líder de mercado de ginásios só para mulheres. Temos uma visibilidade completamente diferente do que se fosse um ginásio aberto por nós. Deu-nos uma segurança maior”, confessa ao *i*.

Apesar de o modelo de negócio já ter sido testado, a empresária admite que há sempre riscos. “Em tempos de crise há sem-



Conheça os negócios com maior e menor procura

Ouro em queda As áreas da distribuição alimentar, perfumaria e novos conceitos de restauração são os negócios mais procurados. Já a compra e venda de ouro e a consultoria financeira têm registado menor procura nos últimos anos, embora o segundo negócio tenha vindo a cair a um ritmo inferior comparativamente com a compra e venda de ouro.



525

Total de marcas franchisadas em Portugal

PIB Em 2014, este sector gerou um volume de negócios de mais de 4 mil milhões de euros (equivalente a 2,7% do PIB) e foi responsável pela criação de quase 64 mil postos de trabalho – cerca de 1,4% do emprego gerado.

Riscos existem mas em menor percentagem

Direitos Como em qualquer tipo de negócio, há casos que podem não ter sucesso. Mas como os conceitos de negócio já foram testados no mercado, o risco é menor para o empreendedor. Contudo, é importante que o futuro franqueado compreenda quais as suas obrigações e os seus direitos em relação à marca franchisadora aquando da assinatura do contrato.



Cátia Teles

A aposta foi na Well's. Ao contrário das outras marcas, não exige custos de entrada.



Ricardo Silva

A escolha recaiu na marca Phone House. Trata-se um franchising de retalho de telecomunicações e exige um investimento inicial de 10 mil euros.

pre surpresas, independentemente de estarmos ou não num negócio em franchising, e por mais fortes que sejam as marcas e por mais sucesso que tenham, há sempre adversidades. Mas é claro que estar num franchising dá mais segurança”, diz.

Joana Tomás admite que os custos exigidos são elevados. No entanto, por terem sido trabalhadoras nesta marca, tiveram um desconto de 50% no direito de entrada. Nessa altura pagaram 9 mil euros, já com IVA, pelo trespasse. Além disso, são obrigadas a seguir uma série de critérios, desde o ambiente da loja até às modalidades desportivas oferecidas. No entanto, a empresária não vê isso como uma limitação ao negócio, mas sim como uma uniformização do conceito. Para já, faz um balanço positivo, pois conseguiu crescer em número de clientes e aumentar gradualmente a facturação.

MUDAR DE RUMO Abraçar uma nova actividade profissional foi o objectivo de Rita Canhão quando investiu na marca Urban Obras. A empresária tinha 50 anos e estava a trabalhar no sector das telecomuni-

cações. “Após procura intensa e análise das diferentes possibilidades, interessei-me o mercado de remodelação de imóveis, área em que não tinha conhecimento específico. Havendo franchisings nesta área, achei que era a forma mais rápida e eficiente de adquirir o know-how necessário, uma vez que a minha especialização era outra”, revela.

A empresária pagou um direito de entrada de 22 500 euros e acredita que os custos que são exigidos neste sistema compensam “se compararmos com a alternativa de iniciar de raiz um negócio num novo mercado, de forma independente”.

O negócio já tem três anos e, passado um ano e meio, adquiriu uma segunda franquia. “O negócio tem crescido a bom ritmo. A constante procura de soluções inovadoras e diferenciadoras por parte da Urban Obras faz com que a quota de mercado da marca esteja a crescer.”

Para quem está a pensar em entrar no negócio do franchising, deixa um alerta: “O empresário deve procurar conhecer bem o franqueador antes de fechar negócio. Há franqueadores que, após venderem a concessão, deixam os franqueados

entregues a si próprios. Outros há que criam demasiados obstáculos ao desenvolvimento da actividade do franqueado.”

MAIS LOJAS Ricardo Silva já trabalhava na Phone House e daí até abrir uma unidade sua foi um instante. O empresário usou a sua experiência profissional e optou por uma marca “já implementada e com notoriedade no mercado, o que reduz os riscos”. Na sua opinião, “começar do zero implicaria criar uma marca, e a falta de escala e histórico de vendas tornaria difícil o acesso a boas condições comerciais. Com um nível não muito elevado de investimento, temos contrapartidas equilibradas a nível do apoio à gestão, marketing e logística, e uma alargada gama de produtos e serviços”, revela ao *i*.

De forma a cumprir com as condições de adesão solicitadas e ter um fundo de maneiço de segurança para os primeiros meses de actividade, Ricardo Silva investiu 30 mil euros. Apesar de admitir que o arranque de actividade tem sempre algumas dificuldades, o empresário garante que o negócio está a correr bem e espera

num futuro próximo abrir mais unidades, estando já em negociações com a marca.

VALORES ATRACTIVOS A ausência de custos de entrada é uma das vantagens apontadas por Cátia Teles no sistema de franchising da Well's. A empresária optou por seguir a sua área profissional, apostando num negócio relacionado com farmácia, mas reconhece que não é o investimento numa actividade em franchising que pode garantir um sucesso a 100%, apesar de reconhecer que tem maior probabilidade disso.

Cátia Teles investiu 15 mil euros, valor que inclui as obras/remodelação, mobiliário, equipamentos informáticos, licenciamentos e stock inicial. “No caso da Well's, não existem custos de entrada, o que é um factor positivo, pois esse capital pode ser usado noutra área, como por exemplo as obras, diminuindo também o investimento inicial. Mensalmente existem contribuições para a rede que, na minha opinião, são justas face ao conhecimento, experiência e apoio que recebo diariamente da SonaeMC.”