



IMPRENSA

18 SET 2018

Abrir uma franquia em Portugal vira opção para brasileiros

RIO – O empresário Celso Costa trocou Aracaju, em Sergipe, pela portuguesa Aveiro em março último. A ponte para a mudança veio da abertura de um negócio. Ele investiu numa franquia de gestão de condomínios. É caminho escolhido por um número crescente de brasileiros dispostos a imigrar para lá. E as empresas de Portugal estão atentas a esse movimento. Marcas que trabalham com sistemas de franquia no país participam juntas, pela primeira vez, de uma feira do setor no Rio de Janeiro. A ação foi motivada pela onda de brasileiros mais qualificados — e capitalizados — chegando à “terrinha”.

— O número de marcas brasileiras que ingressaram na Associação Portuguesa de Franchising (APF) subiu 30% nos últimos seis meses. Elas já representam 20% do total de 80 marcas. Nossa vinda para a feira no Rio foi puxada pelo aumento de duas consultas específicas: de brasileiros que desejam internacionalizar sua marca, chegando ao mercado português, e de brasileiros que querem empreender em Portugal e buscam franquias locais para iniciar um negócio e se estabelecer no país — explica Cristina Maria Matos, diretora executiva da APF.

DIFERENÇAS CULTURAIS

A entidade vai trazer quatro marcas a Expo Franchising ABF Rio, como a Loja do Condomínio, de gestão de condomínios, a Metro Kids, de vestuário infantil, a Personal 20, de academias de ginástica, e a Luzzo Pizza. Participam ainda desse espaço de oportunidades de negócios em Portugal marcas brasileiras que já atuam com unidades franqueadas no país, reunidas sob o chapéu da Universal Franchising.

— Minha mulher recebeu um convite para fazer o doutorado em psicologia em Portugal. Então fui buscar algo que eu pudesse fazer. Pesquisei franquias, e surgiu a oportunidade dessa filial da Loja do Condomínio em Santa Maria da Feira, já em funcionamento. Cheguei ao país antes dela, em março, passei por um treinamento e assumi o negócio — conta Costa. — É preciso aprender sobre o ambiente de negócios, entender as diferenças do Brasil. Senti resistência no início, mas deu certo.

NEGÓCIO JÁ TESTADO



— Os brasileiros que estão chegando a Portugal agora são qualificados e com capacidade de investimento. Buscam uma emprego para residir no país, atrás de qualidade de vida. Optar por um negócio já testado e com suporte especializado é um caminho — diz Antunes.

Há também franqueadoras brasileiras nessa onda. A mineira Universal Franchising, de marcas de gastronomia e estética e beleza, abriu uma base em Lisboa em março. Mês que vem, inaugura a primeira franquia da Cheirin Bão, empório de produtos mineiros, em Vila Nova de Gaia. O negócio será gerido pelo casal de cariocas Hélio Costa e Daniele Mendes, que está de mudança para o Porto.

— Já trabalhamos no Rio com uma franquia na área de alimentação, em São Cristóvão, da qual estamos nos desligando. Vamos para Portugal em busca de mais qualidade de vida e segurança. Vamos abrir a franquia em novembro — conta ele.

O aporte para abrir uma filial da Cheirin Bão começa em € 44 mil, com retorno a partir do 20º mês de operação. Wilton Bezerra, sócio-diretor da Universal, destaca que o empreendedor deve se preparar:

— Fizemos pesquisas e testes de mercado. Decidimos manter o nome da marca, pelo tom divertido. Mas mexemos no mix de produtos. Em áreas turísticas, precisamos ter gastronomia portuguesa, sem abrir mão de ícones mineiros, como pão de queijo — conta ele, que tem uma rede de 152 franquias em gastronomia e estética no Brasil.

A feira de franquias acontece entre os próximos dias 27 e 29, no RioCentro.

O QUE SABER PARA INVESTIR

Marca própria

O empresário tem de estudar o mercado do país onde quer entrar para saber se seu negócio se enquadra e se é competitivo

Importados

Quem planeja importar a produção deve entender o sistema de alfândega, as regras e taxas envolvidas

Adequação

É preciso pesquisar o mercado e as leis locais, além de verificar a necessidade de adaptar contratos, a operação e produtos ou serviços

Franquia

Optar por franquia reduz a margem de erro do negócio, que tem suporte da marca. Mas riscos existem

COM DESEMPREGO ALTO, SETOR CRESCE MAIS NO ESTADO DO RIO

No Estado do Rio, com uma taxa de desemprego de 15,4% no segundo trimestre — bem acima da média de 12,4% em todo o Brasil para o período, segundo o IBGE —, o setor de franquia surge como uma saída para quem não consegue trabalho formal.

No segundo trimestre, o faturamento do setor no país foi de R\$ 40,73 bilhões, avanço de 8,4% na comparação com igual período de 2017. Já o resultado fluminense de abril a junho ficou em R\$ 3,9 bilhões. É alta de apenas 3,1% ante 12 meses anteriores, mas, na comparação entre o primeiro e o segundo trimestre deste ano houve um salto de 13,8% no Rio, enquanto a taxa de expansão no Brasil ficou em 5,1%.

— Esse avanço do mercado fluminense indica uma retomada, ainda que inicial. Significa que as vendas das unidades franqueadas que operam no Rio de Janeiro apresentam resultado. E isso é um sinal animador — avalia Eliane Bernardino, presidente da Associação Brasileira de Franchising do Rio, destacando as áreas de alimentação, saúde, beleza e bem-estar como as mais fortes no estado.

A aposta em oferecer caminhos para o empreendedor brasileiro tirar do papel o projeto de internacionalizar seu negócio ou atuar lá fora por meio de uma franquia busca atender a uma demanda de mercado, explica Eliane:

— Existe procura. Em junho, estivemos com representantes da Associação Portuguesa de Franchising, que pediram para participar da feira no Rio.

A expectativa é que a feira possa gerar cerca de R\$ 100 milhões em negócios, segundo a Fagga | GL, que organiza o evento.

LEIA TAMBÉM



02 OUT 2018

Microfranquias inovadoras marcaram feira de franquias no Rio



02 OUT 2018

Redes franqueadoras têm modelos por até R\$ 20 mil

Realização		Patrocínio	
Editora Oficial	Rádios Oficiais	Apoio de Mídia	
Agência de Viagem Oficial	Hotel Oficial		
Local	Promoção e Organização		

INÍCIO

O EVENTO

FÓRUM DE FRANCHISING
Programação

RECEBA NOSSAS NOTÍCIAS

E-mail





Merchandising
Seja um expositor

IMPrensa

Releases
Notícias

INFORMAÇÕES

Sobre Franchising
Desempenho Franchising
Organizadores
Contatos
Como Chegar
Agência de viagens oficial

Informações e vendas

(21) 2441-9100 | expofranchising@expofranchising.com.br | GL events LE S/A – CNPJ 05.494.572/0001-98