

MÓVEIS

Sava vai ampliar atuação através de rede de franquias

Objetivo da empresa de Matozinhos é estar presente em todo o País

NÁDIA DE ASSIS

A Sava Móveis, com fábrica em Matozinhos, município da Região Metropolitana de Belo Horizonte (RMBH), planeja expandir a quantidade de lojas exclusivas por meio do sistema de franquias. Segundo o diretor comercial, Rafael Mendes, o modelo a ser adotado pela empresa está em processo de formação e deverá ser concluído até junho. A expectativa é de que uma franquia seja comercializada ainda neste ano na região Nordeste, provavelmente em Pernambuco.

Mendes revela que o objetivo da Sava é estar presente em todo o País, mas pondera que o crescimento da rede será sustentável e gradativo. Por enquanto, ele ainda não consegue calcular um valor médio a ser investido pelo franqueado, em função das diferenças que existem entre as cinco regiões brasileiras. "Os custos certamente serão bastante variáveis, afinal o Brasil é um país de dimensões continentais e com muitos contrastes socioeconômicos", diz.



Mendes revela que projeto está sendo formatado

A empresa conta, atualmente, com quatro pontos de venda exclusivos. Dois deles, instalados na capital mineira e em Vitória, são administrados pela Sava, enquanto os demais, localizados em Campinas e Teresina, pertencem a parceiros que devem receber um suporte ainda maior com a formalização do *franchising*.

A marca ainda está presente em outras 110 operações multimarcas espalhadas pelo Brasil.

Para o diretor comercial, as unidades exclusivas conseguem dar destaque a uma maior quantidade de produtos da Sava. Atualmente, a empresa fabrica cerca de 85 tipos de móveis, sendo que apenas

de sofás, considerado carro-chefe, são produzidos, em média, 800 unidades mensalmente. A planta emprega 125 funcionários e tem 7 mil metros quadrados de área construída.

A fim de atender ao plano de expansão de lojas, a empresa investiu R\$ 680 mil no ano passado. Segundo Mendes, o objetivo do aporte não foi ampliar a capacidade de produção, mas aumentar a eficiência da unidade industrial por meio da aquisição de novas máquinas. Ele pondera que uma parcela do montante foi direcionada à qualificação de mão de obra e ao fortalecimento da identidade visual da marca.

Apesar das incertezas que rondam a economia nacional e de um primeiro trimestre aquém das expectativas devido, principalmente, à insegurança do consumidor, o executivo se mantém otimista em relação aos próximos meses. Conforme ele, a Sava pretende alcançar crescimento de 25% em 2015 no confronto com 2014. O valor do faturamento, contudo, é mantido em sigilo.

LOCADORA

Unidas pretende dobrar a quantidade de lojas no Estado até 2018

NÁDIA DE ASSIS

A Unidas, especializada em gestão de frotas e locação de veículos, pretende dobrar a quantidade de franquias de locação em Minas Gerais até 2018. Nos últimos seis meses, a empresa inaugurou duas unidades, uma em novembro de 2014, em Lavras (região Sul), e a outra em Montes Claros (região Norte), em março deste ano. Com isso, a empresa passou a ter quatorze unidades no Estado, duas próprias e as demais franquias.

Segundo o diretor-geral, Carlos Sarquis, os principais focos da Unidas são os municípios da RMBH, região Central e Triângulo. A rede está presente também na Capital, Caratinga e Governador Valadares (Vale do Rio Doce); Confins (Região Metropolitana de Belo Horizonte - RMBH); Ipatinga (Vale do Aço); Passos e Pouso Alegre (região Sul); Uberaba e Uberlândia (Triângulo).

Ele explica que, antes de iniciar a busca pelos novos franqueados, a rede analisa alguns indicadores referentes aos municípios, entre eles a quantidade de habitantes,

renda per capita, Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e concorrentes. "Com base nesses números, consigo determinar quais possibilidades de negócios eu tenho em cada região e defino uma ordem de prioridade para as aberturas", esclarece Sarquis.

Para o diretor, a atuação da Unidas em Minas Gerais pode ser classificada como tímida, principalmente quando se considera o potencial do Estado. "A quantidade de lojas hoje em funcionamento está bem aquém do considerado ideal para Minas. Isso porque, os nossos principais concorrentes já contam com centenas de lojas espalhadas", pondera o diretor-geral.

A abertura de uma franquia da Unidas demanda um investimento que varia de R\$ 80 mil a R\$ 600 mil, conforme o porte do município. O montante inclui taxa de franquia, reforma, comunicação visual, mobiliário, equipamentos e *marketing*. O prazo médio de retorno acontece em aproximadamente 24 meses. Além dos custos iniciais, o franqueado deverá pagar mensalmente 7% de royalties e 2% de taxa de *marketing*.

SANDUÍCHES

Das areias de Ipanema para um case de sucesso

Rio — Uma ideia simples e milionária surgiu nas areias de Ipanema, no Rio de Janeiro - hamburgueres vegetarianos vendidos na beira da praia em uma caixa de isopor. Foi assim que Raphael Krás, de 28 anos, criou a Hareburger em 2006.

Hoje, a empresa fatura mais de R\$ 1,2 milhão e já

expande com franqueadas. Uma franquia da Hareburger sai por R\$ 250 mil e a tem expectativa de retorno do investimento em até 30 meses.

Mesmo com o rápido crescimento, a Hareburger não perdeu seu DNA e continua nas areias de Ipanema e do Leblon, mas agora com revendedores autorizados. Nos

períodos mais quentes do ano, com as praias lotadas, as vendas chegam a triplicar.

Para garantir a eficiência da gestão do negócio e fluxo de caixa, a Hareburger conta com o *software* de gestão Linx Degust, uma ferramenta para gerir o estabelecimento de forma padronizada, simples e integrada.

"O *software* de gestão garante total controle dos pontos de venda, gerenciamento de caixa e estoque, além do controle do tempo de produção de cada alimento", garante o CEO da marca, Marquinhos Leite.

Leite lembra ainda que o *software* permitirá ao Hareburger crescer de forma inte-

grada e sólida, facilitando a gestão dos franqueados no dia a dia de cada loja e da marca no controle da rede e nas ações de vendas, permitindo acompanhar em tempo real todos os indicadores.

Krás, que é vegetariano, percebeu a oportunidade de negócio ao frequentar praias e

não encontrar opções de alimentos sem carne. Decidido a atender esse público, ele lançou a Hareburger que traz em seu cardápio dezenas de hamburgueres vegetarianos.

Para este ano, ele planeja a abertura de cinco unidades franqueadas no Rio de Janeiro e a entrada em São Paulo no segundo semestre.

GESTÃO

Gigatron oferece subsídio para franqueados

São Paulo — Subsidiário, em palavras mais claras, apresenta o sentido de contribuir com uma ajuda material ou financeira, de acordo com o dicionário; ajudar, auxiliar, financiar e custear. O governo e algumas entidades, por exemplo, adotam essa medida. A Gigatron Tecnologia, franquia voltada para o setor tecnológico, acaba de aderir também a esse conceito.

De acordo com o diretor executivo da Gigatron, Marcelo Salomão, o benefício acontece da seguinte forma: "Nós subsidiamos a taxa de franquia e a taxa de publicidade durante seis meses e o franqueado ingressa com a mão de obra e os custos operacionais da unidade. Nesse modelo ficamos com 40% da unidade no formato Sócio Conta Participação (SCP)", falou completando ainda que, em alguns casos, posteriormente a rede vende a parte dela para o franqueado.

Esse formato (Sócio Conta Participação) ao qual Salomão se refere, é basicamente uma sociedade empresarial que vincula internamente os sócios. Geralmente é composta por duas pessoas, mas pode ter um número maior de integrantes, e uma delas deve ser empresário ou sociedade empresarial.

Dessa forma, o empreen-

dimento é realizado por dois tipos de sócios: ostensivo e participativo. O primeiro é titulado ao "empresário", e fica responsável por realizar em seu nome os negócios jurídicos entre as burocracias relacionadas à empresa. Já o outro não tem qualquer responsabilidade jurídica.

Até o momento, seis fran-

queados receberam o benefício. Para conquistar o mesmo, o candidato precisa atender a algumas características. "Precisa ser uma pessoa da área, com uma boa rede de contatos, com atuação, expertise e experiência comprovada, de forma que consiga chegar na rede e gerar alta produtividade",

disse o diretor. Sempre atualizada no mundo corporativo, a rede oferece esse recurso para pessoas de grande potencial, mas que não tenham dinheiro total para investir no negócio.

Ao todo, a rede oferece sete modelos de franquias, quatro delas foram progra-

mas para serem lançadas neste ano.

Segundo Salomão, todos os modelos de negócio são voltados para a área de tecnologia e prestação de serviços. "São elas App Lovers - *softwares* para dispositivos móveis; GigaEducação - voltado para a formação profissional e o primeiro emprego;

GigaNetWork - ferramentas para geração de negócios baseado em reuniões; GigaSMS - plataforma de disparos de SMS. Temos uma grande expectativa para 2015, com o lançamento de novos negócios, acredito que iremos ter um grande salto em número de unidades", finalizou o diretor.

Financiamento pode ser alternativa viável

São Paulo — O investimento em franquia tem o suporte do franqueador, inclusive no estudo comercial para o ponto e a viabilidade do negócio. Entretanto, a busca pelo capital para investir é por conta do empresário e, muitas vezes, se torna um empecilho para a viabilidade da transação. O processo de pesquisar o recurso financeiro deve ser planejado adequadamente e o auxílio de uma consultoria financeira contribui para a eficaz aquisição da franquia.

O mercado financeiro tem diversas opções para captação de crédito, com diferentes prazos e taxas de juros, sendo que diversos bancos oferecem, inclusive, algumas linhas de crédito especiais para o setor. "Os agentes financeiros disponibilizam modalidades específicas de financiamento para o franqueado, contudo, é preciso planejamento e conhecimento pro-

fundo do mercado financeiro para a captação de recursos para o crédito desejado seja um benefício para o futuro negócio", alerta o diretor da Estruturart Capital, Roosevelt Fagundes.

A assessoria financeira contribui com agilidade e informações corretas no processo de solicitação para o financiamento do empreendimento. "Com tantos detalhes para se prestar atenção, o auxílio de um especialista também garante assertividade. Se quando os empreendedores faziam o planejamento interno gastavam, em média 90 dias para terem o resultado da transação, com a consultoria, esse tempo cai para menos da metade com maior velocidade de aprovação para captação", revela o diretor da franquia Alta Energia, Weymar BS Teixeira.

O plano de negócio é outro ponto crucial que deve ser levado em

conta, pois permite traçar um perfil da empresa e verificar as suas necessidades, indicando os melhores financiamentos para se arcar com a dívida em aquisição. O documento registra quanto a empresa gastará, previsão de receita, estimativa de gastos e perspectiva de ganho. "O empresário deve estar ciente de sua intenção ao buscar recursos, pensando no retorno financeiro e na capacidade do empreendimento em arcar com essa dívida contraída. Nesse tipo de situação, é importante a assessoria que assume o planejamento, principalmente, para atender a esses dois quesitos", afirma Fagundes.

O diretor da Aneston Franchising, Lucien Newton, observa que a contratação de crédito para o financiamento de franquias exige cautela e muita pesquisa. "O futuro franqueado deve fazer um amplo levantamento antes de optar por um

financiamento. É crucial conhecer as diversas instituições financeiras públicas e privadas que oferecem o serviço para comparar os créditos, taxas e prazos, adequando as melhores condições para o negócio. Alguns franqueadores também dispõem de recursos para financiarem seus franqueados, situação que pode ser uma alternativa para ampliar as possibilidades de negociação das taxas de juros e garantias.

O franqueado deve contar com pelo menos 75% do valor da franquia, para iniciar o negócio. "Não é recomendável financiar o valor total de uma franquia, pois essa ação pode comprometer o futuro do empreendimento. Sempre chamamos atenção para a necessidade de uma ampla pesquisa antes de abrir qualquer franquia. O processo permitirá identificar o comportamento do negócio e a viabilidade a longo prazo", alerta Newton.