

# FRANQUIA & NEGÓCIOS



**ABF**  
ASSOCIAÇÃO  
BRASILEIRA DE  
FRANCHISING

Produção:



ANO 16 | Nº 97 | R\$ 30,00 | JUN/JUL 2021

WWW.FRANQUIANEgocios.COM.BR

## AS MAIORES FRANQUIAS

Veja as redes que entraram para o top 50 do setor em pleno ano de pandemia



## É HORA DE UNIR FORÇAS

Cresce o movimento de fusões e aquisições no franchising

## GRANDES EMPRESAS, PEQUENOS NEGÓCIOS

Modelo de microfranquias conquista as redes tradicionais

## QUANTO MAIS, MELHOR

Multifranqueados apostam em unidades deficitárias para crescer

# LAVOU, "TÁ" NOVO

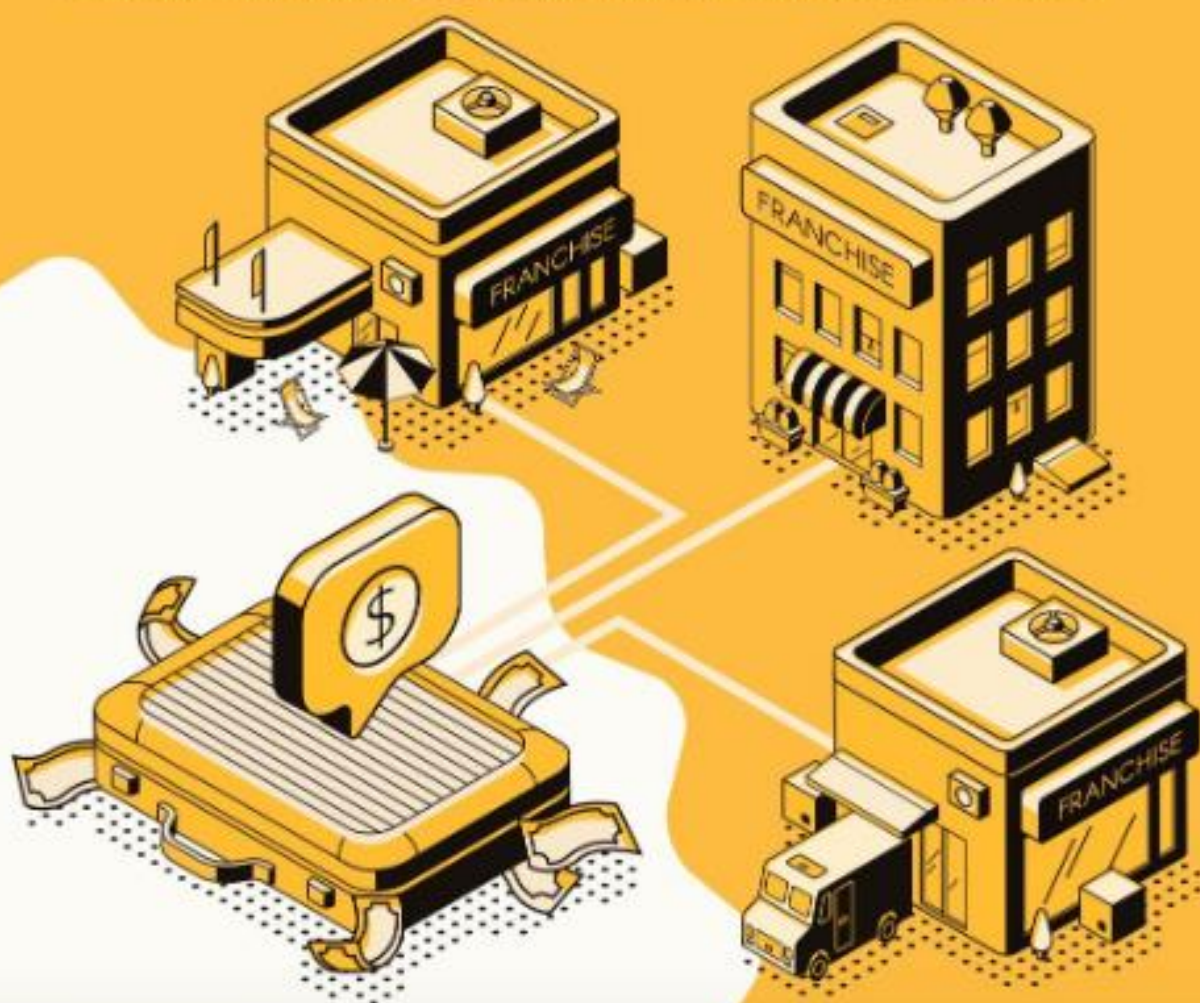
Busca por consumo consciente e crise econômica aquecem o mercado de comércio. Pautado pela venda ou troca de itens usados, esse modelo de negócios deve atingir US\$ 64 bilhões em faturamento até 2024

MULTIFRANQUEADOS  
#oportunidade #repasse #negóciopróprio



# Um é pouco, dois é bom e três (ou mais) é essencial

OS MULTIFRANQUEADOS ESTÃO AUMENTANDO EM NÚMERO NO FRANCHISING E, DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19, TIVERAM PAPEL AINDA MAIS RELEVANTE







**E**m 2017, 68,5% das redes de franquias com atuação no Brasil contavam com multifranqueados (franqueados que possuem mais de uma operação da mesma marca ou de marcas diferentes). No ano seguinte, esse índice subiu para 74,5% e, em 2019, para 82%. Os dados são da Associação Brasileira de Franchising (ABF). No ano passado, apesar de ainda não haver números oficiais, esse perfil de investidor ganhou força, e muito por conta da crise provocada pela Covid-19.

*“A pandemia acabou sendo uma oportunidade para eles. Primeiro porque surgiram boas opções de repasse, já que uma parcela dos franqueados, em especial os menores, teve dificuldades e não conseguiu manter suas unidades. E, segundo, devido à maior abertura para negociações, como de aluguéis e até de compra de franquias”, analisa a especialista em direito empresarial e sócia do escritório Andrea Oricchio Advogados, Andrea Oricchio.*

Na visão da advogada, esses empreendedores ou empresários que comandam mais de uma operação são fundamentais para o sucesso do franchising. *“Eles são alavancadores de mercado e auxiliam a franqueadora tanto na própria gestão da rede quanto na expansão, otimizando o processo. Além disso, são parceiros firmes e que assumem riscos junto com a marca”, indica. »*



**Andrea Oricchio**, especialista em direito empresarial e sócia do escritório Andrea Oricchio Advogados

### 12 unidades em operação e de olho em mais

*“A primeira marca de franquia que investi foi a Megamatte, em 2015. A escolha foi fácil. Fiz contato com diversas fraqueadoras do segmento de alimentação, e a primeira que me retornou foi a Megamatte. As outras precisei fazer um segundo contato para obter informações. Outro ponto que facilitou foi conhecer bem os produtos, uma vez que antes de me tornar fraqueado eu já tinha uma ótima experiência como cliente. Gostei tanto da operação e dos resultados que logo que a loja completou um ano, comecei a sondar novas oportunidades. Poucos meses depois inaugurei a segunda. Busquei também diversificar, mas sempre no segmento de alimentação, e aprender com a experiência de outras marcas, tanto que hoje tenho quatro lojas das Megamatte – inclusive, duas foram abertas durante a pandemia –, três da Cosechas e uma do Giraffas, além de três de marcas próprias que criei e uma unidade de cozinha hospitalar. Como multifranqueado, a principal vantagem que enxergo é o faturamento em escala. A segunda, mas não menos importante, é que, por já conhecer o negócio e sua rentabilidade, conseguimos prever melhor seu desenvolvimento, ou seja, os riscos são amenizados. Hoje, estou com 12 unidades em operação, mas sigo procurando novas oportunidades. Com a crise atual, tenho focado mais na Megamatte, por ser uma marca conhecida no mercado e com uma operação diferenciada, que facilita a abertura e a gestão de novas lojas. O planejamento para 2021 é abrir mais duas unidades dessa rede.”*

**Dennis Luiz Amarante Gomes**, multifranqueado das marcas Megamatte e Cosechas e franqueado do Giraffas – Rio de Janeiro



Foto: divulgação



## MULTIFRANQUEADOS

Ainda segundo Andrea, os multifranqueados exigem menos treinamento e supervisão, tem curva de aprendizado menor do que os franqueados unitários, respeitam a marca, os produtos, a liderança da franqueadora e os limites que o contrato de franquia lhes impõe e contribuem muito com o negócio por conhecerem profundamente cada uma de suas operações, assim como o varejo brasileiro.

O COO da Oral Sin, Luiz Teixeira, também só vê pontos positivos: "a presença deles valida qualquer negócio, pois eles atuam como multiplicadores do conhecimento, tanto interna quanto externamente, e atraem novos investidores, fatores que são importantíssimos para o crescimento". A rede de clínicas odontológicas é composta, atualmente, por mais de 50% de multifranqueados, cada um com média de 8 a 10 unidades. ●

### A ideia era ter uma, mas viraram nove franquias

*"Quando decidi ter uma franquia pesquisei várias marcas e, dentro do que eu podia investir, a Óticas Carol era que mais se encaixava. Além da parte financeira, o que pesou na decisão foi que, naquela época, ainda havia muitos bons pontos em São Paulo e o fato de a rede trabalhar com um bem essencial, o que faz com que seja menos suscetível a crises. Abri a primeira unidade em 2007 e confesso que não pensava em ter mais, mas no ano seguinte surgiram algumas oportunidades e os meus sócios-investidores me incentivaram a aproveitá-las. Inauguramos, então, a segunda. Em 2011, partimos para a terceira, a primeira em um shopping, e a partir daí o negócio alavancou. Essa unidade registrou um bom faturamento de cara e isso me animou a querer investir mais. Comecei a mapear novos pontos e operações de repasse e, em 2013, pulei de três para seis lojas, sempre tendo sócios-investidores como parceiros. Nos anos seguintes, abri mais três, mas me desfiz de outras duas e, no ano passado, mesmo com a pandemia, assumi mais duas de repasse. Hoje, temos nove no total. Não é um processo fácil comandar tantas unidades e, por enquanto, não pretendo expandir além disso. Por outro lado, eu e meus sócios construímos um negócio saudável e organizado e chegamos num patamar em que conseguimos ter boas equipes e boa relação com a franqueadora."*

**Bruno Fucci**, multifranqueado da Óticas Carol – São Paulo



FOTOS: DIVULGAÇÃO

### 25 unidades, em sete estados: 11 delas abertas na pandemia

*"Quando me formei na faculdade de Odontologia, montei uma clínica na minha cidade, Campo Mourão, no Paraná, mas não consegui fazer com que ela deslanchasse. Durante esse período, um amigo me falou da Oral Sin, me interessei pela proposta, pela seriedade com que a empresa trabalha, e resolvi vender o consultório e montar uma franquia. Como não havia mais disponibilidade onde eu morava, escolhi um local próximo, o município de Toledo. A inauguração foi em fevereiro de 2016 e, nos primeiros meses, faturei bem mais do que o esperado. Naquela hora já decidi que queria mais unidades e, em outubro do mesmo ano, abri a segunda em Uberlândia, Minas Gerais. A partir dali, expandi para outras localidades. Em cinco anos, abri 25 clínicas em sete estados, sendo 11 durante a pandemia e, dentre elas, algumas de repasse. No momento, tenho mais seis em implementação e sete em negociação – em todas elas tenho sócios. Minha meta é chegar a 38 até março de 2022. Para conseguir administrar tantas clínicas, montei, no ano passado, uma empresa para me dar retaguarda, o Grupo Gestão de Performance em Franquia (GPF), com sede em Goiás. Com isso, conseguiremos continuar crescendo. Acredito que ainda tem muita oportunidade para mim na Oral Sin e no franchising como um todo."*

**Felipe Rodrigues**, multifranqueado da Oral Sin – Distrito Federal, Goiás, Minas Gerais, Paraná, Rio grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo

