

Crescimento do setor de franquias no ABC é o dobro da média nacional

George Garcia

Levantamento da ABF (Associação Brasileira de Franchising) aponta que, enquanto o setor de franquias cresceu 3,4% no primeiro trimestre deste ano em comparação com o primeiro trimestre do ano passado, no ABC o período foi marcado pelo crescimento de 6,81%; o dobro. O crescimento representou alta em faturamento do setor de franquias além da geração de empregos. O diretor regional para a Capital e Grande São Paulo da ABF, Bruno Arena, conversou com o RDTv sobre esse crescimento, sobre os atrativos da região para esse modelo de negócio e deu dicas para quem quer empreender através da adesão a uma franquia.

Além do crescimento das franquias no ABC, o faturamento destas empresas, também cresceu, passando de R\$ 1,3 bilhão para R\$ 1,389 bilhão no comparativo entre os primeiros trimestres de 2024 e 2025. Em número de operações a alta na região foi de 5,62% passando de 4.007 empresas nos primeiros três meses do ano passado para 4.232 operações. Esse crescimento refletiu em empregos também que passaram de 35.717 pessoas empregadas em franquias para 37.866 funcionários.

Para Arena, o segmento de serviços tem despontado e ele aponta também que o modelo de negócio tem atraído muitos jovens interessados em empreender. “Mais de 50% das redes de franquias associadas estão na Grande São Paulo, setor de serviços é o grande impulsionador, seja nas áreas de eletrônica, informática, hotelaria e turismo, saúde, beleza e bem estar são segmentos que, após a pandemia, estão muito pulsantes e logicamente isso reverbera no crescimento. No ABC um crescimento de 6% é algo que realmente se destaca. Outro ponto é que levantamento da ABF mostra que quando a gente analisa quem procura um negócio, 30% tem relação com pessoas de 18 a 35 anos e esse público procura o segmento de serviços como uma forma de entrar no mercado de trabalho”, aponta o diretor regional da ABF.

As franquias estão muito presentes nos segmentos de bares, restaurantes e isso tem crescido na região por causa da mão de obra disponível. “O segmento de

restaurantes e bares tem se consolidado com crescimento constante ano a ano, não só em faturamento, mas em número de operações e crescimento de empregos, que aí sim eu acho que é um fator que absorve a mão de obra que a região comporta”, diz Arena.

Segundo o diretor da ABF, o jovem que antes pensava em sair da faculdade fazer carreira sólida em uma empresa, hoje pensa em investir no seu próprio negócio e a franquia surge como uma das oportunidades. “A franquia se torna a porta do seu primeiro emprego, porque o franchising é um modelo validado em baixo do guarda-chuva de uma marca. Para o jovem que tem essa vontade de ter gestão sobre seu negócio o olhar do franchising é um olhar interessante”, destaca.

Além de saúde, beleza e alimentação, segundo Bruno Arena o segmento de hotelaria e turismo vem crescendo. “É um outro segmento que vem se consolidando uma parte desse crescimento tem relação direta com a própria pandemia em 2020 e 2021 houve um represamento disso e depois com a normalização da saúde esse foi um segmento que vem crescendo mas de maneira muito mais constante e acima da média, esse setor cresceu quase dois dígitos, o que o consolida dentro deste crescimento pujante do franchising brasileiro”, aponta.

ABC

As cidades do ABC, individualmente cresceram em sua maioria acima da média nacional no setor de franquias segundo levantamento da ABF. Diadema foi a cidade que mais cresceu no primeiro trimestre em comparação com o mesmo período do ano passado; 15,5%; São Caetano cresceu 14,81%; Ribeirão Pires 11,79%; Santo André, 4,7% e São Bernardo cresceu 2,84%. Só Rio Grande da Serra teve um crescimento abaixo da média brasileira, mas ainda positivo de 0,97%, bem como Mauá, que cresceu 0,77%.

“Com o adensamento das cidades houve aumento de procura em habitação e junto com a necessidade de moradia, a conveniência passa a ser um ponto muito importante na vida das pessoas. Digo conveniência no conceito de estar próximo de algum lugar; estudos sobre o tempo de deslocamento mostram que ninguém hoje, seja para serviços ou produtos, vai se deslocar 40 minutos ou até 2 horas de carro, então o grande desafio do varejo, e o franchising vem nessa carona, é estar próximo do potencial cliente. O franqueador ou a marca tem que entender e resolver esse problema de estar cada vez mais perto do cliente. Com imóveis menores as pessoas têm optado por estarem mais perto do trabalho e dos centros de conveniência e vem surgindo alguns fenômenos, de marcas que se unem para estarem mais próximas ao cliente, outras que operam 100% no modelo on-line. Quem quer empreender por franchising tem que ver se essa marca está olhando

para isso, porque cada vez mais isso vai ser uma tendência”, diz Bruno Arena.

Dicas

Segundo o diretor da ABF para a Capital e Grande São Paulo, quem quer investir em franquias pode encontrar na associação vários cursos, treinamentos, muitos deles de graça para quem quer empreender, além da feira de franchising que acontece uma vez por ano, é a maior feira do segmento no mundo, porém ele dá outras dicas. “Em primeiro lugar se deve buscar negócios onde você se identifique; segunda dica olhar o modelo ou plano de negócios que todo franqueador tem, é importante ler esse documento, atrelado à COF (Circular de Oferta de Franquia), que tem todos os telefones e informações dos franqueados. Importante dar uma ligada para eles, bater um papo com quem já está na rede e saber quais são os prós e os contras, isso é uma dica importante”, sustenta o diretor.

Outra dica de ouro é ver se o modelo de negócio se encaixam no seu perfil. “Tem que casar a expectativa em relação ao negócio e se ela é condizente com o modelo escolhido e ainda se o modelo possibilita a retirada que se deseja. Essa relação tem que ser muito estudada, tem que ir a campo, estudar, procurar em sites e revistas por isso é se deve sempre estar olhando para a ABF e ver as empresas que têm o SEF (Selo de Excelência de Franqueados). No ano passado foram mais de 300 marcas franqueadas selecionadas e quando uma marca recebe o selo é porque ela cumpre as melhores práticas que o franchising tem”, completa.

<https://www.reporterdiario.com.br/noticia/3685798/crescimento-do-setor-de-franquias-no-abc-e-o-dobro-da-media-nacional/>

Veículo: Online -> Site -> Site Repórter Diário

Seção: Economia