

Recessão não afeta o sistema de franquias

O sistema de franchising é um dos poucos negócios que têm conseguido passar incólumes pelos solavancos da economia brasileira dos últimos anos. Mesmo em períodos adversos, como a recessão que vem encolhendo a maior parte dos negócios no País desde 1991, as redes de franquia continuam mantendo uma expansão invejável. O número de lojas saltou para cerca de 41 mil (39% mais em relação a 1990), conforme projeção do 2º Censo Brasileiro da Associação Brasileira de Franchising (ABF), realizado entre setembro e outubro de 1991.

Neste ano, apesar das perspectivas sombrias traçadas para o conjunto da economia, o setor deve manter a tendência de crescimento. Thomas Teichman, da Francap Sistema de Franchising, estima expansão de 40%, liderada pelo segmento de fast food, seguido de serviços (concessionárias de veículos e postos de com-

bustíveis). Até agora, são mais de 250 marcas que disputam 13 segmentos, que vão de alimentação, calçados, combustíveis e derivados, a decoração, perfumaria e turismo.

"O segredo está na facilidade que o sistema permite para se ocupar rapidamente grandes áreas de mercado", diz Claudio Grochewski, gerente de franchising da empresa que foi pioneira na utilização da franquia no Brasil, a paranaense O Boticário.

A empresa encerrou 1991 com cerca de mil lojas franqueadas em todo o País, 22 em Portugal e duas na Inglaterra. No Brasil, tem planos para abrir mais 270 até dezembro. Em 1990, a rede de franquia do Boticário somava 887 lojas brasileiras.

Foi graças ao franchising, diz Grochewski, que o Boticário cresceu e continua se expandindo". Criada em 1977, a empresa opta pelo franchising desde 1978.