

ESPECIAL FRANQUIAS

Bianca Zanatta

ESPECIAL PARA O ESTADÃO

Com as famílias isoladas, os pequenos reparos e reformas se tornaram uma febre entre os brasileiros, que precisaram fazer melhorias ou adaptar ambientes para o home office. A área de Casa e Construção teve, então, crescimento de 36,5% no primeiro trimestre de 2021, em relação ao mesmo período de 2020, segundo dados da Associação Brasileira de Franchising.

Negócios de higienização de ambientes e manutenção de móveis também cresceram na comparação entre os trimestres: o faturamento foi 6,6% maior no setor de Limpeza e Conservação.

Até o diretor comercial da Pormade Portas, fundada em 1939, se surpreendeu com o aumento em 2020. Daniel Zini conta que o ano foi encerrado com a abertura de 13 lojas e crescimento de 144% em unidades, o que totalizou 19 franquias e faturamento de R\$ 16 milhões – aumento de 265% em relação a 2019.

O investimento inicial para abrir uma unidade é de cerca de R\$ 120 mil e inclui taxa de franquia e showroom com produtos. “Como não precisa dispor de estoque nem de equipe administrativa, uma vez que os pagamentos e recebimentos são controlados pela franqueadora, o franqueado e sua equipe podem se dedicar 100% ao processo de prospecção, atendimento ao cliente, venda e pós-venda”, explica Zini. “Esse modelo diferenciado, a mudança de comportamento do cliente durante a pandemia e os investimentos e melhorias no e-commerce da empresa com certeza garantiram o crescimento exponencial.”

A vontade das pessoas de transformar a casa seguiu porta adentro. Com 12 lojas, sendo cinco próprias e um outlet, a Breton, rede de móveis e objetos de decoração de alto padrão, saltou de três franquias em 2019 para oito em 2021 (três delas ficam prontas até o fim do ano). As unidades da rede, que custam R\$ 2,5 milhões, estão em pontos regionais estratégicos, como as paulistas São José dos Campos e Campinas, Salvador, Manaus e Roraima. As que abrem neste ano ficarão em Balneário Camboriú (SC), Cuiabá e Porto Alegre.

Reparos. Maior franqueadora de locação de equipamentos para construção civil no estilo “faça você mesmo” da América Latina, a Casa do Construtor é outra que estava pronta para atender à necessidade das pequenas reformas, mudanças e reparos no lar. Com o boom, a empresa fechou 2020 com 318 operações, ante 275 no ano anterior. Para 2021, os planos são inaugurar mais 100 unidades, crescer 33% e chegar a um faturamento



LAILSON SANTOS

Sistema. A rede Limpeza com Zelo aperfeiçoou sua gestão de mão de obra

Isolamento favorece melhorias em casa

Construção tem maior alta do franchising, negócios de limpeza também se beneficiam

de R\$ 440 milhões. O valor de investimento para abrir uma franquia parte de R\$ 370 mil.

Franquia de colchões e sofás, a Anjos faturou R\$ 94,5 milhões e abriu 28 unidades em 2020 – um crescimento de 25%. O faturamento expressivo, em alguns meses superando o ano anterior em mais de 90%, tem a ver com a permanência das pessoas em casa, usando mais o sofá e a cama. Segundo Leonardo dos Anjos, diretor de Expansão da rede, o investimento em viagens diminuiu e fez a busca por mais conforto em casa aumentar. Para abrir uma franquia, o investimento é de R\$ 250 mil e inclui mobiliário e mostruário.

Outra rede que alçou voo foi a Doutor Sofá, com sede em Joinville (SC). Hoje com mais de 160 unidades em 23 Estados, a rede inaugurou 63 franquias em 2020 – 20 a mais do que no ano anterior –, chegando a cidades como João Pessoa, Campo Grande, a mineira Ipatinga e as paulistas Limeira e Indaiatuba. O faturamento anual também aumentou, alcançando a marca de R\$ 20 milhões, e a empresa prevê abrir mais 60 operações até o final do ano. O investimento inicial mínimo é de R\$ 32 mil.

Tecnologia. Impulsionadas pela preocupação crescente com a limpeza dos ambientes, fran-



PORMADE PORTAS

Demanda. A Pormade abriu mais 13 lojas; investimento inicial por unidade é de R\$ 120 mil

quias como CleanNew e Limpeza com Zelo, que oferecem serviços profissionais de limpeza e higienização de espaços, surfaram a onda da pandemia.

Para o CEO da CleanNew, Fritz Paixão, o aumento da demanda foi reflexo do maior acúmulo de sujeira quando as pessoas ficam por mais tempo em casa, mas também da preocupação com saúde e doenças respiratórias. Com faturamento de R\$ 20 milhões em 2020 (uma alta de 80% em relação ao ano anterior), a empresa incluiu no cardápio o serviço de radiação UV, que destrói 99,9% dos vírus, bactérias e fungos dos estofados, reduzindo a quase zero as

NÚMERO
36,5%
A MAIS DE FATURAMENTO em Casa e Construção, na comparação dos primeiros trimestres entre 2020 e 2021

chances de contaminação. Com equipamentos, estoque, kits e uniformes, o investimento mínimo inicial é de R\$ 34.610.

“As pessoas entenderam que limpeza não é sinônimo de estética, mas sim de saúde”, confirma Renato Ticoulat, presidente da Limpeza com Zelo, cujo investimento inicial mínimo é de R\$ 90 mil. O executivo conta que a rede investiu em tecnologias de software para gestão de mão de obra, o que facilitou e dinamizou os processos administrativos dos franqueados. A loja online foi implementada e o leque de atuação aumentou, entrando também no ramo da manutenção predial.

Nova realidade impulsiona ensino a distância



TABA BENEDETO/ESTADÃO

Entre as demandas que bateram à porta da população por conta do “novo normal”, o ensino a distância (EAD) foi um dos motores que impulsionaram o setor da educação na pandemia. A modalidade já era tendência em 2019, quando o número de alunos matriculados em cursos superiores de EAD chegou a 1.559.725, superando a quantidade de matriculados no ensino presencial, de 1.514.302, segundo dados do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). Com a pandemia, o fechamento

Renda. Cebrac viu maior por causa da busca por emprego

das escolas carregou toda a educação para o online – e franquias de ensino souberam se adaptar rapidamente à realidade.

Com 90 unidades pelo País, o Centro Brasileiro de Cursos (Cebrac), que oferece cursos profissionalizantes e gerencia um portal de empregos, viu a demanda explodir. “Com a alta do desemprego, a procura foi enorme por parte dos alunos”, afirma Rogério Silva, diretor da rede de ensino. Segundo ele, os cursos de cuidadores, atendente de farmácia, tecnologia, beleza e saúde alavancaram a alta. “O foco foi claramente na geração de renda para a família”, observa.

A rede focou na rápida digitalização das aulas, mas manteve um formato híbrido por considerar a prática imprescindível em programas profissionalizantes. Para franqueados, o EAD derrubou o custo pela metade, para R\$ 200 mil. “Nosso modelo agora é edtech com otimização dos espaços”, diz Silva. A nova estrutura trouxe um engajamento de números, desde a metragem das unidades ao total de colaboradores, que passaram a ser mais bem remunerados.

A distância. Com estudantes fora da sala, a franquia de reforço escolar Monitorias foi outra que expandiu na pandemia, saltando de 3 para 24 franqueadas. Segundo a cofundadora da rede, Carolinne Serrano, foi preciso agir rápido para atuar no online. “Nossa plataforma foi desenvolvida em poucas semanas e a partir daí pudemos adaptar as aulas em um modelo totalmente digital.” A rede tem uma microfranquia, com investimento inicial a partir de R\$ 5.990. “Criamos um novo modelo, com as aulas totalmente online, individuais e ao vivo, e com a gestão do franqueado dentro de uma plataforma digital própria e intuitiva.”

Fundada em 2007 com a premissa de trazer a forma como se aprende inglês no intercâmbio para dentro da escola, a Minds English School era quase 100% presencial. Na pandemia, acelerou o processo de EAD, que já estava planejado, e viu um aumento significativo na procura.

“No começo as pessoas queriam uma atividade que ajudasse a passar o tempo em casa, mas depois se tornou uma solução para um problema econômico



MONITORIAS

Custos. Com EAD, franquias da Monitorias caiu pela metade, a R\$ 200 mil

porque o inglês é porta de entrada para o mercado”, diz a CEO, Leiza Oliveira. “Teve um crescimento no número de alunos com a intenção de melhorar o currículo futuro, principalmente por parte de adolescentes.”

A rede também teve a sacada de criar outro modelo de franchising, com um aporte inicial de R\$ 69 mil, pensado para imóveis menores e pulverizados, que pode ser alocado em coworkings e universidades. Com os novos formatos, o total de matrículas cresceu 30% no último trimestre. /B.Z.

Curso de idioma aliado à formação profissionalizante

● Aliar o ensino do inglês à capacitação profissional para apoiar a formação de jovens das classes C, D e E é a proposta da Enjoy. Nascida no ABC Paulista, a rede mais do que dobrou de tamanho na pandemia, saltando de 62 para 145 franquias. O investimento inicial gira em torno de R\$ 260 mil e a expectativa é chegar a 200 unidades até o fim do ano.

A escola oferece cursos bilíngues de programação, mídias digitais, administração e web design para alunos entre 11 e 18 anos e conta com uma agência de empregos para inserir os jovens no mercado de trabalho.

Hoje mantém também um instituto em Carapicuíba (SP), ao qual destinam 1% do faturamento, para apoiar gratuitamente 450 alunos. “Não é uma escola de inglês nem uma rede de ensino profissionalizante”, diz Denis Sá, fundador da rede. “Ela forma jovens bilíngues para ingressar em empresas e traz conteúdos que ajudam os jovens a se formar como cidadãos.” Entre franquias e instituto, a rede tem cerca de 20 mil alunos em 25 Estados. /B.Z.