



MICRO FRANQUIAS

INFORME DE MERCADO

**SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS**

Fernando Yamada
Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Fabrizio Guaglianone
Diretor Superintendente

Hugo Suenaga
Diretor Técnico

André Fernandes de Pontes
Diretor Administrativo e Financeiro

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA E MERCADO

Clemilton Jansen Holanda
Gerente

Waldinéa do Socorro Castro de Andrade
Analista

Adauto Lobo de Oliveira
Analista

Alessandra Kelma de Souza
Analista

Felinto Coelho Mendes
Analista

Eduardo Pereira Carneiro
Analista

Maryellen Lima Rodrigues Pinto
Analista

CONSULTORES RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO

Karan Roberto da Motta Valente
Paul Marcel Oliveira Pereira

Como abrir uma
Microfranquia: 12
Dicas para se destacar

Economia brasileira
em crise: vale a
pena investir 07
em Microfranquias?

Microfranquias:
O caminho
menos árduo 04
para empreender

Franquias vs. Microfranquias:
Diferentes oportunidades para os
micro e pequenos empreendedores 16

Tendências de
Microfranquias 18
para 2018

Dicas de
negócio 23

Links Úteis 24





MICRO FRANQUIAS

INFORME DE MERCADO

MICROFRANQUIAS: O CAMINHO MENOS ÁRDUO PARA EMPREENDER?

Ter seu próprio negócio, trabalhar com o que se ama, ter mais liberdade e ainda poder aumentar sua renda tornou-se um objeto de desejo de muitas pessoas. Os empreendedores - aqueles indivíduos que não apenas “abrem uma empresa”, mas também geram impacto positivo na sociedade por meio dos seus comportamentos e iniciativas, são cada vez maiores e mais numerosos no Brasil.

De acordo com a pesquisa realizada pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan) em 2016, tem-se uma constatação muito interessante no Brasil: dois em cada três jovens brasileiros têm a intenção de empreender. Igualmente, segundo dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), publicação que estuda a evolução das taxas gerais de empreendedorismo no Brasil desde 2002, cita-se que em 2016, a estimativa do total de empreendedores no país seria de mais de 48 milhões de pessoas, das quais pouco mais de 26 milhões de indivíduos envolvidos na estruturação de empresas nascentes.

Apesar desse grande interesse, o caminho para o empreendedorismo de sucesso não é fácil e possui diversos obstáculos, como por exemplo, escolher o segmento de atuação adequado ao perfil do empreendedor, a necessidade de investimento financeiro, planejamento, inovação nos produtos e serviços, marketing, pessoas, qualidade e muitos outros aspectos que devem ser levados em consideração e que talvez tragam aquela dúvida ao aspirante à empresário: empreender “do zero” é viável?





MICROFRANQUIAS

INFORME DE MERCADO

Colocar uma ideia de negócio em prática requer disciplina, dedicação, paciência para conquistar o mercado, tornar a marca reconhecida e, finalmente, alcançar a tão esperada lucratividade.

Diante desse contexto, para alguns empreendedores com um perfil que busca empreender com um pouco mais de segurança, menores riscos e custos, surge a possibilidade de investir em uma franquia ou em uma microfranquia, afinal, que tal ter o seu sonhado negócio com (teoricamente) alto potencial, baixo investimento e “certeza” de sucesso?



MICROFRANQUIAS: O CAMINHO MENOS ÁRDUO PARA EMPREENDER?

IMPORTANTE

Uma franquia, por definição (e de acordo com a Lei 8.955/94) é o sistema pelo qual um franqueador cede ao franqueado o direito de uso da marca ou patente, associado ao direito de distribuição exclusiva ou semi-exclusiva de produtos ou serviços, e eventualmente, também ao direito de uso de tecnologia de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvidos ou detidos pelo franqueador, mediante a remuneração direta ou indireta, sem que, no entanto, fique caracterizado vínculo empregatício. Em suma, é o termo utilizado para o sistema determinar quando a pessoa jurídica participa de uma rede de franquias (a unidade franqueada).



MICROFRANQUIAS

INFORME DE MERCADO

MICROFRANQUIAS: O CAMINHO MENOS ÁRDUO PARA EMPREENDER?

Nestes modelos de negócio, há um padrão pré-estabelecido, com processos definidos, ferramentas, estudos mercadológicos, validação do negócio na região, identidade visual e todas as estratégias prontas para que a empresa possa iniciar, tornando-se uma opção menos arriscada para pessoas ávidas por empreender.

Como variação e opção mercadológica às franquias em seu modelo "tradicional", surgem as microfranquias, ou "franquias baratas". Por possuírem um investimento inicial reduzido, essa oportunidade de negócio vem conquistando cada vez mais espaço e transformando empregados em empresários/microfranqueados com maior facilidade.



CURIOSIDADE

A origem das franquias, de acordo com alguns historiadores, se deu na Europa durante a idade média, quando a igreja católica começou a realizar arranjos com coletores de impostos que obtinham determinados territórios e eram responsáveis por coletar impostos dos contribuintes e repassar a igreja, ficando obviamente com parte dos valores arrecadados. Uma outra versão, mais pragmática, afirma que o modelo de franquia iniciou em 1850, nos Estados Unidos, quando a empresa Singer formalizou, através de contratos, a relação com seus autorizados, definindo os territórios destes - ainda que a empreitada não tenha sido bem-sucedida, outras empresas apostaram nesse modelo de negócio, como foi o caso da Coca-Cola, que, em 1880, vendeu o direito para terceiros pudessem terceirizar e comercializar o seu refrigerante.



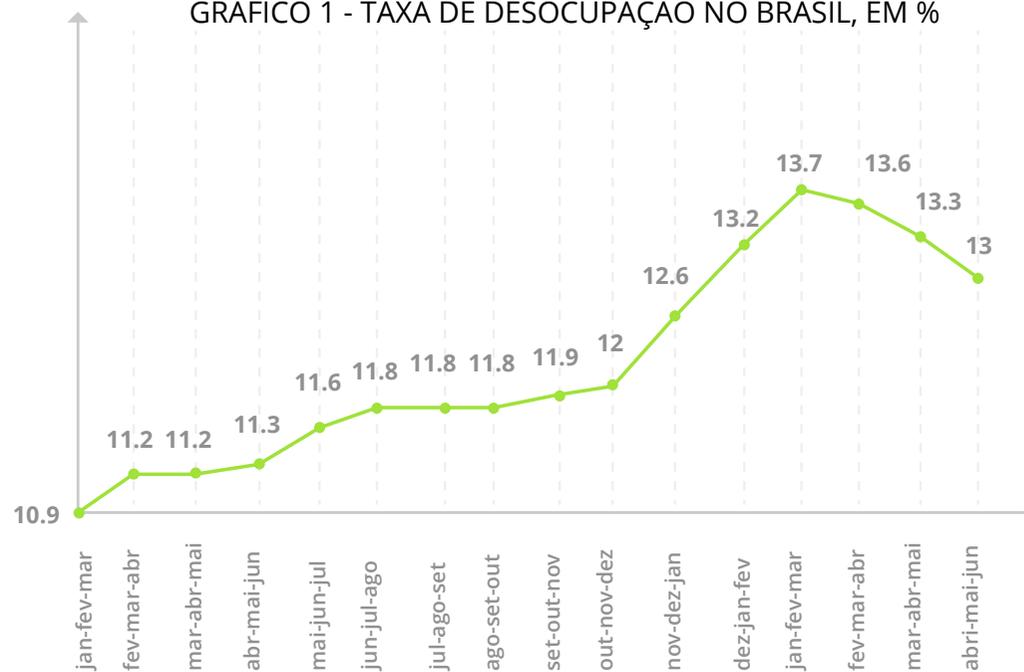
MICRO FRANQUIAS INFORME DE MERCADO

ECONOMIA BRASILEIRA EM CRISE: VALE A PENA INVESTIR EM MICROFRANQUIA?

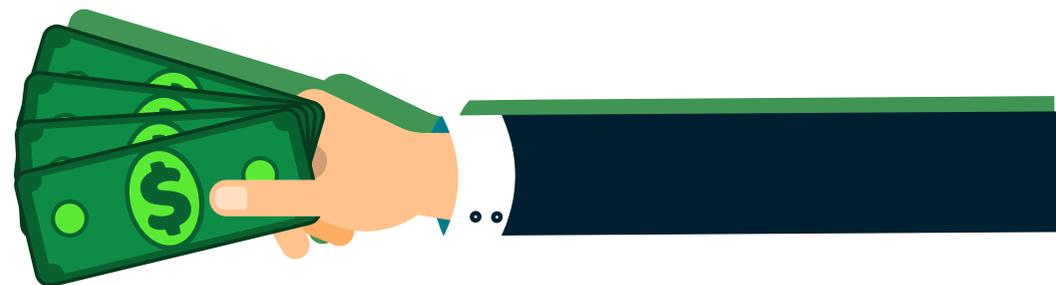
Nos últimos anos, a inconstância vista na economia brasileira afetou a vida de milhões de pessoas. Passando por momentos promissores a períodos de recessão, o brasileiro passou a buscar alternativas para escapar da realidade inevitável: consumo diminuindo e desemprego aumentando.

Segundo dados divulgados em 2016 pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), 85,9% dos brasileiros se viram obrigados a ajustar o seu orçamento doméstico por conta da crise econômica, que gerou aumento do desemprego e queda da renda. Em junho de 2017, o número de desemprego foi de 13%, atingindo a 13,5 milhões de brasileiros, conforme dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), por meio da pesquisa PNAD Contínua.

GRÁFICO 1 - TAXA DE DESOCUPAÇÃO NO BRASIL, EM %



Fonte: IBGE, 2017





MICRO FRANQUIAS

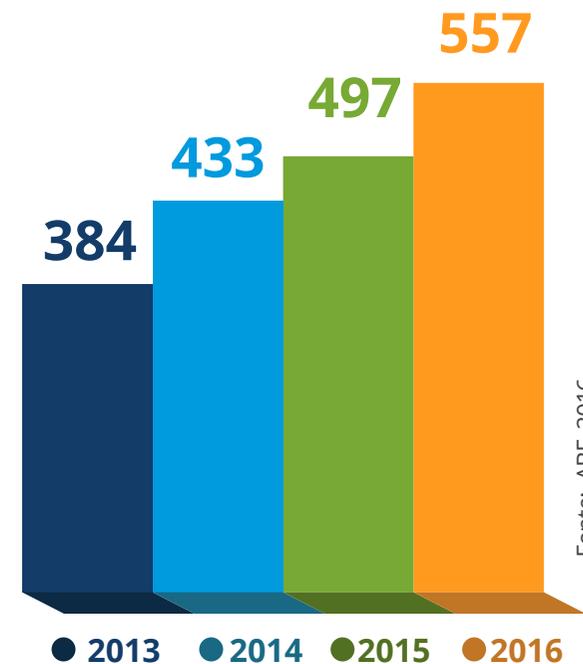
INFORME DE MERCADO

Como alternativa às dificuldades, a possibilidade de empreender passou a ser encarada como uma forma de ir na contramão da crise, possibilitando tornar real o sonho de milhares de brasileiros de serem donos do seu próprio negócio, as microfranquias podem ser uma ótima alternativa para quem deseja adentrar ao mundo do *franchising*, mas que não tem muito capital para investir.

Segundo dados de 2016 da Associação Brasileira de Franquias (ABF), as microfranquias são classificadas como marcas e modelos de negócio com investimento inicial de até 80 mil reais (em 2017, o valor estimado do teto será de R\$ 90 mil reais) e, no período entre 2013 e 2016, em meio a um dos mais desafiadores anos para a economia brasileira, cresceram 45% - passando de 384 para 557 marcas e expressivos 18% do total de marcas de franquias brasileiras (3.039 redes), conforme evidencia o gráfico 2.

ECONOMIA BRASILEIRA EM CRISE: VALE A PENA INVESTIR EM MICROFRANQUIA?

GRÁFICO 2 – REDES QUE OPERAM COM O MODELO DE MICROFRANQUIA



Fonte: ABF, 2016.





MICROFRANQUIAS

INFORME DE MERCADO

Ainda que os números de 2016 sejam motivadores, a estimativa para os próximos anos é que os números cresçam ainda mais. De acordo com os franqueadores entrevistados pela ABF, 36% declararam pretender desenvolver o modelo de microfranquia em seus negócios. Ainda segundo a pesquisa da ABF, identificou-se que as redes de *franchising* não necessariamente trabalham com um único formato de franquia, podendo trabalhar o modelo tradicional e, também, com as microfranquias, ofertando

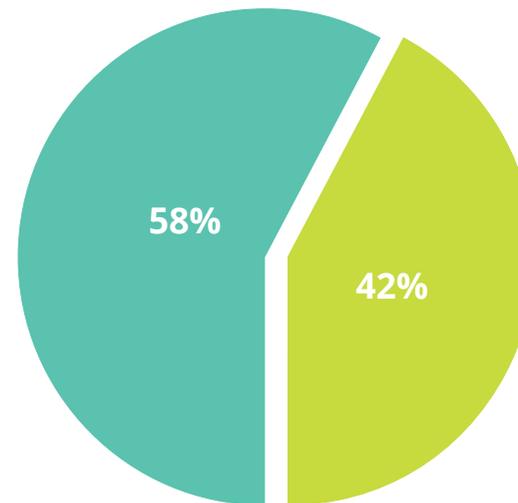
assim duas possibilidades para os interessados em investir nestas modalidades, conforme observado no gráfico 3.

Conforme dados divulgados pela ABF, 79,8% das redes operam exclusivamente com o modelo reduzido de franquia, ou seja, as microfranquias, e 20,2% das redes atuam também com o formato tradicional, as franquias. Quem oferece os dois modelos tem, em média, 42% de microfranquias.

ECONOMIA BRASILEIRA EM CRISE: VALE A PENA INVESTIR EM MICROFRANQUIA?



GRÁFICO 3 - REDES QUE OPERAM COM OS DOIS MODELOS DE FRANCHISING



- UNIDADES DEMAIS FORMATOS
- UNIDADES MICROFRANQUIAS

REDES QUE ATUAM COM MAIS DE UM FORMATO POSSUEM, EM MÉDIA, 58% DAS UNIDADES COM FORMATO DE MICROFRANQUIA.

Fonte: ABF, 2016.





MICROFRANQUIAS

INFORME DE MERCADO

ECONOMIA BRASILEIRA EM CRISE: VALE A PENA INVESTIR EM MICROFRANQUIA?

De acordo com os dados levantados pela ABF, a faixa etária predominante dos microfranqueados é de 26 a 35 anos, seguida pelo intervalo entre 36 a 45 anos.

Ainda segundo a pesquisa citada, 29% das unidades de franquias com ambos os formatos demoram, em média, de 12 a 18 meses para obter retorno do investimento inicial - em contraste com o indicador de 41% de microfranqueados que obtém o retorno no mesmo espaço de tempo, conforme consta no gráfico 4.

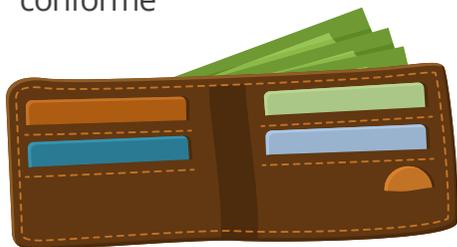
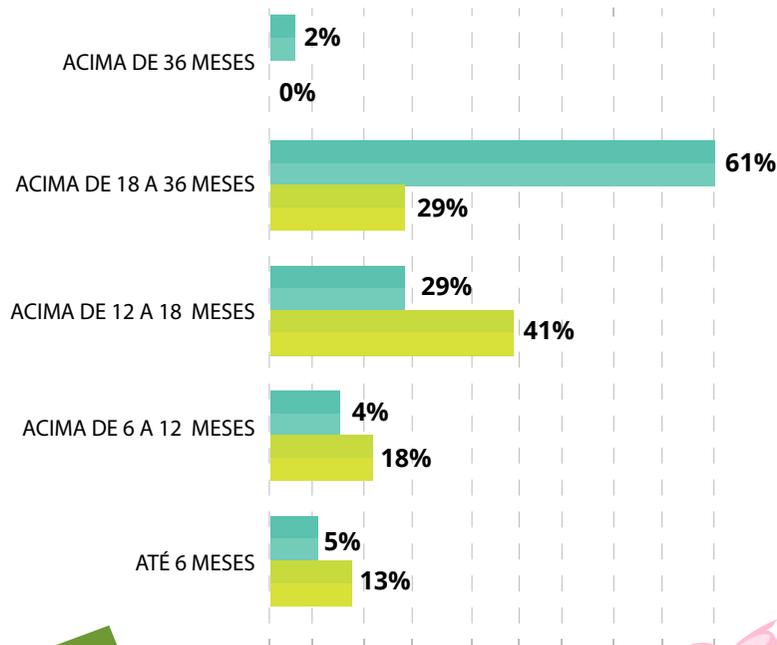
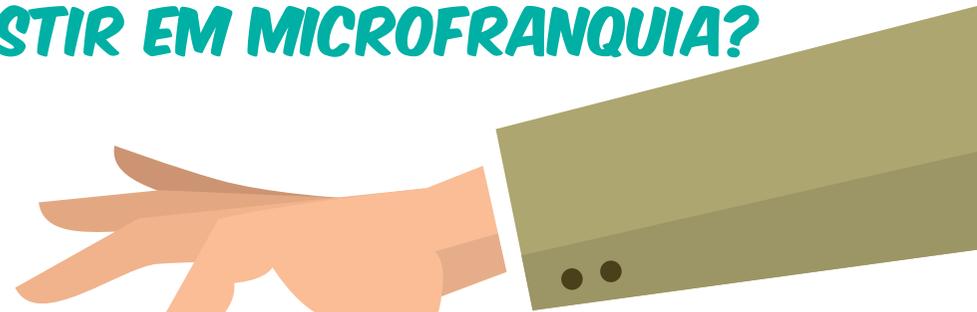
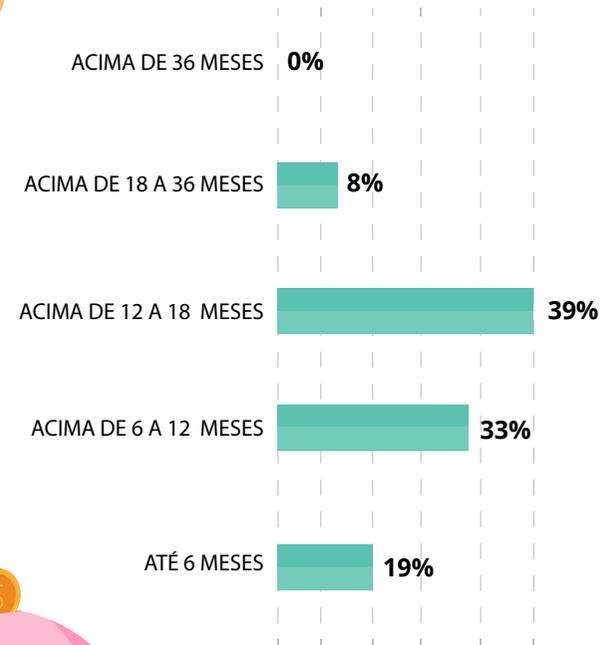


GRÁFICO 4 - REDES COM OS DOIS MODELOS



● DEMAIS UNIDADES
● MICROFRANQUIAS

GRÁFICO 4 - REDES COM MODELO DE MICROFRANQUIA APENAS



Fonte: ABF, 2016.



MICROFRANQUIAS

INFORME DE MERCADO

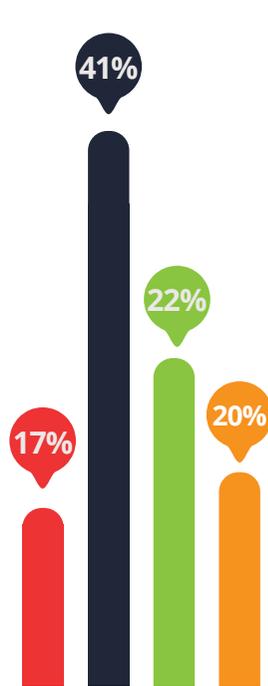
Obviamente, a projeção de faturamento esperado para cada tipo de microfranquia vai oscilar de acordo com uma série de fatores, como por exemplo, o seu segmento de atuação, modelo de operação e outras variáveis, contudo, a ABF revela que a média de pró-labore praticado por redes que atuam exclusivamente com microfranquias está na média de R\$ 3.819,00 ao mês (maior que nas franquias “tradicionais”), vide exposto no gráfico 5.

CURIOSIDADE

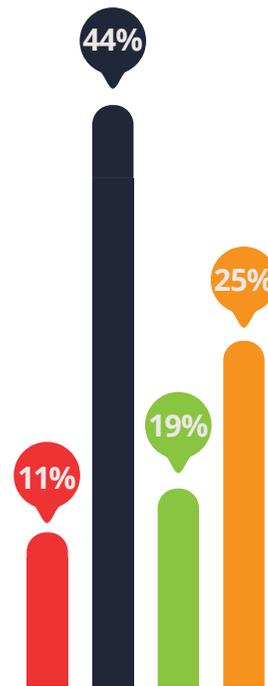
Mesmo com números motivadores e um mercado promissor, é importante saber que apostar em uma microfranquia já reconhecida (ou não) não é garantia de sucesso e lucro. Assim como em qualquer outra empresa, ter disciplina, dedicação e persistência também são necessários, além de capital de giro para manter-se até o negócio começar a trazer retorno financeiro e lucro.

ECONOMIA BRASILEIRA EM CRISE: VALE A PENA INVESTIR EM MICROFRANQUIA?

GRÁFICO 5 - PRÓ-LABORE MÉDIO MENSAL DOS MICROFRANQUEADOS REDES COM OS DOIS MODELOS REDES COM MODELO DE MICROFRANQUIA APENAS



41% das redes que possuem os dois modelos afirmam que o pró-labore médio dos franqueados de microfranquias é R\$ 3.611 mensais.



O pró-labore dos franqueados das redes que operam exclusivamente com microfranquias é em média R\$ 3.819 mensais

Fonte: ABF, 2016.



MICRO FRANQUIAS

INFORME DE MERCADO

COMO ABRIR UMA MICROFRANQUIA: DICAS PARA SE DESTACAR

O surgimento das microfranquias trouxe facilidade para micro e pequenos empreendedores terem o seu próprio negócio já previamente organizado, padronizado e contando com a credibilidade de um nome ou marca já conhecido no mercado.

Não é à toa que o desempenho do setor de microfranquias venha crescendo com o passar dos anos e, cada vez mais, as franquias

tradicionais ajustem sua forma de trabalho com o intuito de alcançar este mercado, porém, mesmo que os números sejam tentadores e o futuro seja promissor, faz-se necessário atentar-se a alguns detalhes básicos para superar as expectativas e obter o máximo de lucratividade (e segurança).

Confira algumas dicas e cuidados que separamos para você, micro e pequeno empreendedor:

AUTOAVALIAR-SE É PONTO DE PARTIDA

Mesmo sendo a oportunidade de ter o seu próprio negócio, é importante ressaltar que as microfranquias tem determinadas regras e padrões de funcionamento estabelecidos pela empresa que é a detentora da marca. Então, caso você queira ter a liberdade e controle total da operação, provavelmente não seja uma boa alternativa - geralmente, há pouca flexibilidade.

Em compensação, caso queira empreender com riscos reduzidos, com um investimento reduzido se comparado a outros formatos, tenha disponibilidade de dedicar-se ao negócio, seja organizado, disciplinado, comunicativo e tenha um bom *networking*, as microfranquias foram feitas para você!





MICRO FRANQUIAS

INFORME DE MERCADO



PESQUISE E LISTE AS MICROFRANQUIAS QUE MAIS SE ADAPTAM AO SEU ESTILO DE VIDA

O segundo passo, talvez tão importante quanto o primeiro, está em identificar um negócio que seja compatível com os seus objetivos de vida, seus princípios e valores. Neste ponto, a sinergia é fundamental! Certificar-se que o histórico da empresa selecionada seja enriquecedor e que a veracidade dos valores divulgados esteja alinhada ao seu perfil são fatores essenciais para viabilidade da microfranquia e que ela torne-se um sucesso de vendas.

Pesquise na *internet*, realize visitas ao negócio à vista, esteja atento ao seu funcionamento e questione-se: é nessa microfranquia que você gostaria de trabalhar nos próximos 10 anos? Em caso da resposta ser positiva e havendo identificação com o negócio, com o ritmo do trabalho, alinhamento de expectativas, suporte, regras claras e coerentes, dificilmente essa parceria não dará certo.

TENHA UMA RESERVA DE CAPITAL DE GIRO

É provável que o retorno do negócio demore em chegar. Como visto na pesquisa realizada pela Associação Brasileira de *Franchising* (ABF) em 2016, as microfranquias tardam de 12 a 18 meses

para dar o retorno inicial. Sendo assim, planejar-se financeiramente e ter reservas disponíveis para cobrir as despesas até a unidade dar lucro é essencial para a vida útil e sustentabilidade do negócio.



MICRO FRANQUIAS INFORME DE MERCADO

ANALISE A SUA REGIÃO E ESCOLHA A MELHOR LOCALIZAÇÃO PARA A SUA MICROFRANQUIA

Visite bairros, ruas, converse com o público, analise a disponibilidade de estacionamentos próximos, a segurança do local, a concorrência no entorno, qual o potencial consumidor que frequenta aquele determinado espaço e se

o seu público-alvo frequenta a região. Após feito isso, tornará mais fácil o processo de decisão do local, com base em diversas análises de ambiente, mercado e público consumidor.

CERQUE-SE DE PROFISSIONAIS CAPACITADOS

Contratar profissionais capacitados para acompanhá-lo no processo, com orientação e apoio gerencial fará a diferença, porém, vá além! De forma independente, realize cursos, participe de eventos voltados para a temática

trabalhada, frequente exposições, converse com referências de mercado e ouça o que outros franqueados da marca tem a dizer sobre as suas experiências. A partir de conversas, dicas valiosas poderão surgir. Aproveite!





MICRO FRANQUIAS

INFORME DE MERCADO



ESTEJA ATENTO A QUESTÕES LEGAIS DO NEGÓCIO

As franquias são regulamentadas pela lei nº 8.955/94, que exige que seja entregue ao microfranqueado a Circular de Oferta de Franquias (COF) em até dez dias de antecedência da assinatura do contrato. A COF é um dos documentos mais importantes no Sistema de *Franchising*. Nela é descrita, de forma clara e objetiva, todo o negócio do franqueado, contendo informações de:

balanços financeiros, valores de taxas, investimento inicial, *layout*, suporte oferecido pela franqueadora, entre outros.

Em caso de não ser apresentada a COF, o contrato poderá ser anulado, bem como o franqueado tem o direito de exigir reparação e restituição de todas as importâncias despendidas até o momento.





MICROFRANQUIAS

INFORME DE MERCADO

FRANQUIA VS. MICROFRANQUIA: DIFERENTES OPORTUNIDADES PARA MICRO E PEQUENOS EMPREENDEDORES

Pensando nisso e identificando que a diferença entre as duas modalidades está nos detalhes, separamos um comparativo, tendo como base o estudo realizado em 2016 pela Associação Brasileira de Franquias (ABF), entre Franquias e Microfranquias para ajudar os micro e pequenos empreendedores a ponderarem e optarem pela melhor opção de *franchising*:



	FRANQUIAS	MICROFRANQUIAS
CUSTO INICIAL	O VALOR DO INVESTIMENTO INICIAL É MAIOR, PODENDO VARIAR ENTRE R\$100 MIL A R\$1 MILHÃO.	SEGUNDO A ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING (ABF) EM 2016 O CUSTO INICIAL ERA INFERIOR, SENDO ATÉ DE R\$85 MIL E A ESTIMATIVA PARA 2017 É DE ATÉ R\$90 MIL.
QUANTIDADE DE COLABORADORES	NESTE FORMATO ,A MÉDIA DE FUNCIONÁRIOS É DE 6,1.	EM CONTRAPARTIDA, PARA AS MICROFRANQUIAS ESTIMA-SE UMA MÉDIA DE 2,9 FUNCIONÁRIOS.
PONTO FÍSICO	A MAIOR CONCENTRAÇÃO DE FRANQUIAS ESTÁ EM LOJAS DE RUA (78%) E SHOPPINGS CENTERS (16%).	MUITO PARECIDO AO OUTRO FORMATO, A PREVALÊNCIA DE MICROFRANQUIAS ESTÁ EM LOJAS DE RUA COM 64%, PORÉM, SEGUE COM 30% EM <i>HOME OFFICE</i> , BARATEANDO CUSTOS.
RETORNO DO INVESTIMENTO	COM 61%, É ESTIMADO QUE O RETORNO SEJA ENTRE 18 E 36 MESES SEGUIDO DE 12 A 18 MESES COM 29% E ATÉ 6 MESES COM 5%.	NESTE FORMATO, O RETORNO É ESPERADO ENTRE 12 E 18 MESES (39%), SEGUIDO DE 6 A 12 MESES (33%) E ATÉ 6 MESES (19%).
DISTRIBUIÇÃO POR REGIÕES BRASILEIRAS	AS FRANQUIAS ESTÃO MAIS CONCENTRADAS NA REGIÃO SUDESTE (55%), SUL (15%), NORDESTE (14%), CENTRO-OESTE (9%) E NA REGIÃO NORTE (6%).	ASSIM COMO AS FRANQUIAS, AS MICROFRANQUIAS ESTÃO MAIS CONCENTRADAS NA REGIÃO SUDESTE (54%), SUL (18%), CENTRO-OESTE (12%), NORDESTE (11%) E NA REGIÃO NORTE (5%).

Fonte: ABF, 2016.



MICRO FRANQUIAS

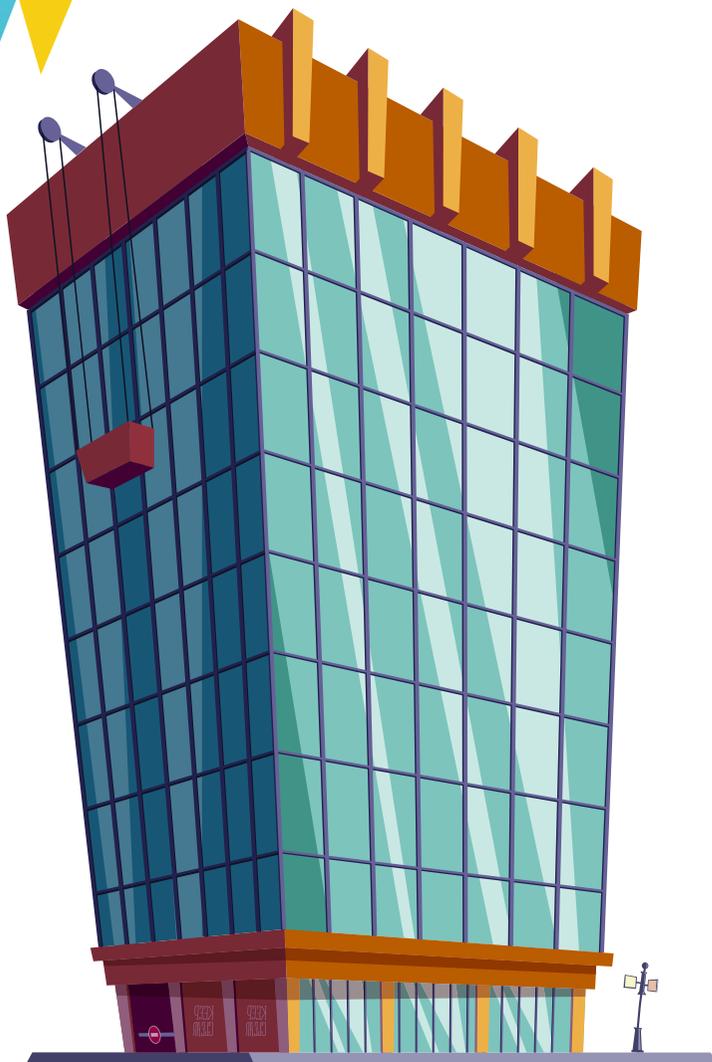
INFORME DE MERCADO

FRANQUIA VS. MICROFRANQUIA: DIFERENTES OPORTUNIDADES PARA MICRO E PEQUENOS EMPREENDEDORES.

Diante de incertezas e inseguranças no momento de iniciar sua jornada empreendedora, o sistema de *franchising* ganha destaque e torna-se uma opção a mais para empreendedores terem o seu negócio. Contudo, optar por investir em uma franquia ou uma microfranquia passa a ser um exercício de empreendedorismo aprimorado, uma vez que une o desejo de ter o próprio negócio a um modelo de sucesso já validado no mercado.

Mesmo apresentando maiores facilidades e números altamente positivos relacionados ao crescimento deste setor, optar pela escolha deste modelo de sistema, exige cuidados específicos como qualquer outra empreitada financeira. Saber escolher entre uma franquia ou uma microfranquia passa a ser uma dúvida determinante para os empreendedores.

O conceito para ambas as modalidades é o mesmo, ou seja, independente de ser uma franquia ou uma microfranquia, consiste em uma empresa franqueadora conceder o direito de uso do seu modelo de negócio, englobando: marca, estrutura, *know-how* e produtos/serviços a franqueados.





MICRO FRANQUIAS

INFORME DE MERCADO

TENDÊNCIAS DE MICROFRANQUIAS PARA 2018

Como consequência da realidade econômica vista nos últimos anos, dos fatores sociais e, até mesmo demográficos, os formatos que devem destacar-se em 2017 são de lojas mais enxutas e vendas porta a porta, características das microfranquias. Entre os segmentos mais promissores,

destacam-se os de reparos de automóveis e celulares, de alimentação saudável, mercado de *pets*, produtos voltados para o bem-estar, dentre outros. Confira a seguir as tendências das franquias, microfranquias e comportamentos que separamos para você, micro e pequeno empreendedor:

FRANQUIAS BARATAS: MICROFRANQUIAS

Formatos menores, menos funcionários, menos custos. Com certeza, esse formato veio para ficar! Desde o início da crise econômica, as redes tem se adaptado a esse formato de franquia e possibilitado que empreendedores com menor poder de investimento aportassem nessa modalidade. Atualmente são

557 redes de microfranquias e o número tende a crescer, conforme visto na pesquisa realizada em 2016 pela ABF. Esteja atento a esse formato e pesquise empresas que mais se adequem ao seu perfil de empreendedor!





MICRO FRANQUIAS

INFORME DE MERCADO

SEJA UM MULTIFRANQUEADO!

Que tal investir aquele dinheiro da poupança e ter a sua “miniredes” de franquias? Este perfil de franqueado que é dono de várias unidades, sejam elas da mesma marca ou não, tem sido desejado

pelas redes. Além de aumentar o seu faturamento, você poderá ganhar também em escala e negociação, seja em logística, campanhas de marketing e até taxas da franqueadora.

ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL GANHANDO ESPAÇO NA VIDA DOS BRASILEIROS

Segundo fontes do Sebrae Nacional, o segmento de alimentação saudável cresceu 98% entre 2009 e 2014 no Brasil. De acordo com dados da *Euromonitor Internacional*, o Brasil já é o quinto maior mercado de alimentos e bebidas saudáveis do mundo – em 2016, o setor faturou mais de 93 bilhões de reais. As franquias do segmento faturaram mais de 19 bilhões de

reais no primeiro semestre de 2017, um crescimento de 5% em relação ao ano anterior, conforme dados da ABF. Com números tão favoráveis, aproveitar para investir nesta tendência e acompanhar a busca do consumidor por se alimentar melhor, aderindo aos ingredientes locais e sustentáveis, é uma excelente oportunidade!





MICRO FRANQUIAS

INFORME DE MERCADO

PETS

Não é nenhuma novidade que o segmento de *pet shops* é uma boa aposta. No Brasil, há mais de 132 milhões de animais estimação, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Calcula-se que os lares brasileiros possuam mais de 52 milhões de cães, 38 milhões de aves, 22 milhões de felinos e 18 milhões de peixes. O que, de certa forma, justifica os R\$ 19 bilhões movimentados em 2016 neste setor, conforme dados Associação Nacional de

Distribuidores de Produtos Pet. Contudo, fique atento ao fato de que o grande número de concorrentes faz com que você tenha que criar diferenciais de verdade para poder se destacar. Ainda são poucos os lugares que oferecem grande variedade de produtos ou um atendimento mais personalizado, incluindo serviços de leva-e-traz ou atendimento em domicílio. Invista em empresas inovadoras e conquiste sua fatia de mercado!





MICRO FRANQUIAS

INFORME DE MERCADO

COSMÉTICO E BELEZA

Segundo dados levantados em 2016 pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), o Brasil figura como o quarto maior mercado consumidor de produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos com 29,3 bilhões de dólares comercializados, porém busca o retorno para a terceira posição, lugar que deixou de ocupar em 2015, perdendo para os Estados Unidos (US\$ 84,8 bilhões), China (US\$50,2 bilhões) e Japão (US\$37,1 bilhões). Ainda segundo a pesquisa, em 2016, o Brasil fechou o ano com o crescimento de 4,8%. A desvalorização do real frente ao dólar fez com que o Brasil caísse neste *ranking* global, ficando atrás apenas de Estados Unidos, China e Japão.

Apostar em centros de estética, seja para serviços de depilação, massagens, tratamento de pele ou emagrecimento, além dos tradicionais cosméticos, é algo para se apostar. O modelo de franquias/microfranquias conta com orientações para alavancar o seu negócio, respaldo de uma marca conhecida e apoio para a divulgação o que é especialmente mais pesado no início de um empreendimento.





MICRO FRANQUIAS

INFORME DE MERCADO

REPAROS DE BENS USADOS

O conserto de produtos usados vem ganhando força em virtude da queda do poder aquisitivo dos consumidores. Tentando aproveitar a crise para solucionar problemas - e ainda tirar garantir uma renda, as franquias de reparos em roupas, telefones celulares e manutenção em veículos vem se destacando e o faturamento destas redes

de franquia só tem crescido. Em 2016, este segmento cresceu 2,9% comparado a 2015, passando de R\$ 1,09 bilhões para R\$ 1,12 bilhões, segundo dados da ABF (Associação Brasileira de Franchising) em 2016. Mas não se esqueça: fazer uma análise, antes de tudo, para saber se este segmento está dentro do seu perfil e suas afinidades é fundamental!



DICAS DE NEGÓCIOS

EMPREENDEDORISMO ENVOLVE RISCOS

Colocar uma ideia de negócio em prática requer um investimento inicial, disciplina, dedicação, paciência para conquistar o mercado, tornar a marca reconhecida.

MICROFRANQUIAS

Conhecidas também como “franquias baratas”, por possuírem um investimento inicial reduzido, podem ser uma ótima alternativa para quem deseja adentrar ao mundo do *franchising*, mas que não tem muito capital para investir.

PROCURE O SEBRAE!

Ainda tem dúvida? Procure o SEBRAE para ter o melhor direcionamento para sua empresa se desenvolver.

COF

A Circular de Oferta da Franquia é um documento desenvolvido pelo franqueador e que apresenta todas as informações e condições gerais do negócio, principalmente em relação aos aspectos legais, obrigações, deveres e responsabilidades das partes. Deve ser criterioso, claro, conciso e completo.

PLANEJE-SE

Uma microfranquia já reconhecida (ou não) não é garantia de sucesso e lucro. Assim como em qualquer outra empresa, ter disciplina, dedicação e persistência também são necessários, além de capital de giro para manter-se até o negócio começar a trazer retorno financeiro e lucro.

FRANQUIAS, TRANSFORMANDO EMPREGADOS EM EMPRESÁRIOS

É a um padrão pre-estabelecido, com processos e métodos, ferramentas, estudos mercadológicos, validação do negócio na região, identidade visual e todas as estratégias prontas para que a empresa possa iniciar, tornando-se uma opção menos arriscada para pessoas ávidas por empreender.





MICRO FRANQUIAS

INFORME DE MERCADO

Associação Brasileira de Franchising (ABF)

Entidade sem fins lucrativos, criada com a missão de divulgar, defender e promover o desenvolvimento técnico e institucional do modelo de negócio batizado como franchising.

Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC)

Apoiar, desenvolver, estimular e criar ações e instrumentos que contribuam para o progresso da indústria brasileira de HPPC, além de representar seus associados em todos os níveis, em âmbito nacional e internacional, buscando desenvolver a competitividade, credibilidade, ética e a evolução contínua das empresas do setor.

Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL)

Reúne as federações e câmaras de dirigentes lojistas do Brasil, representando uma base formada por cerca de 700 mil empresários e 2,5 milhões de estabelecimentos comerciais.

LINKS ÚTEIS

[Federação da Indústrias do Estado do Rio de Janeiro \(FIRJAN\)](#)

Organização privada e sem fins lucrativos, com mais de 7.500 empresas associadas. Tem o objetivo de promover competitividade empresarial, educação e qualidade de vida do trabalhador da indústria e de toda a sociedade, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do estado do Rio de Janeiro.

[Global Entrepreneurship Monitor \(GEM\)](#)

Programa de pesquisa, responsável por avaliar anualmente o nível nacional da atividade empreendedora no mundo.

[Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística \(IBGE\)](#)

Organização pública responsável pelos levantamentos e gerenciamentos dos dados e estatísticas brasileiras.

[SPC Brasil](#)

Empresa de tecnologia vinculada à CNDL responsável por processar e armazenar todas as operações de crédito realizadas pelas empresas associadas.

[Sebrae/PA](#)

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas é uma instituição normativa de caráter nacional que orienta o Sistema Sebrae e fornece as diretrizes estratégicas de atuação às unidades localizadas nas capitais e principais cidades do País.



SEBRAE/PA



@SEBRAE/PA



@SEBRAE/PA

0800 570 0800 | WWW.PA.SEBRAE.COM.BR
2017