CAPA

Campeão de consumo

Potencial do mercado atrai empresas dos mais diversos setores em busca de ganhos em escala e expansão dos negócios

Por ANA COSTA

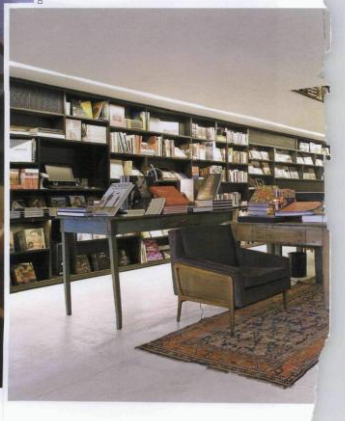
Por sua abrangência e consumo, o interior de São Paulo, se fosse um Estado, seria a 4ª economia brasileira. Se fosse um país, estaria no nível de muitas nações europeias. Isso representa uma produção de riqueza da ordem de R$ 216 bilhões, ou 7% do PIB nacional. Segundo o Censo de 2010, divulgado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), há um deslocamento da população brasileira para o interior do País, especialmente os municípios de médio porte. Fortemente industrializada, com a mão-de-obra melhor qualificada do País, líder em agronegócios, mas de economia diversificada, é uma das regiões mais ricas da América Latina, sendo um polo de atração de investimentos — o PIB per capita atinge R$ 20,3 mil, 26% superior à média nacional. Grandes cidades, como Campinas e São Carlos, têm papel de destaque na economia, não somente nos setores industriais como no de serviços.

No interior de São Paulo estão mais de seis milhões de domicílios, o que representa 13% da distribuição do País, cujo total é de pouco mais de 47 milhões de domicílios, segundo a pesquisa Consumer Book da Kantar Worldpanel. O estudo aponta ainda, no interior de São Paulo, um desembolso médio por ida ao canal de venda de R$ 17,77, um dos mais altos do Brasil.

No centro do Estado de São Paulo está a maioria desses domicílios, 40,7% deles, o que representa 2.577.343 de residências, seguido do norte do Estado, com 1.543.495, ou 24,4%. Segundo o estudo da IPC Marketing — IPC Maps 2012, o interior de SP tem uma população de 21.952.714 de habitantes, sendo 20.480.386 em área urbana e 1.472.328 em área rural. Ao todo, são 10.829.933 de homens e 11.122.781 de mulheres, uma população de adultos em sua maioria — 6.621.867 tem entre 30 e 49 anos, sendo 19.414.866 alfabetizados.

Os maiores municípios, aponta a pesquisa, são Campinas, Guarulhos, São Bernardo do Campo, Santo André, Ribeirão Preto, São José dos Campos, Osasco, Sorocaba e Santos. Jundiaí, que no intervalo de 2011 para 2012 ultrapassou São José do Rio Preto, passou da 12ª posição para a 11º no ranking estadual dos maiores municípios, e de 43º para 41º no ranking nacional. Primeiro polo de fabricação da Apple fora da

DIVULGAÇÃO



Livraria da Vila: rede aposta no crescimento do interior paulista e até o final do ano que vem vai abrir uma filial na cidade de Campinas

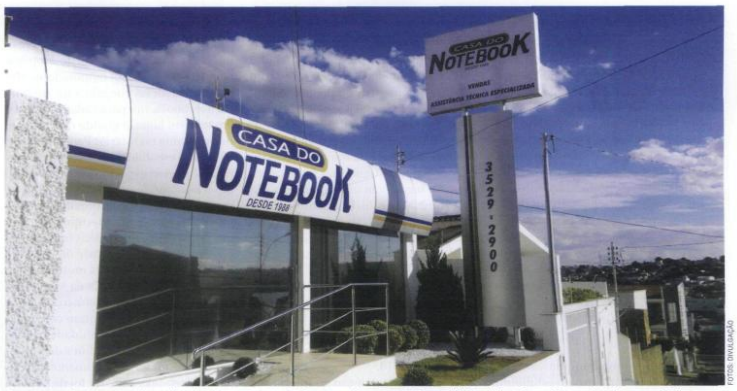
China, com a chegada da Foxxconn, a cidade de 370 mil habitantes conta com fábrica da Itautec e planeja atrair mais empresas de tecnologia com incentivo à indústria de montagem de eletrônicos.

Consistência

O interior paulista foi a região que mais ampliou gastos com alimentos, bebidas, produtos de higiene e limpeza neste ano. Os serviços e o comércio dominam na região. Gastos com veículo próprio representam em 2012 um potencial de consumo de R$ 382.320.789.727. Entre os números que impressionam estão o potencial de consumo dos setores de higiene e cuidados pessoais (R$ 6.998.662.892), livros e material escolar (R$ 1.608.559.824). Eletrodomésticos e equipamentos. (R$ 7.882.858.863) também apresentam números impactantes.

"Da nossa pesquisa 100 Melhores Localidades para Investir em Franquias, 31% das cidades selecionadas como melhor mercado são do interior de São Paulo. Há um mercado forte e muito consistente para a instalação de franquias no interior de São Paulo e, o mais importante, muita procura por bens e serviços comercializados pelas franquias com uma oferta local ainda fraca e de baixa qualificação", afirma o consultor Marcus Rizzo, da Rizzo Franchising, uma das mais tradicionais empresas de consultoria e pesquisa sobre o Franchising da América Latina. Atuando há mais de 20 anos no mercado, a empresa já formatou redes nacionais e internacionais do segmento, além de promover pesquisas, cursos e seminários especializados e publicações que ajudam franqueados e franqueadores a entenderem os segredos e desafios do mercado. "É importante avaliar se o produto ou serviço oferecido pelo negócio terá boa aceitação em mercados mais restritos. É preciso muito cuidado também com a localização. Com a abertura de um grande número de shoppings em cidades do interior, aumentou a busca por franquias. Shopping, especialmente no interior, ganha maturação ao longo de cinco anos e, por isso, é preciso muito cuidado ao entrar logo no início pagamentos luvas e altas despesas ocupacionais", diz Rizzo.

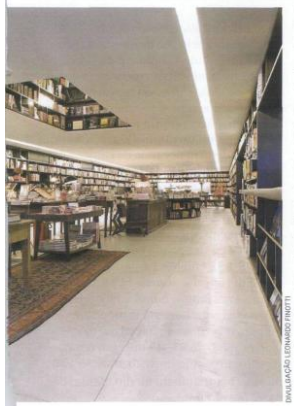
Segundo ele, alimentação, educação e treinamento são os setores com maior procura para localidades do interior, onde cresce também o interesse pela área de saúde e beleza. As perspectivas, diz ele, são de crescimento continuado e com maior aceleração.



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Casa do Notebook: com a universalização do uso de computadores, praticamente todas as cidades do interior estão no plano de expansão da marca

Oficina Brasil: proposta de serviços automotivos em um ambiente requintado atende às exigências do sofisticado mercado consumidor paulista



DIVULGAÇÃO | LEONARDO FINOTTI

Rafael Seibel, coordenador do marketing da charmosa, e paulistana, Livraria da Vila, diz que a empresa está sempre olhando para algumas cidades do interior, a fim de conhecer seu potencial. Inaugurada há 27 anos na Vila Madalena, a Livraria da Vila é ponto de encontro para os amantes dos livros, da literatura, da música e das artes. As opções de leitura, conforto e atendimento são as características pelas quais a Livraria da Vila se posicionou no mercado. Conhecida por seus vendedores-leitores e por suas convidativas poltronas, pufes e luminárias, as lojas têm acervos de mais de 200 mil títulos, além de CDs e DVDs.

Parceria

As próximas lojas a serem abertas serão em Campinas (SP) e Curitiba (PR), em 2012. "Campinas sempre nos chamou atenção por suas características, por sua população, por seu crescimento, e por seu desenvolvimento. Neste caso, especialmente, da abertura de uma loja da Livraria da Vila em Campinas, a decisão também envolveu a nossa parceria com o grupo Iguatemi. Em São Paulo, a Livraria da Vila vai abrir uma loja no JK Iguatemi. A nova loja, a primeira da rede numa cidade do interior paulista, será no shopping, que é do grupo Iguatemi, que o comprou há alguns anos, o reformou, fez um novo mix de lojas, e o resultado ficou com as características que a gente acha bacana dentro de um shopping" diz ele.

A inauguração deverá acontecer em outubro ou novembro deste ano, junto com a abertura da área de expansão do Shopping Galleria. O projeto é assinado pelo arquiteto Isay Weinfeld, o mesmo que fez as lojas da Lorena, dos Shoppings Cidade Jardim, Pátio Higienópolis e JK Iguatemi, e está em fase de desenvolvimento. "Acreditamos que o consumidor de Campinas seja muito semelhante ao consumidor de São Paulo, até pela proximidade física das duas cidades. O mix de lojas também é muito semelhante ao mix dos bons shoppings de São Paulo ".

Campinas também está nos planos da Oficina Brasil, que chega à cidade por meio de franquia, amparado em estudos que indicam que além do brasileiro ser um "apaixonado" por carro e o empreendedorismo ser cada vez mais difundido no País, o sistema de Franquia em Serviços Automotivos cresce de forma exponencial. Segundo Esteves Santos, Gerente de Expansão da rede Santos, há estimativas que o movimento econômico do interior, descontados os 39 municípios da região metropolitana, equivale ao da Capital. Neste contexto, Campinas e as maiores cidades do interior se destacam como um dos principais polos econômicos do Estado de São Paulo. Com um PIB maior de R$ 77 bilhões que representam quase 10% do Estado, ali estão instaladas mais de 50 mil empresas, 50 delas subsidiárias das 500 maiores do mundo.

Estão no plano de expansão da rede Oficina Brasil as cidades de Santos, Campinas, Ribeirão Preto, Bauru, Presidente Prudente, Marília, Araçatuba, São José do Rio

Preto,Ourinhos e Botucatu. "Em um mercado em plena ascensão, com uma frota de aproximadamente 30 milhões de automóveis no País, a Rede Oficina Brasil chega para suprir a necessidade que o público tem de resolver os reparos de veículos em um local que transmita: segurança, confiança e qualidade, aliado a um ambiente bastante agradável, e repassar para seus futuros parceiros de Franchising todo este "know how", diz ele. "A Oficina Brasil, hoje, é a única rede de franquias de serviços automotivos especializada em instalar lojas em estacionamentos de hipermercados. Essa estratégia permite realizar uma parceria que beneficia os clientes do hipermercado e ainda fideliza os demais, através da colocação gratuita de pneus e troca de óleo quando esses itens são comprados no hipermercado onde está situada a loja", diz Esteves.

Treinamento

Para adquirir uma franquia da Oficina Brasil é necessário um investimento inicial de R$ 300 mil para lojas em estacionamentos cobertos de hipermercados e de R$ 400 mil para lojas em estacionamentos externos de hipermercados, com retorno previsto entre 18 a 36 meses. Para os seus franqueados, a Oficina Brasil oferece todo o treinamento em sua loja própria localizada na capital Paulista, em relação à montagem da loja, layout, treinamento dos funcionários, campanhas de marketing, e estudo de viabilidade na região do ponto comercial e consultores de campo para oferecer suporte no dia a dia de operação do negócio.

A Oficina Brasil possui 63 unidades distribuídas nos Estados de São Paulo, além de estar em Minas Gerais, Paraíba, Ceará, Pernambuco, Goiás, Rio de Janeiro, Distrito Federal, Paraná, Piauí, Rio Grande do Norte e Alagoas. O diferencial é o ambiente com recepção climatizada, cyber café, espaço para leitura com minibiblioteca e TV com programação variada e filmes.

O interior de São Paulo, excluindo a Capital, possui atualmente 456 franqueadores ativos com uma rede de 22. 959 unidades, entre próprias e franquias um crescimento de 13,6% em relação à 2010. O faturamento do interior paulista equivale à R$ 61,5 bilhões, crescimento de 15,8% em relação à 2010, e o número de empregos no interior paulista alcançou a soma de 393.327 empregos formais, sendo 12,3% superior à 2010. No ranking das seis maiores cidades em quantidade de franqueadores do interior paulista, Campinas aparece em primeiro lugar, com um crescimento de 15% entre 2011 e 2010, passando de 68 franqueadores para 80.

Em segundo lugar aparece São José do Rio Preto, que passou de 43 franqueadores em 2010 para 54 em 2011, o número representa um crescimento de 20,4%. Outro crescimento expressivo aparece na cidade de Ribeirão Preto, com 12,5%. Barueri, Bauru e Santo André também se destacam em números de franqueadores entre 2011 e 2010.

No plano de expansão no interior de São Paulo, está prevista abertura de nova franquia em Ribeirão Preto (SP) da Casa do Notebook, rede especializadas na venda e assistência técnica para notebooks, que prevê encerrar o ano de 2012 com 51 unidades, 10 a mais do que possui hoje. A expectativa é manter o forte ritmo de crescimento da rede, aumentando o faturamento, que em 2011 foi de R$ 1,8 milhão, em 30% este ano. Durante o primeiro trimestre de 2012, a Casa do Notebook vai inaugurar mais franquia em Sertãozinho(SP).

Praticamente todas as cidades do interior paulista estão no plano de expansão da marca. Paulo Castanho, proprietário da rede, enumera três motivos para priorizar o interior paulista. "O primeiro é a carência por empresas com nosso perfil, que efetuem a venda de equipamentos e acessórios originais, e que prestem serviços especializados e de qualidade para portáteis. Temos vários clientes do Interior que nos procuram em São Paulo devido à falta de serviços confiáveis em grande potencial também para o crescimento da franquia.

Segundo Paulo Castanho, a busca pela franquia da Casa do Notebook vem crescendo a cada ano por causa da escassez de serviços especializados para a assistência técnica desses computadores, o que impulsiona a venda dos franqueados. "Nossos franqueados têm uma lucratividade que pode chegar a 60% na venda de acessórios e serviços, e a falta de mão-de-obra especializada no mercado para a manutenção de notebooks faz com que as nossas lojas tenham grande procura pelo consumidor final", informa Castanho.

Fundada em 1988, a Casa do Notebook tem 41 unidades localizadas nos Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Distrito Federal, Espírito Santo, Sergipe, Tocantins, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Amapá, Amazonas e Pará, sendo que quatro franqueados já contrataram sua segunda unidade. Desse total de lojas, quatro unidades são próprias e localizadas no município de Barueri-SP (Alphaville) e na capital paulista (Faria Lima, Paulista e Berrini).

Demanda

Segundo dados levantados pela Rizzo, em 2011, foram inauguradas 17.610 lojas no mercado de franquias, responsável pela geração de 275 mil novas vagas de empregos. Lucy Onodera, diretora da rede homônima, atesta que a procura tem aumentado a cada ano. A rede informa que recebe cerca de 20 pedidos de consultas para a compra de franquias de várias partes do Brasil e que este ano vai intensificar presença, principalmente nos Estados do Nordeste, Minas Gerais e cidades do interior de São Paulo. No plano de expansão, este ano estão as cidades de São José dos Campos, Taubaté, Bauru e Limeira. "O motivo da expansão para o interior paulista se deve ao fato do grande crescimento do público feminino cada vez mais independente, tanto pelo aumento do poder aquisitivo dos moradores do interior, quanto pelo fato de que muita gente está preferindo se mudar para cidades do interior paulista para melhorar a qualidade de vida e, quando isso acontece, normalmente as pessoas querem investir num negócio próprio para poder trabalhar e morar no mesmo lugar", diz ela.

A Onodera, maior rede de clínicas de estética corporal e facial do País, tem como meta abrir 12 franquias até o final de 2012. Essa demanda por novos negócios e serviços no setor de estética e beleza no País consequentemente reflete nos negócios da empresa, que em 2011 faturou cerca de R$ 64 milhões ,e para 2012, a rede estima um aumento de 15% no faturamento. Para futuros empreendedores interessados em ter o negócio próprio, o valor para investimento inicial na franquia é no mínimo de R$ 411 mil com retorno do valor investido previsto entre 18 a 36 meses. O faturamento médio mensal de R$ 97 mil por unidade.

Lucy Onodera, da Estética Onodera: procura tem aumentado a cada ano para novas franquias, em especial no interior paulista

Marcus, da Rizzo Franchising: perspectivas de crescimento acelerado

FOTOS: DIVULGAÇÃO