



reiff_CANVA

FRANCHISING

FRANCHISE

SETOR SE MANTÉM AQUECIDO NO PAÍS E ACELERA PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

O mercado de franquias no Brasil segue em crescimento, segundo o levantamento feito pela Associação Brasileira de Franchising (ABF), o faturamento do setor atingiu R\$ 240,661 bilhões em 2023, apontando uma variação nominal de 13,8% em relação a 2022, uma porcentagem acima das projeções que apontavam o crescimento entre 9,5% e 12%.

O cenário positivo causado pelo crescimento consistente do franchising não só aumenta as expectativas para este ano como também aponta um fenômeno: a expansão de marcas de franquias brasileiras para o exterior. Marcando um aumento no processo de internacionalização, o movimento que vem sendo investido por empreendedores que buscam definir e conquistar novas metas.

O efeito desse fenômeno no setor brasileiro, que serve como referência para diversos países exteriores, marca a presença do Brasil na quarta posição do ranking de maiores mercados em número de redes de franquias do mundo, segundo a ABF.

"O setor de franquias no Brasil segue em crescimento por uma série de fatores, incluindo um mercado interno grande e diversificado, uma cultura empreendedora forte no país e a capacidade das empresas brasileiras de adaptarem seus modelos de negócios às necessidades locais.

Além disso, os investidores que buscam ingressar no franchising, conseguem ter o apoio de instituições, como a ABF e através do SAC disponibilizados por redes de franquias, quando empreendedores buscam investir em modelos já consolidados no mercado.

Há uma rede de suporte, o que não só ajuda o empresário, como também aumenta o cenário positivo para o ramo, há a consolidação de marcas, o que é muito positivo", afirma Umberto Papera Filho, CEO da Wings Company e diretor de relacionamento e novos negócios na Associação Brasileira de Franchising (ABF-RJ), formatadora de franquias, sendo responsável pela expansão de grandes marcas como Reserva e TT Burger.



Em consequência, o resultado positivo do avanço das franquias no Brasil foi o número total de operações, o país atingiu 195.862 em 2023, marcando um crescimento de 6,2% em relação ao ano anterior. Mais de 3 mil marcas adotaram o modelo de franchising como plataforma de negócios, atingindo um aumento de 7,6%, um recorde no histórico de pesquisas da ABF. O setor superou as expec-

tativas comerciais, provocando a definição de novas metas entre investidores do ramo.

Não à toa, o último levantamento feito pela ABF, em relação ao processo de internacionalização de franquias, concluiu que existem mais de 200 marcas brasileiras em 126 nações, apontando um crescimento de 10% no processo de operação internacional. Entre os 10 países com as maiores atuações de franquias brasileiras estão os Estados Unidos, em primeiro lugar contando com 78 marcas, Portugal, em segundo lugar contando com 56 marcas, e Paraguai, contando com 46 marcas.

"O resultado do cenário positivo do franchising dentro do Brasil amplia as expectativas do crescimento do setor no país, aumentando o faturamento, a oportunidade de empregos também, além de acelerar o processo de internacionalização.

Ao longo dos últimos anos estamos acompanhando o crescimento de marcas apostando em diversos países pelo mundo e tendo resultados positivos, principalmente por seguirmos métodos, modelos e estratégias diferentes de outros países em relação ao investimento em franquias", afirma Umberto.

Para o especialista no setor, em países mais ricos, o ramo de franquias pode não ser tão potente devido a uma série de razões, incluindo mercados saturados, altos custos de operação e regulação, menor propensão ao empreendedorismo, e uma cultura de negócios menos flexível.

Já no Brasil, marcas possuem uma capacidade maior de inovar e se adaptar ao cenário atual, o que provoca aumento da competitividade das empresas brasileiras, que não é somente um sinal de alta demanda pelos produtos e serviços do setor, mas também uma forma de estimular o negócio a ser mais inovador e eficaz.

O saldo positivo dessa estratégia no setor brasileiro, é a porta aberta para alcançar novos lugares pelo mundo. "Apesar do cenário positivo, para que as franquias brasileiras consigam se destacar em países que não são referências no setor, elas precisam focar na qualidade dos produtos e serviços, adaptar-se às preferências locais, investir em marketing e branding, e estabelecer parcerias estratégicas com empresários locais.

Estudar muito bem sobre os consumidores locais, a forma de conseguir conversar bem e atingir o público-alvo, e em quais locais devem ser definidos para inserir o negócio, também são passos primordiais para conseguir ter um retorno positivo desse investimento", recomenda Papera.

É comum que muitos empresários pensem que o processo de internacionalização provoque um aumento de custos, de gastos e de investimento no setor de franchising, mas para Umberto, o processo de expansão para fora do Brasil poderá impactar positivamente os resultados do setor no país.

Por meio do aumento da visibilidade das marcas brasileiras no exterior, há o fortalecimento da reputação do país como um centro de negócios e inovação, gerando receitas adicionais, incentivando o crescimento e a expansão das redes de franquias domésticas. - Fonte e outras informações: (<https://wingscompany.club>).

