

# Negócios tradicionais de 'cara lavada'

Têm vindo a multiplicar-se as redes de franchising com base em serviços ancestrais como os arranjos de costura, de calçado ou retrosarias. Apostam numa oferta cada vez mais completa de serviços e a crise é encarada como uma oportunidade já que "em vez de comprar novo, as pessoas preferem arranjar e transformar".

A voracidade do dia-a-dia e a exigência cada vez maior do consumidor não se compadecem com a forma de gestão a que alguns negócios tradicionais se habituaram ao longo de muitos anos. Por isso, algumas marcas viram no franchising uma oportunidade de aproximar estes serviços do cliente com uma imagem moderna e serviços de qualidade, prestados de forma profissional e com rapidez.

Redes de arranjos de costura ou de calçado têm proliferado nos últimos anos e estão já hoje espalhadas por todo o país e a Casa Rocha (com 75 anos de existência) lançou também a sua rede de retrosarias. Franchisadores, masters e franchisados reconhecem algumas dificuldades, devido à crise mas também salientam que essa é, por vezes, a razão de novos clientes os procurarem. A transformação/reciclagem de roupa é já uma tendência, dizem por exemplo os responsáveis da Cort&Cose, da Arranjos Express e da Topcostura. A aposta num conjunto cada vez mais alargado de serviços é outra das tendências destes negócios, seguida por várias marcas, oferecendo conveniência aos clientes e novas possibilidades de negócio aos franchisados. "O sector dos multiserviços em Portugal tem evoluído positivamente, notando-se a transferência de consumo dos operadores tradicionais para as redes existentes", afirma Duarte Ramos, franchisador da Botaminuto, acrescentando: "penso que o segredo do sucesso da marca é basear-se no saber fazer tradicional e adaptá-lo aos tempos de hoje.

Paralelamente a inclusão sucessiva de novos serviços complementares tem ajudado a sedimentar o mercado".

Catarina Pinto, responsável de comunicação da Cort&Cose, explica que "o conceito da marca baseia-se em dois aspectos fundamentais: o de prestação de serviços de costura personalizada, através do qual se pretende satisfazer as necessidades específicas de cada



Marco Rodrigues, francheado da S&FF, é um dos vários a referir a dificuldade de contratação de pessoal nesta área

cliente, não só no âmbito dos arranjos rápidos, mas também e sobretudo, no dos arranjos mais complexos, designadamente, roupa por medida e transformações/reciclagem de vestuário - uma verdadeira tendência (...); e o de loja de conveniência de prestação de serviços em vestuário e têxtil-do-lar, através de localizações próximas do cliente, com horários alargados e um mix de serviços completo que, para além da costura, engloba, igualmente, a engomadoria, a limpeza a seco e as limpezas especializadas".

Na Arranjos Express a transformação e reciclagem é a grande aposta, sendo o próximo passo uma parceria com um estilista para desenvolvimento de uma linha de roupa transformada e reciclada. "Podemos transformar uma peça de roupa ultrapassada numa peça actual e moderna e temos feito desfiles de moda com roupa transformada com um grande sucesso", garante Paulo Alexandre, francheador da rede. Além das transformações de roupa a marca também reaproveita as sobras dos arranjos efectuados nas lojas: "fazemos malas, cintos, bolsas para telemóveis, sacos, etc." e recicla os materiais.

"Fomos ao longo do tempo desenvolvendo serviços que vão ao encontro das necessidades do consumidor, desenvolvendo nichos de mercado com um grande potencial para crescimento. Desenvolvemos um outro serviço, o 'Arranjos Express Home', para as pessoas que preferem um atendimento personalizado no conforto das suas casas", adianta o responsável.

#### Novos serviços e novos mercados

O sentimento geral é de que o sector ainda tem espaço para o crescimento das actuais redes e, eventualmente, de novas

## Franchising

Directorio de oportunidades 2011 | 12

## GUIA DE REFERÊNCIA DO FRANCHISING EM PORTUGAL

### PORQUÊ ANUNCIAR NA PRÓXIMA EDIÇÃO DO DIRECTÓRIO

#### Pelo Conceito:

Principal fonte de informação para quem procura um negócio em franchising

#### Pelo Qualidade:

Da informação disponibilizada, usabilidade e impressão

#### Pela Visibilidade:

Máximo destaque através da Página Dupla+Destaque com logótipo na listagem geral; Espaço privilegiado no Verso de Capa, Contracapa ou Verso de Contracapa

#### Pela Cobertura:

Beneficiar de uma distribuição nacional e internacional de **10.000** exemplares

#### Pelo Formato:

Versão impressa e digital (pdf)

### DÊ À SUA MARCA O DESTAQUE QUE ELA MERECE!

Peça-nos uma proposta de anúncio hoje mesmo:  
Tel: +351 21 00 33 826/7  
Email: comercial@ife.pt

  
Instituto de  
Informação  
em Franchising

  
IFE  
Instituto de Informação em Franchising

mas este ano espera-se essencialmente, consolidação e estabilidade das cadeias, num ambiente económico incerto. Ernesto Granja da Topcostura considera que "a generalidade do sector tem reagido bem a este cenário de redução do consumo, dado que se aposta mais nas transformações/recuperação da roupa face à redução na compra de vestuário". A marca faz promoções com redução de preço e, em 2011, os preços não vão reflectir o aumento do IVA além de estar a apostar noutro mercado: "servir cadeias de lojas de vestuário que precisam de arranjos mais rápidos e executados de uma forma mais profissional".

Fúlvio Resende, franchisado da Topcostura no Via Catarina Shopping, no Porto, salienta também os novos serviços criados pela rede, nomeadamente "o arranjo de malas e carteiras".

Além da transformação e arranjos de roupa, esta rede inclui

Rocha tem de tudo!"

Também a Botaminuto se lançou numa nova área ao criar a Casaminuto que, segundo o franchisador, será uma aposta este ano "já que sentimos que é uma das áreas com maior potencial de crescimento".

A criação de novos serviços e estabelecimento de parcerias com empresas e marcas diversas é louvado pelos vários franchisados das redes com quem falámos e reconhecido como um esforço dos franchisadores/masters para os ajudar a conseguir mais negócio e enfrentar os tempos de crise. "O franchisador apoiou com a criação de novas áreas de negócio: a Logística (em parceria com a Adicional), a Casaminuto e o lançamento de novos produtos (em parceria com a True Utility)", refere Francisco Marques franchisado da Botaminuto do Modelo do Montijo. Sérgio Lopes, da Chaviarte do Jumbo de Famalicão, diz que "foi implementada uma parceria com a Adicional que nos permite

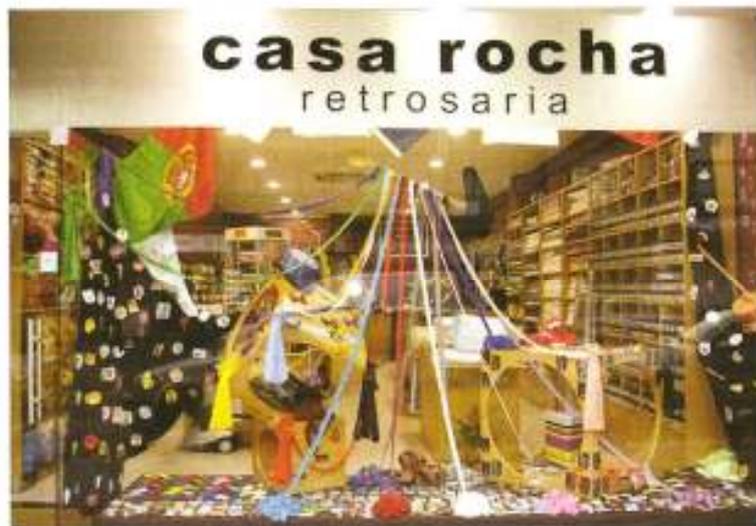
recepcionar e enviar encomendas. Somos agora ponto de entrega da Avenca e para colmatar as necessidades do mercado e fazemos também certificação energética, entre outros". "Criação de parcerias com algumas marcas de renome do mercado como por exemplo a 'Lanidor' e o 'Skip', são acções conjuntas que nos podem ajudar a angariar novos clientes", afirma Paula Pereira, franchisada das Cort&Cose de Cascais e S. João do Estoril.

Por seu lado, Marco Rodrigues, das 5ãFil do Dolce Vita Antas e do Jumbo da Maia, destaca o trabalho do master de "anexação à marca 5ãSec em termos de publicidade, acções de solidariedade, fidelização de clientes, com o lançamento do cartão *privilege*".

A procura de novos mercados, inclusive além fronteiras, é outra forma de potenciar o negócio. A Arranjos Express está a negociar masters no Brasil, em Angola e Marrocos; a Chaviarte vai apostar primeiro em Espanha e na Botaminuto a internacionalização faz igualmente parte dos planos mas não a curto prazo.

### Falta pessoal qualificado

Do lado dos problemas, além da dificuldade de financiamento junto dos bancos, o principal obstáculo que todos salientam, desde franchisadores/masters a franchisados, é a contratação de pessoal, principalmente qualificado, mas não só. "Nem qualificado nem por qualificar. É muito difícil a contratação de pessoal", diz Francisco Marques da Botaminuto do Modelo do Montijo. E isto apesar das marcas disponibilizarem sempre formação para todos os seus franchisados e, quase sempre, também para o pessoal, como referem Paula Caldeira das Cort&Cose de Cascais e S. João



Depois de 75 anos de existência a Casa Rocha apostou no franchising como estratégia de sobrevivência

também uma área de retrosaria que, o franchisador afirma que, em geral, "tem pouco peso nas vendas".

Na cadeia de retrosarias, Casa Rocha, a complementaridade de serviços é também uma das apostas, já que várias lojas da rede oferecem também serviços de costura personalizada, cintos à medida, colocação de ilhós e molas de pressão, etc. Fátima Dias, da Casa Rocha do Funchal, há dois anos na marca, explica que a introdução da costura personalizada na rede foi uma ideia sua, uma vez que "já estávamos na área de confecção há mais de 20 anos e temos uma loja de arranjos de costura de marca própria, por isso, para nós, a retrosaria só fazia sentido se lhe juntássemos esta mais-valia. Assim, temos cinco lojas dentro de uma só: retrosaria, lãs, tecidos, confecção e colocação de ilhós e molas". O responsável de expansão da marca, Fernando Jorge, acrescenta que "o principal segredo é termos na Casa Rocha um mix de produtos e serviços, para que o cliente possa dizer: a Casa



A Cort&Cose opera com três modelos de negócio e níveis de investimento do Estoril, Tânia Beato e Leonor Ramos da Botaminuto do Tavira Gran-Plaza, Sérgio Lopes da Chaviarte do Jumbo de Famalicão e Marco Rodrigues das 5ª Fil do Dolce Vita Antas e Jumbo da Maia.

### Mais de 40 anos: handicap ou oportunidade?

Alexandre Alves da Cort&Cose da Quinta da Piedade é excepção ao afirmar: "conseguimos encontrar muitas pessoas qualificadas, apesar de concluímos que há poucos jovens interessados em costura, logo a idade do pessoal tende a ser cada vez mais elevada, o que será algo a ter em conta no médio prazo, que poderá ser colmatada talvez com acções de formação na área".

A possibilidade destas redes serem uma oportunidade para pessoas com mais de 40 anos, já com experiência na área (costureiras, sapateiros ou retroseiros), foi uma das questões abordada neste trabalho mas, embora algumas marcas re-

firam essa possibilidade e estejam até a apostar nesse nicho de mercado, a maioria salienta que, por razões diversas, essa não é uma aposta. "Reparo que muitas vezes as pessoas já com alguma experiência profissional e de vida têm alguma dificuldade em aderir a redes de franchising pois não entendem bem o conceito de serem empresários mas dependerem em muitas coisas de terceiros e de terem mesmo de prestar contas. Talvez não seja um problema de idade mas de educação. Acho que há falta de cultura ou de informação sobre o que é o franchising", nota, Alexandre Alves. "A Botaminuto rompe com a velha ideia do sapateiro tradicional, aquela imagem de trabalhar num espaço pequeno e desarrumado onde não há prazo para a entrega do serviço, as lojas da marca são lojas com uma imagem moderna e organizada onde o serviço é prestado com qualidade e rapidez, e nesse sentido achamos que não faz sentido

juntar à rede, lojas independentes de conserto de calçado que têm uma filosofia diferente da nossa", defendem Tânia Beato e Leonor Ramos.

Mas António Correia, franchisador da Chaviarte salienta que "o nosso conceito *low cost* [que será lançado este ano] será vocacionado para essas pessoas e principalmente para o interior do país, será um conceito mais simples, mais barato e sem informática e electrónica, tudo coisas que têm complicado a entrada na rede do 'antigo sapateiro'. Estamos atentos a esse segmento e é em parte por aí que apostamos no crescimento futuro". E também Vasco Lopes, responsável de expansão da 5ªFil adianta: "estão previstas as possibilidades de transformação de *ateliers* independentes em unidades 5ªFil, sendo esse também um dos objectivos para 2011, de forma a contribuir para aumentar o nosso número de unidades, ajudando os novos franchisados a colocarem-se ao lado de uma marca com forte implantação no mercado".

ANÍLIA FERREI

Marcas	Investimento Inicial	Royalties	Taxa de publicidade	Área da loja (m <sup>2</sup> )	Actividade
5ªFil	€48 000	€325	não aplicável	14 a 20	arranjos e transformações de costura
Arranjos Express	€48 000	7%	€200	25 a 30	arranjos e transformações de roupa
Botaminuto	€60 000 (loja padrão) €50 000 (loja mini)	€150	€125	20 a 25	conserto de calçado, cópias de chaves, impressão de matrículas
Chaviarte Express e Chaviarte	€45 000 a €60 000	€100 a €200/mês	não tem	24	comércio de produtos de segurança, serviço de chaves e reparação de calçado
Cort&Cose	comer: €25 000; loja: €30 000; plus: €40 000	€125	não tem	20	arranjos e transformação de vestuário e têxtil-lar
Loja das Bonitas	€50 000	6%	€200	25 a 35	arranjos e transformações de roupa
Tailor & Co.	€45 000	€400/mês	não tem	25	arranjos de roupa
Tapcostura	€30 000	€150	não disponível	25	arranjos e transformações de roupa