

EXPANSÃO DE UMA FRANQUIA GAÚCHO DE PRODUTOS NATURAIS

RÖGLIN, Karine^{1*}; DE MATTOS, Débora²; ROCHA, Rodrigo Weber³; REICHERT, Marliza Beatris⁴

^{1,2,3}FAHOR, Curso de Gestão Financeira, Faculdade Horizontina, Campus Arnaldo Schneider, Avenida dos Ipês, 565, Horizontina, RS, Brasil.

FAHOR, Curso de Engenharia Ambiental, Faculdade Horizontina, Horizontina-RS, Brasil.

*Autor Correspondente: kr003173@fahor.com.br

RESUMO

Este artigo discute a questão do setor de franquias, que tem sido de grande importância para a economia financeira, visto que são consideradas uma excelente ferramenta de negócio, visando aprofundar as matérias relativas ao conceito e evolução de uma franquia de produtos naturais que nasceu em um município de pequeno porte no interior do estado do Rio Grande do Sul. Com isso podemos identificar o crescimento econômico da mesma, e a partir desses dados, analisar sua importância no mercado atual, buscando apresentar sugestões a fim de garantir sustentabilidade a essa modalidade contratual, uma franquia gaúcha de produtos naturais. A presente pesquisa tem como objetivo analisar o crescimento econômico de uma franquia gaúcha de produtos naturais que nasceu no Noroeste do estado. Buscou-se aplicar o método hipotético dedutivo, utilizando o levantamento de dados, através de notícias vinculadas a este respeito e de pesquisa bibliográfica com base em artigos que descrevem franchising. Com base nos resultados encontrados neste artigo podemos então concluir que o diferencial da Mais Natural é levar produtos direto do campo até a mesa do consumidor. Cada grão é cultivado e processado com acompanhamento especial em lavouras cultivadas pela própria empresa, o que garante procedência e qualidade nos produtos. Oferece também produtos provenientes da agricultura orgânica, cultivados sem agrotóxicos ou fertilizantes químicos, e ressalta que grandes negócios também nascem em pequenas cidades.

Palavras chave: Crescimento, Economia Financeira, Expectativa de vida, Sustentabilidade

EXPANSION OF A GAUCHO FRANCHISING OF NATURAL PRODUCTS

ABSTRACT

This article discusses the issue of the franchising sector, which has been of great importance for the financial economy, since it is considered an excellent business tool, aiming to deepen the subjects related to the concept and evolution of a franchise of natural products that was born in a small municipality in the state of Rio Grande do Sul. In this way, we could identify the economic growth of the same municipality, and so, analyze its importance in the current market, as well as to present suggestions in order to guarantee sustainability to this contractual modality, a gaúcho franchise of natural products. This research aims to verify the economic growth of a gaúcho franchise of natural products born in the Northwest of the state. Therefore, it was applied the hypothetico deductive method, using data collection, through related news and bibliographic research based on articles describing franchising. Having found the search results, we could conclude that 'Mais Natural' company differential is taking products straight from the field to the consumer table. Each grain is cultivated and processed with special attendance in crops cultivated by the company itself, which guarantees the origin and quality in their products. It also offers products from organic agriculture, grown without pesticides or chemical fertilizers, and stands out that big businesses are also born in small towns.

Keywords: Growth, Financial Economy, Life Expectancy, Sustainability

1 INTRODUÇÃO

O Setor de Franquias cresceu 8% em 2017 na comparação com o ano anterior, saltando de R\$ 151,2 bilhões para cerca de R\$ 163 bilhões, segundo balanço parcial da Associação Brasileira De *Franchising* (Abf), os sinais de melhora da Economia Brasileira, especialmente a leve recuperação da renda e consumo, se refletiram no setor de franquias ao longo do ano passado, obtendo assim um grande crescimento no setor.

Diante deste cenário promissor, temos por objetivo inspirar as pessoas e mostrar que a vida pode ser mais leve e prazerosa, a partir de escolhas inteligentes e saudáveis que a franquia Mais Natural vem apresentando e dando continuidade ao plano de expansão da Mais Natural, tendo em vista a necessidade da população em procurar alimentos saudáveis e a preocupação com a qualidade de vida faz do investimento em produtos naturais um negócio certo e lucrativo. Pensando em cada um desses detalhes é que nasceu a Mais Natural, a primeira franquia gaúcha de lojas de produtos naturais. A franquia foi criada em 2012, está presente em diversos Estados da Federação e não para de crescer, pelo profissionalismo e experiência em sua administração, impulsionada pela crescente demanda por alimentos naturais diferenciados e de valor nutricional melhorado.

A Mais Natural é a primeira franquia gaúcha de lojas de produtos naturais, e nasceu com o objetivo de levar qualidade de vida, unido a grãos produzidos em suas terras, e chegando a mesa dos consumidores através de suas lojas, afinal o lema da franquia e

justamente esse: "A natureza cria e nós levamos até você", nascida em uma cidade no noroeste gaúcho no ano de 2012 e hoje presente em oito estados diferentes da federação, onde se sobressaiu durante os períodos de crises, chegando no ano de 2017 com 20 lojas.

Desta forma, o presente trabalho tem como objetivo geral, análise do crescimento econômico de uma franquia gaúcha de produtos naturais que nasceu no Noroeste do Estado, da mesma forma aprofundar a respeito de uma percepção referente a franquias, esmiuçando sobre a Mais Natural, com intuito de dar maior clareza ao assunto tratado, tendo dentre os objetivos específicos, simular que nas pequenas cidade do interior também podem nascer grandes negócios e assim comprovar que apostar neste mercado pode refletir em resultados realmente satisfatórios aos que desejam empreender.

2 DESENVOLVIMENTO E DEMONSTRAÇÃO DOS RESULTADOS

2.1 REFERENCIAL TEÓRICO

O conceito de franquias vem sendo amplamente debatido, e apontado como a nova forma de obtenção de vantagens competitivas ou até mesmo de sobrevivência, de acordo com esse novo modelo de negócio que vem se destacando cada vez mais. Ao criar um negócio do zero, pode se ter muitas preocupações, como aceitação do produto, marketing, propriedades intelectuais, contratos, fornecedores, métodos de fornecimento, capital, em fim são diversos pontos a serem observados pelo novo empreendedor (HAIDAR, 2018).

Já em relação ao *franchising* tudo isso já vem pronto, em regra, grande parte das marcas têm conceitos plenamente testados em relação ao negócio, ou seja, se você seguir o sistema que o franqueador implementou, estará no caminho para executar um negócio bem-sucedido (JORNAL HOJE, 2018).

Segundo dados da ABF (Associação Brasileira de Franchising), um estudo mostra que o número de franquias aumentou 127%, nos últimos dez anos, hoje as franquias são mais de 220 mil no Brasil e faturam R\$ 1 bilhão todo dia. Só no ano passado, duas franquias abriram a cada hora, em média, segundo uma pesquisa (ABF, 2018).

Segundo Marcus pequenos empresários muitas vezes não conseguem tocar o seu próprio negócios por falta de conhecimento e as franquias entram exatamente nisso, transferindo conhecimento de quem sabe fazer para quem quer aprender e fazer igual. Apesar desse crescimento, muitos empresários não conseguem o retorno esperado e precisam encerrar

as atividades. Só no ano passado, 6.550 mil franquias fecharam as portas antes de completar um ano de funcionamento (JORNAL HOJE, 2018).

Marcus ressalta que franquia não é para investidores. Franquia exige a presença do dono no dia a dia na operação, aquele que a gente chama estar com a barriga no balcão (JORNAL HOJE, 2018).

O segredo do sucesso neste negócio se chama trabalho, Marcus Rizzo, que fez a pesquisa sobre as franquias, lembrou um ditado popular: "o olho do dono engorda o gado". O ditado ajuda a mostrar a importância da presença do franqueado na empresa. Como ele disse, é importante ficar com a barriga no balcão (JORNAL HOJE, 2018).

Outra dica que pode ser utilizada é que o pequeno empresário muitas vezes investe todo o capital para abrir a empresa, mas se esquece que vai precisar de dinheiro para tocar o negócio nos primeiros meses (JORNAL HOJE, 2018).

É cada vez maior o número de pessoas em busca de uma vida mais saudável, e isso não é apenas moda, é uma tendência irreversível. Por isso, se você planeja abrir uma franquia de alimentação que está voltada para o futuro, pense em franquias de negócios como a Mais Natural (HAIDAR, 2018).

Embora já seja conhecida entre aqueles que buscam alimentos mais saudáveis e contar hoje com 24 unidades essa franquia de produtos naturais ainda pode-se dizer está no começo de sua expansão (MAIS NATURAL, 2018).

A necessidade da população em procurar alimentos saudáveis e a preocupação com a qualidade de vida faz do investimento em produtos naturais um negócio certo e lucrativo. Pensando em cada um desses detalhes é que nasceu a primeira franquia gaúcha de lojas de produtos naturais (MAIS NATURAL, 2018).

A proprietária Sandra Marasca Martini, na condição de farmacêutica e de produtora rural, percebeu a necessidade de agregar valor à produção de grãos, desde seu cultivo, processamento até o seu consumo (MAIS NATURAL, 2018).

Por isso, o diferencial desta franquia é levar produtos direto do campo até a mesa do consumidor. Cada grão é cultivado e processado com acompanhamento especial em lavouras cultivadas pela própria empresa, o que garante procedência e qualidade nos produtos. Oferece também produtos provenientes da agricultura orgânica, cultivados sem agrotóxicos ou fertilizantes químicos (MAIS NATURAL, 2018).

A franquia foi criada em 2012, está presente em diversos Estados da Federação e não para de crescer, pelo profissionalismo e experiência em sua administração, impulsionada pela

crecente demanda por alimentos naturais diferenciados e de valor nutricional melhorado (MAIS NATURAL, 2018).

2.2 FUNDAMENTOS DA FRANQUIA MAIS NATURAL

2.2.1 Lema

A natureza cria e nós levamos até você.

2.2.2 Missão

Oferecer produtos, serviços e informações de qualidade que contribuam significativamente para uma vida mais saudável e mais natural.

2.2.3 Visão

Ser referência no segmento de alimentação saudável, oferecendo produtos diferenciados e ao alcance de todos, proporcionando qualidade de vida e bem estar às pessoas.

2.2.4 Valores

- Ética;
- Visão de futuro;
- Atendimento diferenciado;
- Melhoria da qualidade de vida das pessoas;
- Comprometimento e respeito ao consumidor;
- Oferecimento de alimentos com valor nutricional melhorado;
- Qualidade e garantia, desde a origem, em produtos diferenciados (MAIS NATURAL, 2012).

2.2.5 Franquia Mais Natural Sucesso Consolidado

Cada grão é cultivado e processado com acompanhamento, o que garante procedência e qualidade nos produtos, como a linha exclusiva em marca própria. A franquia foi lançada em 2012 e tem como base a sua loja própria inaugurado no dia em 12 de Abril de 2008 na cidade de Três de Maio, levando o nome desta cidade para e do estado do Rio Grande do Sul para todo o Brasil, pois está presente em oito estados da Federação como Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Paraíba e nos próximos

meses, inauguração prevista nos estados da Bahia e do Espírito Santo, além de mais uma nos estado do Mato Grosso (MAIS NATURAL, 2018).

A franquia não para de crescer pelo seu profissionalismo e experiência em sua administração, impulsionados pela crescente demanda pelos produtos naturais diferenciados e de valor nutricional melhorado. Além de prestar assessoria de implantação a gestão de sua loja, também possui uma indústria e distribuidora exclusivas dos franqueados Mais Natural (MAIS NATURAL, 2018).

Segundo pesquisa realizada com a franqueadora, que ressalta que a Mais Natural tem por objetivo levar qualidade de vida, com informações idôneas, aliado a um bom atendimento, é um orgulho termos nascido em Três de Maio e hoje poder levar o nome desta cidade para o Brasil, afinal grandes negócios também nascem em pequenas cidades (MAIS NATURAL, 2018).

2.3 MATERIAL E MÉTODOS

A presente pesquisa foi realizada através do método hipotético dedutivo, que é conhecido como o método de tentativas e eliminação de erros. (GIL,2002)

A metodologia utilizada na captação de dados, compôs-se de pesquisa bibliográfica, a partir de artigos relacionados ao *franchising*¹, para levantamento de dados concretos através de autores qualificados para dar embasamento aos fatos. Além disso, realizou-se pesquisa com empresários e investidores interessados no mercado franqueador, com questionário encaminhado via e-mail, a fim de entender as necessidades do setor, bem como as vantagens que se tem em fazer parte da franquia da Mais Natural.

Os resultados de sua expansão serão mostrados a partir de mapa, e também será elaborado um esboço no que se refere ao plano de negócio para a formação de uma loja franqueada com referências desta pesquisa. O referido plano de negócio possibilita uma maior organização, a fim de promover com grandes chances de sucesso e pequena margem de erro e fracasso.

¹ Forma de fazer negócio em parceria na qual uma empresa com sucesso comprovado concede a terceiros o direito de explorar os seus produtos e serviços, de usar marca comercial e ainda de implementar os seus métodos de gestão, recebendo contrapartidas financeiras.

2.4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

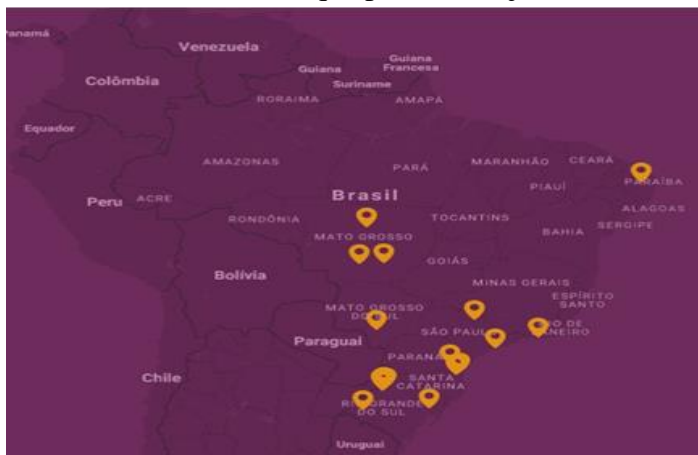
A primeira franquia gaúcha de produtos naturais nasceu do sonho da sua idealizadora de levar mais qualidade de vida as pessoas, aumentando a expectativa de vida, aliado ao bom atendimento. a proprietária, na condição de farmacêutica e de produtora rural, percebeu a necessidade de agregar valor à produção de grãos, desde seu cultivo, processamento até o seu consumo. por isso, o diferencial da mais natural é levar produtos direto do campo até a mesa do consumidor. cada grão é cultivado e processado com acompanhamento especial em lavouras cultivadas pela própria empresa, o que garante procedência e qualidade nos produtos, como a linha exclusiva em marca própria.

A rede nasceu como uma loja de produtos naturais com o nome de Vida Natural em 12/04/2008 e que em 2012 passa à franquia e chama-se Mais Natural, com isso nasceu à necessidade de levar alimentos com valor nutricional melhorado, qualidade e garantia de produtos diferenciados, além de informações ao consumidor com programa local de rádio e colunas em jornais com assuntos informativos levando ao cliente conhecimento, pois no geral poucos sabiam sobre alimentos funcionais, orgânicos, suplementos, nutracêuticos e qualidade de vida.

A franquia foi criada em 2012, e nasceu em Três de Maio, levando o nome dessa cidade e do Estado do Rio Grande do Sul para todo o Brasil, pois está presente em diversos Estados, e não para de crescer, pelo profissionalismo e experiência em sua administração, impulsionada pela crescente demanda por produtos naturais diferenciados e de valor nutricional melhorado.

A necessidade da população em procurar alimentos saudáveis e a preocupação com a qualidade de vida faz do investimento em produtos naturais um negócio certo e lucrativo. Pensando em cada um desses detalhes é que nasceu a Mais Natural, a primeira franquia gaúcha de lojas de produtos naturais.

Figura 1- Mapa ilustrativo dos estados que possuem lojas da Mais Natural



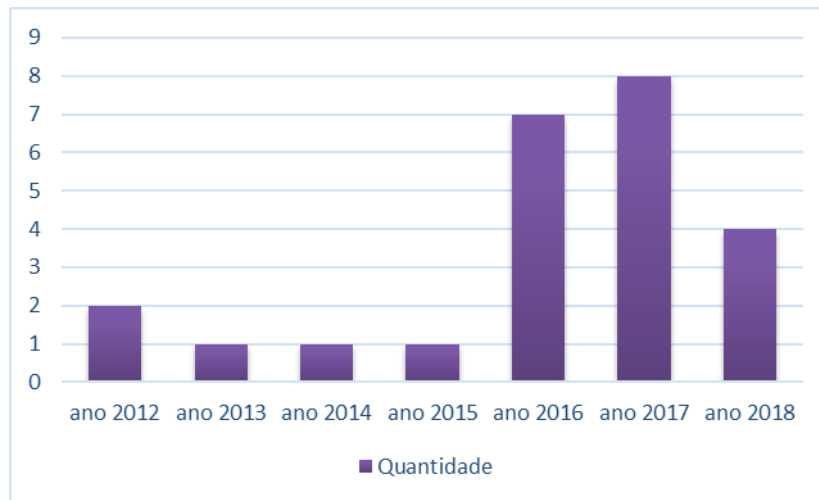
Fonte: Mais Natural/2018

Com a abertura da franquia nasceu também mais dois negócios para atender aos objetivos, a distribuidora com o intuito de oferecer um mix de vários produtos aos franqueados, e com valores de pedidos mínimos baixos facilitando a reposição e giros dos produtos nas lojas, pois a maioria destes produtos tem uma validade média de seis meses, hoje em dia a distribuidora conta com mais de dois mil itens, sendo quinhentos itens em marca própria.

Com objetivo de fortalecimento de marca e diferencial, foi construído uma planta fabril para fabricação dos produtos alimentícios de marca própria, esta conta com uma área total 69 m². A empresa hoje conta com 7 colaboradores na unidade fabril e distribuidoras que trabalham vinculadas.

Hoje a Mais Natural tem 24 lojas franqueadas espalhadas em diversos estados da federação brasileiros com projeção de 30 lojas neste ano de 2019.

Figura 2- Gráfico ilustrativo do crescimento da franquia em número de lojas franqueadas



Fonte: Mais Natural/2018

2.4.1 Produção em lavouras próprias garante qualidade no cultivo de matérias-primas que são base para os alimentos saudáveis da mais natural.

Juntamente com essa visão positiva do mercado, há o fato que a busca por uma alimentação mais natural, orgânica e livre de aditivos químicos cresce a cada dia. Estimativas mostram que o mercado de alimentação saudável deve crescer mais de 4% ao ano até 2021. É com essa visão de mercado que a CEO (direção executiva) da Mais Natural, apostam no trabalho conjunto entre estes dois setores para garantir o contínuo crescimento do seu modelo de franquia, que atualmente já conta com mais de 24 lojas espalhadas pelo Brasil.

A proprietária da rede, vinda de uma família de agricultores possui uma forte paixão pela natureza, tendo enraizado em seus princípios a cultura familiar passada de geração para geração e a persistência em continuar trabalhando e produzindo alimentos de qualidade. Nas lavouras da franquia são produzidos diversos grãos que servem de matéria-prima para os produtos Mais Natural. Entre eles, podem ser citados a chia, o trigo, milho, soja, canola, sorgo e linhaça dourada, além de quinua e amaranto.

Com uma visão voltada para a qualidade e preservação do solo, a Mais Natural busca por tecnologias que causem menor impacto possível na natureza, priorizando a produção sustentável. Além disso, a franquia mantém mais de 20 hectares de mata nativa, terras intocáveis preservadas pensando no bem-estar das futuras gerações. É com essa paixão pela natureza e preocupação com a qualidade de vida que a Mais Natural busca garantir, através da

sua produção em lavouras próprias, que os consumidores levem para casa produtos que realmente contribuem para uma alimentação saudável e rica em nutrientes.

2.4.2 Franquia mais natural completa cinco anos de atividades

No ano em que comemorou 5 anos de história, a Mais Natural decidiu acompanhar o perfil do investidor brasileiro e apostar em um novo modelo de negócio: o Espaço Mais Natural. Com o intuito de facilitar a criação de novas lojas, principalmente em cidades com menos de 10.000 habitantes, a Mais Natural lança franquia com investimento mais acessível que o tradicional aos empreendedores que desejam investir na área de alimentação saudável.

Com o setor em contínuo crescimento, apesar de problemas econômicos enfrentados no país durante os últimos anos, a primeira franquia gaúcha de lojas de produtos naturais cria essa nova modalidade de negócio, facilitando a criação de pontos de venda em cidades menores, que não comportam uma loja tradicional. Com um Espaço já inaugurado dentro de uma farmácia na cidade de Boa Vista do Buricá-RS, com população média de 6.576 habitantes, o modelo apresenta ótima receptividade, principalmente por ter o foco em cidades onde o acesso aos produtos naturais é mais difícil.

De acordo com a CEO (direção executiva) da Mais Natural:

Esta é uma das alternativas que a franquia também encontrou para expandir com vigor a atuação no mercado e implantar unidades em cidades menores, em locais que possuem ampla procura dos produtos trabalhados pela franquia, onde a maior parte dos clientes precisa deslocar-se para outras cidades. Este modelo de negócio visa facilitar ainda mais o alcance de uma alimentação equilibrada, saudável e nutritiva a toda a população brasileira.

O Espaço Mais Natural conta com o mix de produtos trabalhados nas lojas tradicionais, como encapsulados nutracêuticos, produtos sem glúten, sem lactose, chás, temperos, grãos, cereais, castanhas e muito mais. Esse modelo de negócio pode ser agregado em farmácias, consultórios de nutricionistas, academias, studio de pilates.

CONCLUSÃO

O presente trabalho tem como referido tema a expansão de uma franquia gaúcha de produtos naturais do noroeste do estado, onde foi proposto um estudo relevante e atual no que se diz respeito a franquias no segmento de produtos naturais.

Conforme já foi elucidado no presente trabalho, reitera-se de forma sucinta as questões mais pertinentes, onde pode se citar que foram trabalhados de forma a identificar se a

alimentação esta sendo vista de forma significativa no tocante a aceitação do público ao novo conceito de alimentação saudável proposto pela rede de franquias de produtos naturais.

O trabalho apresentava como hipótese inicial, a ideia de que as franquias de produtos naturais têm impacto direto na qualidade de vida das pessoas, neste mesmo viés se questiona se é viável a implantação de uma franquia em cidade menores de 20 mil habitantes e ainda se existe demanda para esse ramo de atividade.

Neste contexto se traz a informação que o setor de alimentação saudável cresceu 98% nos últimos anos no Brasil. Essa afirmação é do Sebrae, em publicação realizada no mês de agosto de 2017 em seu site. De acordo com um estudo da agência de pesquisa Euromonitor, o mercado de alimentação ligado à saúde e ao bem-estar cresceu 98% no país de 2009 a 2017. Com isso, pode-se afirmar que a de fato demanda suficiente neste ramo de atividade.

Oportuno destacar que o setor movimenta US\$ 35 bilhões por ano no Brasil, que é o quarto maior mercado do mundo, contudo a abrangência do segmento se justifica pelo fato de que, para 28% dos brasileiros consumir alimentos nutricionalmente ricos é de suma importância, além disso, 22% da população opta por comprar alimentos naturais e sem conservantes, restando desta forma evidente o impacto direto na qualidade de vida das pessoas.

Alguns produtos, que até pouco tempo eram desconhecidos vêm ganhando espaço na mesa dos brasileiros e nas lavouras. São o caso da quinua, da linhaça, do goji berry, do açafrão e da chia, pois esses produtos fornecem além de energia, uma série de benefícios ao organismo humano.

Cabe lembrar que esse trabalho não tem a pretensão de esgotar o estudo da matéria apresentada, pois hoje em dia é um assunto que está em crescimento diário, onde os produtos naturais vem em constante desenvolvimento, mas isso irá evoluindo de tempo em tempo e merece ainda grandes discussões em torno do tema.

REFERÊNCIAS

ABF, Associação Brasileira de Franchising Disponível em:
https://www.abf.com.br/?gclid=EAIaIQobChMIpKi50tGc2gIVEQaRCh1HjAOcEAAAYASA_AEgKL4fD_BwE acessado em 14 de Março de 2018.

A MAIS NATURAL Disponível em:
<http://maisnatural.ind.br/> acessado em 14 de Março de 2018.

FRANQUIA MAIS NATURAL. Revista digital. Disponível em:
<http://maisnatural.ind.br/br/mais-natural-produtos-naturais> acessado em 14 de Março de 2018.



De 04/06/2018 a 06/06/2018

Haidar Diego, Número de franquias no Brasil aumentou 127% nos últimos 10 anos, jornal Hoje, edição do dia 27/01/2018 Rio de Janeiro.

Joinville Univille, 2005, franchising, o que é, como funciona. Brasília: SEBRAE, 1994. 1.
Schwartz, José Carlos A padronização na formação dos contratos de franquia de serviços.