

a maioria dos pratos ilustrados, os quais eram entregues por meio de mala direta, de porta em porta e também por corpo a corpo.

Com o passar do tempo, devido ao aumento nas vendas e ao crescimento do negócio, houve a necessidade de contratação de novas pessoas e a divisão formal das tarefas entre Robinson e sua irmã, e cada um passou a ser responsável pela área onde tinha um maior conhecimento e habilidade: no caso da sua irmã, marketing e finanças, e no seu caso, por todo o processo de compra da matéria-prima, pela contratação de mão-de-obra e até mesmo pelo atendimento aos clientes. O pai, apesar de ter sido essencial desde o início do empreendimento, nunca deixou a profissão de dentista, continuou atendendo e, à medida que o tempo foi passando, ele começou a só ir à loja aos finais de semana, quando o movimento era maior. Após um ano de vida da marca, como a taxa de crescimento do seu empreendimento era consideravelmente alta, Robinson observou que a capacidade de expansão daquela loja estava esgotada e optou então pela abertura em 1993 da segunda loja China In Box, localizada no Ibirapuera, com as mesmas características de sua idéia inicial.

A expansão do negócio se deu mesmo a partir de 1994, depois que Robinson foi convidado a participar da feira de franquias no Anhembi, onde foi procurado por diversas pessoas interessadas em abrir uma franquia da loja China In Box.

“Quando fui convidado a participar da feira não imaginava que haveria tanto interesse das pessoas em abrir uma franquia do negócio que eu havia descoberto, confesso que foi um dos momentos de maior satisfação para mim”.

Nesse mesmo ano foram abertas as primeiras quatro franquias da loja, uma na região de Santo André, outra no bairro do Brooklin, outra no bairro de Santana e a última em Campinas, interior de São Paulo.

Ainda em 1994, foram feitas algumas modificações na parte administrativa, afinal já não eram apenas duas lojas, mas já se dava início a rede China In Box. Foi montado um escritório dentro da loja de Moema, de onde é administrada toda a rede. Também em 1994 se juntou à equipe Márcia, mulher de Robinson, como responsável pela parte financeira de toda a rede.

A partir daí, a cada ano que se passava mais e mais pessoas ficavam interessadas em possuir uma franquia da rede China In Box. Em 2008 a rede possuía 115 franqueados e duas lojas que pertencem ao próprio Robinson: a de Moema e a do Ibirapuera, que são administradas por gerentes.

Mesmo com a expansão da marca, Robinson sempre teve a preocupação em manter a higiene e qualidade em toda a rede. “Com o objetivo de agradar a clientela já existente e atrair cada vez mais clientes, o China In Box procura sempre estar criando novas promoções, pois inovar é importante em qualquer ramo de negócio, ainda mais na área de alimentação”.

O escritório administrativo conta com 20 funcionários e a média de funcionários por loja é de 10 funcionários. O serviço de entrega é terceirizado e cada franqueado é responsável por escolher a empresa de entrega que quer contratar para trabalhar para a sua loja.

O faturamento bruto mensal de cada loja chega a R\$60 mil em média. Destes, cerca de 8% são revertidos para o franqueador, que por sua vez investe 2% em marketing para toda a rede.

Robinson tem como objetivo continuar expandindo a marca China In Box para o exterior e esta expansão já vem acontecendo, haja vista existirem duas lojas no México, na cidade de Guadalajara.

“Apesar da marca China In Box já ser bastante conhecida, tenho uma preocupação muito grande em dar continuidade ao crescimento de toda a rede e o marketing, na minha opinião, é uma das ferramentas mais importantes para que isso aconteça”.

Conselhos de Robinson sobre ser empreendedor:

“O lado positivo de um bom empreendedor é ter a vantagem de perceber com maior facilidade um nicho de mercado em algo simples e inovador. O lado negativo é o medo que um empreendedor tem de perder tudo o que investiu em algo que venha a dar errado.”

Se faria tudo de novo e o que faria diferente:

“Com certeza eu faria tudo novamente. Não faria nada de diferente, afinal hoje a marca China In Box já é a maior rede de delivery de comida chinesa da América Latina.”

