



M O R A N A

A woman with dark hair in a ponytail, wearing a pink blazer and gold jewelry, including rings, earrings, and necklaces. She is looking towards the camera with a slight smile. The background is a light gray with diagonal lines.

M O R A N A

para quem ama

acessórios

*SURGIMENTO
DA MARCA*

MORANA



GRUPO ORNATUS



O GRUPO ORNATUS é a franqueadora das marcas de acessórios femininos Morana e Balonè Fashion Bijoux. É também responsável pelo Little Tokyo, restaurante de culinária japonesa formatado para áreas gourmets de shopping centers, e participa da Love Brands, uma co-branding formada pela Balonè, Puket e Imaginarium.

Criado em 2007, o Grupo Ornatus foi constituído com o objetivo de agregar solidez e dar estrutura independente para todas as marcas, além de detectar novas oportunidades no mercado.

Em 2015, o Grupo, que tinha em seu portfólio a Jin Jin Wok, Jin Jin Sushi e MySandwich, realizou a fusão dessas redes com as marcas Griletto e Montana Express e o fundo investidor G5 Private Equity. Hoje, as cinco marcas fazem parte da Halipar - Holding de Alimentação e Participações.

Atualmente, as redes Morana, Balonè e Love Brands possuem cerca de 400 lojas no Brasil, além de operações nos Estados Unidos.

M O R A N A



A MORANA, desde a sua criação em 2002, é referência em acessórios pessoais. A marca atende às exigências da mulher moderna que gosta de moda e prioriza um acessório de beleza clássica e acabamento primoroso. Presente em todo o Brasil, a franquia tem cerca de 300 lojas em operação.

CARACTERÍSTICA DA MARCA

Contemporânea, sensual, informada e sofisticada. Para quem busca se diferenciar seguindo as últimas tendências da moda.

MORANA



*A MULHER
MORANA*

MORANA



**GLAMOUROSA,
PODEROSA,
ELEGANTE,
MODERNA,
E ACESSÍVEL.**

Entre 18 a 45 anos, urbanas
e elegantes, que buscam na marca
peças que valorizam seus looks.

MORANA



then



Uma das maiores redes de acessórios femininos do Brasil com mais de

300 pontos de venda

MORANA



O projeto **MORANA** tem uma linguagem arquitetônica contemporânea que se coloca entre a sofisticação de uma joalheria e a descontração de uma loja de bijuterias, identificando-se com proposta dos produtos da marca.

Isso torna a Morana diferente das demais concorrentes em termos de exposição de vitrine e interior de loja.



LOJAS DE SHOPPING

LOJAS DE RUA



MORANA

“IN COMPANY”



Projeto “In Company” auxilia franqueados a potencializar as vendas na sua região por meio de uma estrutura de MDF criada para expor seus produtos em ações de marketing fora do ambiente de loja, potencializando as vendas na sua região. É possível usá-lo, por exemplo, em clínicas de estética, salões de beleza ou em eventos corporativos.

MORANA

PRÊMIOS RECENTES



MAIS DE 15 ANOS
CONQUISTANDO
O PRÊMIO EXCELÊNCIA
EM FRANCHISING



PRÊMIO TOP25 DO
FRANCHISING BRASILEIRO
2019



20º PRÊMIO LOJISTA
ALSHOP 2019



SELO DE
EXCELÊNCIA EM
FRANCHISING 2020



PRÊMIO ABF
FRANQUEADOR
DO ANO 2007



CERTIFICADO
RECLAMEAQUI



CERTIFICADO DE
FRANQUIA
INTERNACIONAL 2020



SELO DE
EXCELÊNCIA
ALSHOP 2019

MORANA

*O CORAÇÃO
DA OPERAÇÃO*

MORANA

NOSSA PRODUÇÃO
É TERCEIRIZADA, PORÉM,
TANTO COM OS FORNECEDORES
NACIONAIS QUANTO COM OS
INTERNACIONAIS, TEMOS
CONTRATO DE EXCLUSIVIDADE
QUANDO TRATA-SE DE PRODUTO.

Embora a Morana respeite as coleções
de Primavera/Verão e Outono/Inverno,
o produto é ATEMPORAL.

A inspiração das peças é realizada pelas
diretoras de produto da Morana após
viagens periódicas e pesquisas de
tendências aos principais mercados da
moda no mundo.

O mix de produtos da Morana conta com
mais de 5 mil itens, peças que vão
de R\$ 15,00 a R\$ 900,00.

As peças recebem um banho de Rhodio,
que é um tratamento realizado em jóias,
para que elas brilhe mais e tenham
maior durabilidade.



MORANA



*COMPRA*S

MORANA



EXISTEM QUATRO FORMAS DO FRANQUEADO REALIZAR A COMPRA DE PRODUTOS:

PPM

CSM

LOJA VIRTUAL



MORANA

Não existe uma compra mínima obrigatória, os franqueados compram conforme sua necessidade.

- Em virtude desta questão, as liquidações e promoções na loja são opcionais;
- Baixo índice de “encalhe” de produtos.

Produtos à pronta entrega, porém, para produtos de campanhas não existe reposição, apenas para os produtos básicos com o intuito de preservar a exclusividade das peças.

***São em média 50 lançamentos semanais**

Baixo valor de frete: os produtos possuem pouco peso e volume.

Existe a possibilidade de troca de produtos entre franqueados através da Intranet, no fórum de franqueados.

O estoque inicial é comprado a vista. O valor varia de:

R\$ 2.000,00 a R\$ 5.000,00 por m², mas será determinado de acordo com o potencial de vendas e sazonalidades

As compras subseqüentes possuem as condições abaixo:

**A prazo - 30 / 45 / 60.
A vista - 5% de desconto**



TREINAMENTO

MORANA

TREINAMENTO PRÁTICO

O treinamento é realizado em São Paulo em uma de nossas lojas próprias durante 5 dias.

O treinamento é destinado ao franqueado e é acompanhado pelo supervisor.

Treinamento In Loco para a equipe de vendas.

TREINAMENTO TEÓRICO

O treinamento têm como tema os assuntos pertinentes a operações como:

- Marketing;
- Financeiro;
- Produtos;
- Vendas;
- E outros.

PÓS ABERTURA DA LOJA

O Grupo Ornatus possui um departamento destinado exclusivamente a treinamentos.

Existem treinamentos periódicos de reciclagem e atualização. Todos eles são destinados tanto para os franqueados como para sua equipe.

O intuito é que o franqueado seja capacitado ao máximo para que o mesmo tenha condições de operar bem a sua loja e multiplicar os conhecimentos adquiridos.

*SUPORTE DA
FRANQUEADORA*

MORANA

CONSULTORIA EM RH

- Suporte e orientação aos novos franqueados na etapa de contratação da equipe de vendas para a loja;
- Técnicas de venda;
- Uniformidade aos padrões da rede;
- Gestão do ponto de venda.

CONSULTORIA EM PROPAGANDA E MARKETING

- Divulgação e estratégias de marketing elaboradas / acompanhadas por equipe especializada;
- Auxílio na inauguração da loja;
- Auxílio na divulgação local;
- Responsável pelas campanhas de rede.



Musas do Brasil

MORANA.com.br
Paraná: 11 2110-3300

MORANA

Campanha
Inverno 2014

*5 CARROS
5 CHANCES
ATÉ O NATAL*



Campanha de Marketing
Agosto/2014
Natal Antecipado

SOBRECAPA PUBLICITÁRIA

CARAS

CAROLINA DILCKMANN

MORANA.com.br
Fones: 11 2110-3300

Imagem: Mariana Moraes / Agência; Foto: José de Jesus / Agência; Edição: Mariana Moraes / Agência; Criação: Mariana Moraes / Agência; Cópia: Mariana Moraes / Agência; Censura: Mariana Moraes / Agência

— ESTE PODE SER O —
Seu Presente
DE NATAL



COMPRANDO SEUS PRESENTES
DE NATAL NA MORANA,
**VOCÊ CONCORRE
A UM CARRO 0KM!**

4 CARROS JÁ FORAM SORTEADOS.
APROVEITE!

MORANA

SOBRECAPA
Campanha
Verão 2014/2015

MORANA.com.br
fones: 11 2110-3300



CLEO PIRES

gpa-br.com



Toda namorada merece um presente inesquecível.

MORANA

Campanha
Inverno 2015
Dia dos Namorados

FANCLUBS: 011 2110-3300

por Deborah

Cada personagem
que eu vivi marcou
a minha vida.

A gente costuma dizer que
os personagens são como
presentes, e eu acho que não
tem mesmo palavra melhor
pra descrever, porque
presentes especiais também
são sempre inesquecíveis.

DEBORAH SECCO

MORANA



QUANTAS
HISTÓRIAS
CABEM
NUMA
CAIXINHA?

COMPARTILHE TAMBÉM SUAS
HISTÓRIAS EM MORANA.COM.BR

Campanha
Verão 2015/2016

JULIANA PAES



MORANA

 MORANA.COM.BR

SHOPPING MORUMBI

Campanha
Verão 2015/2016

PROMOÇÃO
VERÃO
DA **SORTE**



Campanha
Verão 2017

QUAL É O SEU PODER?



EU ME SINTO PODEROSA EM DAR ALEGRIA PARA AS PESSOAS.

Ingrid Guimarães



EU ME SINTO PODEROSA QUANDO REPRODUZO EM ARTE TUDO AQUILO QUE PENSO E SINTO.

Fernanda Young



EU ME SINTO PODEROSA PRATICAMENTE TODOS OS DIAS. TODA MULHER É PODEROSA. ELA SÓ TEM QUE DESCOBRIR ISSO.

Sabrina Sato



EU ME SINTO PODEROSA QUANDO ESTOU PASSANDO CONHECIMENTO PARA EMPODERAR OUTRAS MULHERES.

Astrid Fontenelle

#PoderosaComMorana

O PODER DE SER
MORANA



Juntas
somos
mais

#ForçaFeminina

 MORANA.COM.BR

MORANA

Campanha
Verão 2018



EU SOU
MORANA
QUANDO ME
(RE)DESCUBRO
TAÍS ARAUJO

MORANA

Campanha
Inverno 2018



Grazi Massafera

REVELE
A SUA JORNADA
LANÇAMENTO VERÃO

MORANA

www.morana.com.br

Campanha
Verão 2019

Camila Coelho

EU
#ACREDITO
NO MEU
Brilho
MORANA

Campanha
Verão 2015/2016



#Memórias
que marcam

MORANA

CAMPANHA VERÃO 20

COM CAMILA QUEIROZ

Campanha
Verão 2020

SABRINA SATO



MAIS
eu quero é.
mais

M O R A N A

Campanha
Inverno 2020



COLEÇÃO BY

Flavia Pavanelli

MORANA

para quem
AMA
se cuidar



CONSULTORIA OPERACIONAL

- Suporte contínuo a nossos franqueados no processo de gestão da loja;
- Acompanhamento da composição do “enxoval”;
- Adequação de produto individual;
- Preparação de equipe para montagem da loja;
- Suporte ao processo de divulgação local;
- Monitoramento in loco da operação após a inauguração;
- Acompanhamento do processo de gestão através de dados estatísticos.

ASSESSORIA ARQUITETÔNICA

- Fornecimento do Projeto Arquitetônico;
- Manual de Implantação e Montagem de Loja;
- O Grupo possui um profissional dedicado ao processo de implantação, onde monitora e orienta o franqueado em todas as etapas de projeto e obra, auxiliando no que for necessário até a inauguração da loja.

*ESTUDO DE
VIABILIDADE*

MORANA

Análises quantitativas e qualitativas realizadas em parceria com o investidor antes da concessão de abertura de um novo ponto de venda.

Pesquisa de mercado (perfil consumidor)

Informações de geomarketing

Abordagem da concorrência

Pesquisa outras redes de franquia

Avaliação de shopping e ponto de rua

M O R A N A

*ESTRUTURA
DA LOJA*

MORANA

O modelo de negócio da Morana é formatado para que seja o mais lucrativo possível, sempre pensando em como otimizar custos. Para isso consideramos dois pilares essenciais:

ESTRUTURA ENXUTA

A metragem ideal para uma loja da MORANA é de **30 m²** mas pode haver uma variação de **20 m² a 40 m²**.
Estrutura resulta em menor custo de ocupação.

EQUIPE ENXUTA

Lojas de Shopping operam com até 5 funcionárias* sendo 1 gerente e 4 vendedoras (dividas por período).
Lojas de Rua operam com 3 funcionárias* 1 gerente e 2 vendedoras.

A franquia **MORANA** enquadra-se no regime tributário Simples Nacional.

M O R A N A

*pode variar de acordo com o tamanho e projeção de faturamento da loja.

*INVESTIMENTO
INICIAL*

MORANA

IMPORTANTE

Tanto os valores de investimentos apresentados a seguir, como os de faturamentos, podem variar de acordo com cada região e empreendimento.

O capital de giro sugerido tanto para a loja TRADICIONAL quanto para a ECONÔMICA é em torno de R\$30 mil reais, também dependendo do local da implantação da loja.

Os valores de investimentos nas lojas não contemplam o valor do ponto comercial, que pode variar de acordo com o tipo de empreendimento: ponto de RUA ou SHOPPING.

PROJEÇÃO DE INVESTIMENTO LOJA TRADICIONAL

TAXA DE FRANQUIA	R\$ 40.000,00
INSTALAÇÕES - Projetos Complementares; - Obra Civil / Outros; - Móveis; - Equipamentos de Informática	R\$ 200.000,00
ESTOQUE INICIAL***	R\$ 90.000,00
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS E MARKETING INAUGURAL	R\$ 15.000,00
VALOR DE INVESTIMENTO TOTAL	R\$ 345.000,00

*** O valor de estoque inicial corresponde ao faturamento médio da rede e dependerá das projeções de vendas da loja.

Morana Light ou Econômica

Para entrar em cidades em desenvolvimento, com potencial de consumo e população entre 70 mil e 200 mil habitantes, o Grupo criou a Morana Light (ou Econômica), um negócio com custo 25% menor quando comparada a uma loja tradicional. Essa diferença de investimento é possível graças às mudanças de mobiliário e estoque que reduzem os custos e deixam a operação mais enxuta.

PROJEÇÃO DE INVESTIMENTO LOJA ECONÔMICA

TAXA DE FRANQUIA	R\$ 40.000,00
INSTALAÇÕES - Projetos Complementares; - Obra Civil / Outros; - Móveis; - Equipamentos de Informática	R\$ 180.000,00
ESTOQUE INICIAL***	R\$ 50.000,00
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS E MARKETING INAUGURAL	R\$ 15.000,00
VALOR DE INVESTIMENTO TOTAL	R\$ 255.000,00

*** O valor de estoque inicial corresponde ao faturamento médio da rede e dependerá das projeções de vendas da loja.

PROJEÇÃO DE INVESTIMENTO QUIOSQUE

TAXA DE FRANQUIA	R\$ 18.000,00
INSTALAÇÕES - Projetos Complementares; - Obra Civil; - Móveis; - Material de Apoio; - Equipamentos de Informática / Outros.	R\$ 60.000,00
ESTOQUE INICIAL***	R\$ 50.000,00
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS E MARKETING INAUGURAL	R\$ 15.000,00
VALOR DE INVESTIMENTO TOTAL	R\$ 143.000,00

*** O valor de estoque inicial corresponde ao faturamento médio da rede e dependerá das projeções de vendas da loja.

*INFORMAÇÕES
SOBRE FRANQUIA*

MORANA

Faturamento Médio Mensal de uma loja TRADICIONAL R\$ 80.000,00 ;

Faturamento Médio Mensal de uma loja ECONÔMICA R\$ 45.000,00;

Lucratividade de 10% a 20% do faturamento bruto;

Rentabilidade média superior a 2,5%;

Tempo de retorno do investimento de 24 a 36 meses;

Ticket Médio R\$ 95,00;

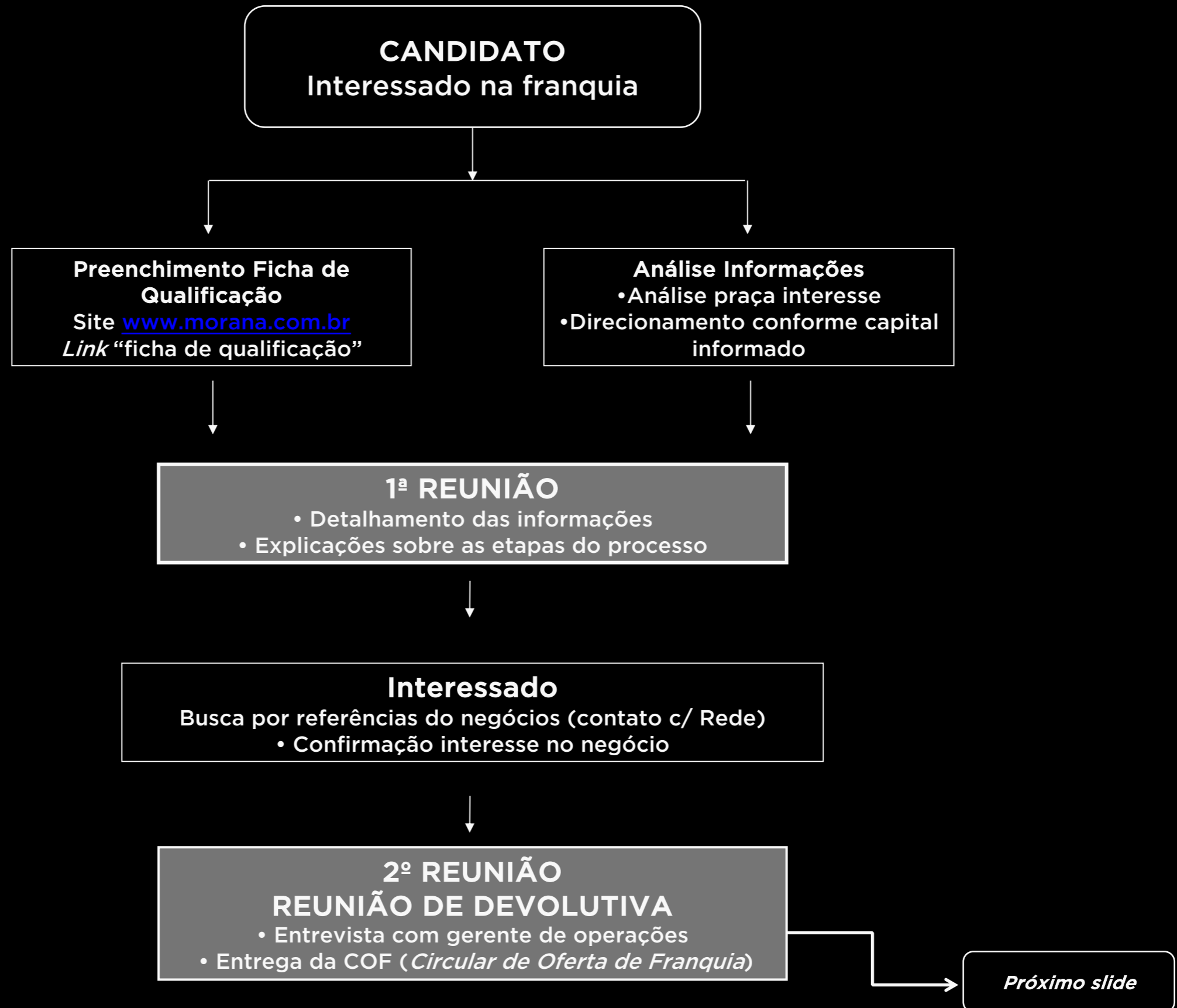
Royalties incluso no produto;

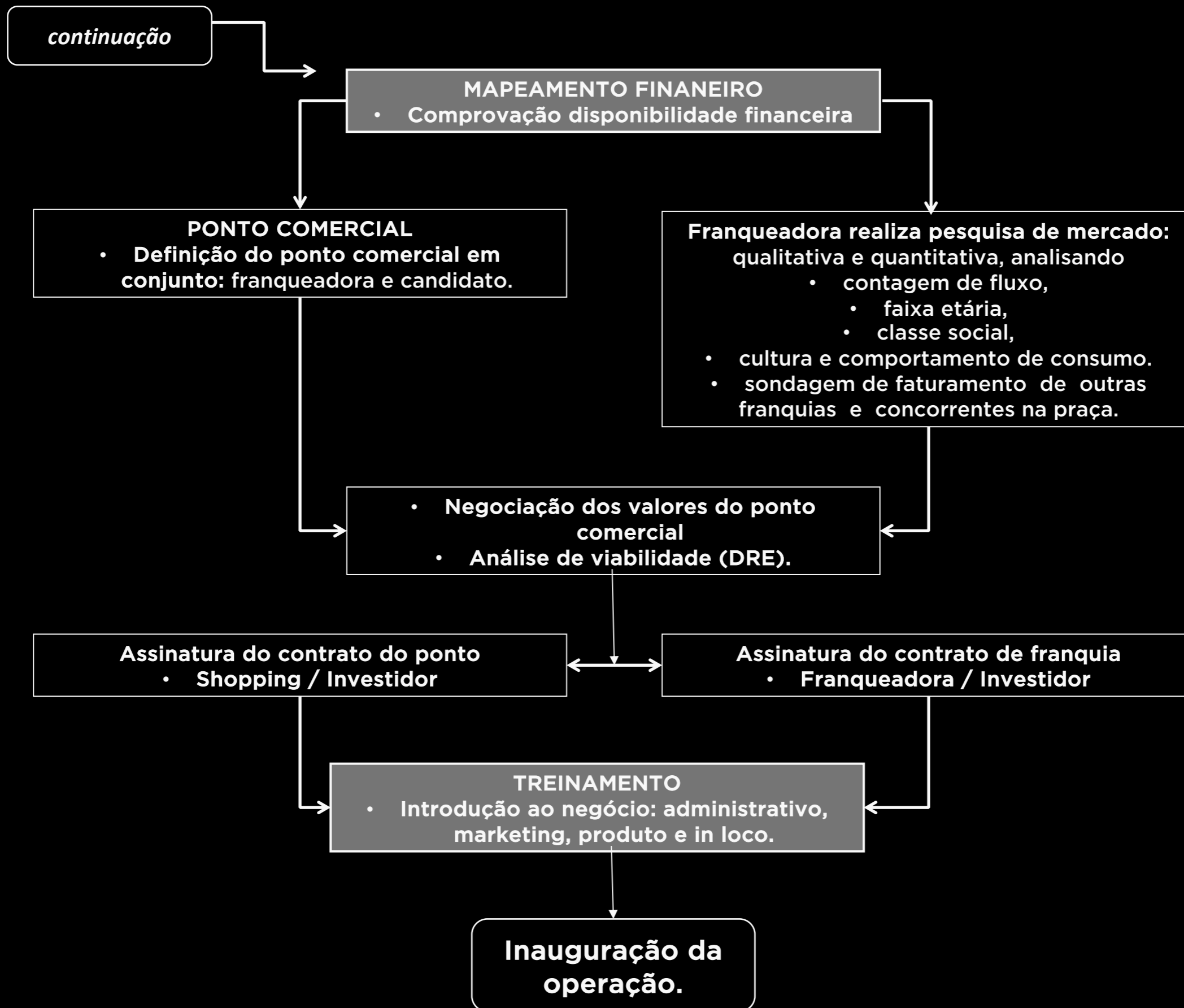
Fundo de Propaganda = 3% (do faturamento bruto);

Markup médio de 2,6.

FLUXOGRAMA DE NEGÓCIOS

MORANA





M O R A N A

CONTATOS EXPANSÃO

marcio.ucha@grupoornatus.com

011 2110-3300