

FRIDA NA MÍDIA

CLIPAGEM



FRIDA UNDER



Seja muito bem-vindo, leitor!

É com grande alegria que apresentamos a você o material de clipagem com a imprensa da Frida. Aqui, você encontrará uma coleção cuidadosamente selecionada de menções, artigos e notícias que destacam a trajetória e impacto da nossa marca.



FRIDA UNDER



FRIDA UNDER

FRANCHISING
EXPO

2022

SAIA NA
FRENTE COM
FRANQUIA

ABFEXI

ufui



Associação Brasileira de Franchising (ABF):
É uma entidade que representa e regulamenta o
setor de franquias no Brasil, promovendo boas
práticas e colaborando com o desenvolvimento da
indústria de franchising.

CURSOS E PALESTRAS EMPREEN- DEDORISMO

[ver mais](#)



FRIDA
underwear

EMPREENDA com uma franquia HOME OFFICE!

Garanta sua independência financeira através da linha de lingerie que empodera mulheres.

CONHEÇA A FRANQUIA DE LINGERIE QUE ENTREGA:

- ✔ Rotativo financeiro rápido
- ✔ Suporte personalizado com marketing e vendas
- ✔ Treinamentos com times qualificados
- ✔ Cartões e etiquetas personalizadas
- ✔ Inclusão site e-commerce próprio para franquizada

ABF ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANQUIAS

FRIDA
underwear

AO VIVO | Acompanhe o "Sala de Redação"

Empresa gaúcha

Marca de vestuário redesenha operação e aposta em franquias para crescer na pandemia

Frida Underwear, sediada em Dois Irmãos, desenvolve lingerie

28/03/2021 - 16h54min
Atualizado em 28/03/2021 - 19h54min



LEONARDO VIECELI
Enviar email

clica aqui
para ver matéria completa.



FRANQUIAS 2022

Marketing digital permite tom local, mas deve unificar discurso entre franqueados

Operação eficiente ajuda a simplificar negócios, mas manter o padrão para toda a rede é fundamental



Daniel Maruzzo, especial para o Estadão
22 de junho de 2022 | 09:00

Desde o início da pandemia ficou muito claro para as empresas que o marketing digital seria indispensável para elevar os negócios. Algo ainda mais indispensável no meio do franchising: mas, ao mesmo tempo, um grande desafio. Por exemplo: como trabalhar com as redes sociais sem descaracterizar a rede? Conversamos com uma série de empresas para saber como eles têm feito e, o principal, se suas estratégias têm dado certo.

Cerille Reginato viu de longe o potencial de Frida Underwear ao desenvolver a marca de lingerie feminina, com foco no empoderamento feminino, para o projeto de conclusão de seu curso de publicidade. "Tinha que desenvolver um projeto inovador para a pós e eu já trabalhava com marketing digital", conta. Dela veio a ideia de montar uma marca de roupas íntimas com dois pilares de sustentação: trabalhar a disrupção do padrão, ou seja, vender lingerie para todos os biótipos de mulher e, em seguida, usar um estilo de marketing digital muito bem pensado e gerenciado quase que totalmente pela franqueadora.



clica aqui
para ver matéria completa.



FRIDA UNDER

PEQUENAS Empresas & GRANDES Negócios

MULHERES EMPREENDEDORAS

Empreendedora cria marca de lingeries que foca na mulher real e fatura R\$ 1 milhão

Frida Underwear, fundada por Camila Reginato, vende para o Brasil inteiro e conta com 25 franqueadas

🕒 2 min de leitura

CARINA BRITO

08 MAR 2022 - 06H00 | ATUALIZADO EM 08 MAR 2022 - 14H17



Enquanto fazia uma especialização em gestão de projetos digitais, em 2017, Camila Reginato recebeu a tarefa de criar algo inovador. “Decidi que seria uma marca de lingerie que tivesse a **diversidade** de mulheres reais que eu não enxergava no mercado”, diz a **empreendedora** de 31 anos.

Vendo potencial na ideia de **negócio**, ela decidiu começar a vender lingerie como uma forma de renda extra. Deu tão certo que hoje o negócio, que recebeu o nome de **Frida Underwear**, vende para o **Brasil** inteiro e conta com 25 franqueadas. Com sede em Dois Irmãos, no Rio Grande do Sul, a empresa faturou R\$ 1 milhão em 2021.

clica aqui
para ver matéria completa.



Camila Reginato, fundadora da Frida Underwear (Foto: Divulgação)



FRIDA UNDER

PEQUENAS Empresas & GRANDES Negócios

O grande diferencial da empresa, segundo a empreendedora, continua sendo usar as imagens de modelos fora do padrão. “As clientes se identificaram com a marca desde o início porque elas relatavam que não encontravam esses modelos em outras lojas. Elas se sentiam representadas pela Frida Underwear”, afirma.

Nos três primeiros anos, Reginato também comandava uma empresa de marketing digital e um coworking — que ficava na garagem de sua casa. No entanto, quando a pandemia foi decretada, os dois empreendimentos foram seriamente impactados. “Perdemos diversos clientes na empresa de marketing e as pessoas deixaram de frequentar o coworking, então esses dois negócios ficaram de lado para eu focar na Frida”, diz a empreendedora.

E a empresa decolou. Um dos motivos, acredita Reginato, é que as pessoas em casa queriam cuidar mais da autoestima e do bem-estar. Foi o momento de pensar em expansão.

clica aqui
para ver matéria completa.



Frida Underwear aposta na comunicação com mulheres reais (Foto: Divulgação)

Foram lançados três tipos de franquias. A digital sem estoque, em que a franqueada vende as peças e recebe uma comissão; a home office, em que a franqueada recebe uma mala com 100 produtos — esta é a modalidade mais procurada por enquanto —; e as lojas físicas da Frida Underwear. A primeira franquia foi aberta em setembro de 2020.

O objetivo é atingir todos os perfis de mulheres — desde as que buscam por uma renda extra até as que querem se identificar integralmente à empresa. “Somos procurados especialmente por quem quer começar a empreender. A maioria quer deixar o seu trabalho, mas tem medo e começa na franquia home office para aprender até ter segurança de largar o emprego.”

PEQUENAS
Empresas
&
GRANDES
Negócios

clica aqui
para ver matéria completa.



edição 8/03/2022



FRIDA UNDER

Marca de lingerie para corpos reais usa fotos sem filtro e fatura R\$ 1 mi



Camila Reginato, 32 anos, fundadora da Frída Underwear, rede de franquias de lingerie com foco na diversidade de corpos. Imagem: Divulgação



Empreender foi a forma que a gaúcha Camila Reginato, 32 anos, fundadora da **Frída Underwear**, rede de franquias de lingerie com foco na diversidade de corpos, encontrou para crescer profissionalmente fora do ambiente da publicidade. "Trabalhava em agência e, aos 25 anos, percebi que não tinha muita chance de me desenvolver por causa de uma cultura machista. Via os homens sendo valorizados e as mulheres, não", conta.

Em vez de tentar mudar esse mercado, Camila decidiu mudar a si mesma. Foi então que abriu uma agência na garagem de sua casa, usando o networking para encontrar parceiros. Em paralelo, para aprender mais sobre gestão, começou a cursar pós-graduação em negócios digitais e foi lá que a ideia de criar a Frída surgiu. "Tínhamos de desenvolver uma empresa inovadora e, pesquisando o mercado e entrevistando o público feminino, percebi que a maioria das mulheres não se sentia representada com os corpos mostrados em campanhas —na época, havia pouca representatividade nos produtos das marcas de lingerie", diz.

Relacionadas



Elas criaram marca de roupas e sucesso levou negócio a reality da Netflix



Ela cresceu entre as uvas no interior de PE e hoje é sommelier da Chandon



Sócias criam app fitness com 'missões' aos usuários e levantam R\$ 3 milhões

De acordo com Camila, a empresa surgiu para quebrar a ditadura de corpos perfeitos. Assim, além de oferecer peças bonitas para todos os biotipos, o negócio aposta na divulgação dos produtos com mulheres reais, sem manipulação no Photoshop.

A empresa começou as atividades em 2017 como um e-commerce e se tornou franquia em 2020. Hoje, há 35 operações no modelo home based

(baseado em casa, em tradução livre) e, em 2021, o faturamento foi de R\$ 1 milhão. Para este ano, com a perspectiva de abrir lojas físicas, o negócio deve crescer significativamente, alcançando R\$ 10 milhões de receita. Recentemente, a Frída começou a operar na Suécia no formato home office e já há planos de ir para Espanha e Inglaterra.

Capacitações e networking abrem portas

No processo de criação da marca, Camila ressalta que precisou estudar muito. "As mulheres não foram ensinadas a empreender e tive de aprender tudo sobre estruturação de um negócio", diz. Além de realizar cursos, como o Empretec, no Sebrae, que é focado em empreendedorismo, e um mestrado em gestão de negócios internacionais, a empresária ressalta que a rede de contatos foi fundamental. "No mesmo espaço da agência, abri um coworking, onde hoje é a sede da empresa. E a troca com outros profissionais foi essencial", afirma. Dessas relações surgiu, inclusive, uma sociedade. Felipe Wichmann, um de seus clientes, se tornou sócio da empresa.

Depois de uma conversa com outro cliente que era franqueador, veio a ideia de transformar a Frída em uma rede de franquias. Como o período coincidiu com o início da pandemia da covid, Camila estruturou a expansão no modelo home based. "O e-commerce estava indo bem e recebíamos muitos pedidos de brasileiras que moravam no exterior e queriam ter uma renda extra", conta Camila.

Para atrair franqueados, ela acredita que, além de oferecer um negócio inovador, é importante ter um propósito claro por trás, pois é isso que as pessoas buscam hoje. "O que atrai empreendedores para a Frída é, justamente, o propósito", diz Camila, ressaltando que os pilares da empresa são baseados no empoderamento feminino, tanto no bem-estar quanto na parte financeira.



clica aqui
para ver matéria completa.



'Tudo pode mudar de um dia para o outro'

Outro ponto importante para ter sucesso é a flexibilidade e a determinação de não desistir em meio aos desafios. "A dificuldade é diária e é normal, às vezes, pensar em desistir", diz. Até porque, à medida que a empresa cresce, problemas diferentes surgem e é preciso buscar conhecimento e estar perto de pessoas que são referência no mercado para trocar informações", afirma. "Temos uma rede forte de contatos, com pessoas que nos orientam e nos ajudam a seguir, mesmo com medo".

Nesse sentido, ela destaca o autoconhecimento para lidar melhor com o lado emocional. "Toda semana faço algum curso de gestão nessa linha, além de terapias holísticas, para estar bem e passar isso para toda a rede", diz

A empreendedora lembra uma fase bem complicada em 2021. "Metade da minha equipe pegou covid e precisou ficar afastada. Foi algo totalmente fora do nosso controle, mas não havia saída e trabalhamos para dar conta de todas as demandas de forma rápida. Ter flexibilidade para lidar com questões que, de um dia para o outro, podem surgir, é crucial", afirma.

Apoio para as franqueadoras



Empresária lançou o livro "Poderosa, empresária, sou Frida, sou F@d#", que retrata sua história de empreendedorismo
Imagem: Divulgação

Com essas dificuldades e imprevistos em mente e para apoiar as franqueadas, Camila resolveu criar o Instituto Frida, que oferece capacitação para ajudar as pessoas a tocar um negócio, como "Medos que te impedem de viver seu propósito" e "Como reconhecer suas habilidades". Camila explica que muitas mulheres que chegavam até ela queriam empreender, mas tinham medo. E esse receio não estava envolvido apenas com o dinheiro ou o negócio, mas também com questões emocionais.

Outro auxílio é com o plano de carreira. "Muitas começam com o modelo de home based, mas têm a ideia de crescer e abrir uma loja. Nós a ajudamos em todo o processo", explica.

Além disso, no início de março, a empresária lançou o livro "Poderosa, empresária, sou Frida, sou F@d#", que retrata sua história de empreendedorismo na criação da marca. "Meu objetivo é inspirar as mulheres a empreender, mostrando o começo do negócio e todos os percalços para chegar aonde estamos hoje", diz. Camila colaborou, ainda, com a publicação "Gestão Contemporânea: Estudo de caso e reflexões", que aborda o mercado de franquias.

Ela deixa dois conselhos para as mulheres que querem abrir um negócio. O primeiro é buscar capacitação. "Sei que o medo bate, pois também tive. O segredo é acreditar que somos capazes e investir em conhecimento técnico e emocional. Se não investimos em nós, quem fará isso?", ressalta.

O segundo é respeitar o tempo das coisas e de si mesma. "Já fiquei muito mal por questões emocionais e minha sensação é que a empresa não cresceria como eu queria e planejava. Decidi parar um pouco e fiquei um tempo em uma praia mais distante para organizar minhas ideias e planejar os próximos passos da Frida. Voltei e estruturei o modelo de franquias", conta.

Segundo Camila, antes de expandir é normal paralisar e chegar a um lugar de escuridão. Por isso, fazer uma pausa pode gerar bons insights. "O dia a dia nos consome muito e ficamos focados nas questões operacionais. Parar um pouco permite uma visão mais estratégica e geral", completa.

COMUNICAR ERRO



clica aqui
para ver matéria completa.



exame.

Home > Negócios

Você tem mais **1 matéria** exclusiva para assinantes Exame este mês. Ganhe um extra com uma [conta gratuita](#).

NEGÓCIOS

Aos 32 anos, empreendedora do RS fatura R\$ 1 milhão com lingerie inclusiva

Baseada na cidade de Dois Irmãos, no Rio Grande do Sul, a Frida começou como um e-commerce e se tornou uma franquia em 2020



Modo escuro

PUBLICIDADE



A empreendedora Camila Reginato, de 32 anos, fundadora da Frida Underwear (Frida/Divulgação)

M

Mariana Desidério

Publicado em 23 de junho de 2022 às 07h00.



FRIDA UNDER

clica aqui
para ver matéria completa.



exame.

Dez franquias para investir com até R\$ 20 mil

Quer empreender com pouco? EXAME selecionou opções de negócios franqueados com formatos enxutos — em alguns nem é preciso sair de casa



exame.

Investimento inicial: R\$ 10,5 mil

Previsão de retorno (estimado pela franqueadora): um a 12 meses

5. Frida Underwear

Fundada em 2017 em Dois Irmãos (RS), a Frida Underwear é uma rede de vestuário especializada em lingerie. A marca nasceu como e-commerce e, em 2020, entrou para o ramo de franquias com o modelo de negócio online, home office e loja física.

Atualmente, a empresa conta com 25 unidades franqueadas e fechou o ano de 2021 com faturamento de R\$ 1 milhão.

Investimento inicial: R\$ 13.597,00 para a opção home office (já incluso estoque de 100 peças)

clica aqui
para ver matéria completa.



F R I D A U N D E R

10 franquias a partir de R\$ 4 mil para investir em cidades pequenas; veja como funcionam as microfranquias

Autor [Janaína Silva](#) — Publicado em 19/02/2022 01:20

NOTÍCIAS FINANÇAS

Compartilhar



As microfranquias mais conhecidas como franquias baratas entraram de vez no radar das cidades do interior por possuírem um investimento inicial de somente R\$ 105 mil. A alta imobiliária, a saturação das capitais, a migração de consumo para o interior, a fuga da concorrência são alguns dos motivos que impulsionaram diversas marcas de negócio.

Contudo, antes de entrar neste universo, é necessário se ater a diversos importantes pontos, segundo Mércia Machado Vergili que é consultora do GSPP especializada em formatação de franquias.

Um ponto técnico importante é a logística e ter uma reserva de capital maior à anunciada pelas marcas. O ideal seria ter o correspondente a duas vezes mais.



As microfranquias estão em alta. Imagem: Divulgação

clica aqui
para ver matéria completa.



Franquia Frida Underwear

[Notícias](#)[Tecnologia](#)[FGTS](#)[Finanças](#)[Bolsa Família](#)

Camila Julien Reginato, CEO da Frida Underwear (Foto: Divulgação)

A empresa é focada no empoderamento feminino sendo uma rede de vestuário com especialidade em ligenries fundada como um e-commerce em 2017, mas em 2020 expandiu e atualmente está com 11 unidades funcionando.

O valor inicial de investimento é de R\$ 13.597 (home office) que inclui taxa de instalação e franquias. O retorno estimado é em 4 meses.

Veja também: [Franquia de Celular: Confira o valor para abrir uma loja](#)

clica aqui
para ver matéria completa.





Ela fez de um TCC, uma franquia milionária

22/06/2023

Aos 32 anos, a gaúcha, Camila Reginato, já construiu o seu império. A Frida Underwear, [rede de franquias de lingerie exclusivas](#), além de um negócio de baixo custo, que também pode ser operado de casa, com alta lucratividade, trouxe para o mercado a disrupção do padrão de beleza feminino, com foco na diversidade de corpos, sempre tendo como base de seu negócio fortalecer as tantas habilidades e qualidades da mulher.

Em 2022, a rede ultrapassou o faturamento de R\$ 1 milhão, auxiliando mulheres que buscavam no empreendedorismo uma forma rentável de sobrevivência.

E tudo veio de um TCC

A Frida nasceu de um projeto para um trabalho de conclusão de pós-graduação em Gestão de Negócios Digitais, que Camila fazia Must University, da Florida, nos Estados Unidos.

Em 2017, Camila resolveu tirar o seu projeto do papel e iniciou a Frida no e-commerce.

Três anos depois, em 2020, a empresária entrou com a marca no Franchising.

"E dois anos depois atingimos um faturamento de mais de R\$ 1 milhão, com a venda e franqueamento de lingerie exclusivas", conta Camila, orgulhosa.

Além disso, a Frida virou parte de um livro lançado nos EUA e, posteriormente, recebeu uma obra própria, escrita por sua fundadora com o objetivo de motivar outras mulheres a realizarem seus sonhos e empreenderem.

"O sucesso da Frida foi tão grande, que recebi um convite de uma professora orientadora de banca, do mestrado em Negócios Internacionais, que fiz na Florida, Estados Unidos. Assim, a Frida virou um case de estudo do livro que ela estava escrevendo e, posteriormente, ganhou um livro próprio", relembra a CEO.

Instituto Frida

Além disso, Camila Reginato desenvolveu o Instituto Frida, que surgiu com o objetivo de dar apoio às mulheres, que buscam desenvolvimento profissional e pessoal para transformar a própria realidade a partir do empoderamento, do fortalecimento da autoestima e do autoconhecimento, por meio de aulas exclusivas semanalmente e online.

"Muitas mulheres querem mudar de vida, mas tem medo de sair de antigos paradigmas. Sendo assim, de forma gratuita, elas podem se inscrever para receber nossos conteúdos por e-mail, em formato de vídeo, em cursos ministrados por terapeutas, que já atuam com o público feminino", ressalta Camila.

clica aqui
para ver matéria completa.



Jornal Dois Irmãos

23/06/2022



Camila Julien Reginato, Jose Carlos Semenzato e Felipe Wichmann / Camila com Sandra Chayo

A Frida Underwear, marca de lingerie e empoderamento, está participando da ABF Franchising Expo, em São Paulo. A feira de exposições e principal evento ligado ao setor de franquias no Brasil começou na quarta-feira (22) e segue até sábado (25) no Expo Center Norte. Depois de um hiato de dois anos por conta da pandemia, esta é a

[Início](#) [JDI](#) [Notícias](#) [Colunas](#) [Melhores do Ano](#) [Guia Local](#) [Contato](#)

Também é conhecido com um dos jurados do reality show Shark Tank Brasil, em que analisa os negócios apresentados e decide se irá investir neles. Outro nome importante na feira é Sandra Chayo, presidente da marca de lingerie Hope, eleita uma das 20 mulheres mais poderosas de 2022 pela Forbes.

A marca Frida Underwear foi criada por Camila durante sua especialização em Gestão de Negócios Digitais, na Universidade Feevale. O negócio começou a ser desenvolvido em 2018, primeiro com o e-commerce, sendo adaptado na sequência para o modelo de franquias. Atualmente, já está em todas as regiões do Brasil, com mais de 10 franquias abertas, fazendo empreendedoras e principalmente clientes satisfeitas.

SOBRE O EVENTO

A ABF Franchising Expo, organizada pela Associação Brasileira de Franchising (ABF), é também a maior feira de franquias do mundo. Para a edição de 2022, são mais de 400 marcas expositoras e milhares de interessados e aspirantes a franqueados. Em sua última edição, em 2019, recebeu cerca de 60.000 visitantes.

Nos 32 mil metros quadrados de exposição, a ABF Franchising Expo traz franquias com investimento de R\$ 10 mil a R\$ 2 milhões, de segmentos variados como alimentação, moda, educação, saúde, beleza e bem-estar, turismo, serviços automotivos, entre outros. Em um espaço chamado de "boulevard de microfranquias", os visitantes também podem conhecer redes com investimentos que vão de R\$ 2.000 a R\$ 105.000. (Fonte: Exame)

› Compartilhe



clica aqui
para ver matéria completa.



F R I D A U N D E R

Rede de franquias de Dois Irmãos é destaque em jornal de São Paulo

23/01/2023



(Foto: Divulgação)

A empresa Frida Underwear, de Dois Irmãos, foi destaque em uma reportagem do Jornal Tribuna, de São Paulo. A matéria fala sobre mulheres paraenses que viraram modelos em uma coleção de beachwear, destacando o empoderamento feminino.

[Início](#) [JDI](#) [Notícias](#) [Colunas](#) [Melhores do Ano](#) [Guia Local](#) [Contato](#)

suas clientes paraenses, que se tornaram fãs da marca.

– A Frida Underwear trouxe a beleza paraense para o editorial de verão com lançamento de biquínis, dando protagonismo à beleza da mulher paraense. Escolhemos fazer a apresentação do Frida Beachwear no Pará porque, além de ser mais uma unidade no Estado, nele se encontra o Parque Nacional da Amazônia, uma extensa faixa da exuberante e densa Floresta Amazônica, lar de milhares de espécies da vida selvagem – disse Camila.

A matéria pode ser acessada em <https://jornaltribuna.com.br/2023/01/mulheres-paraenses-viram-modelos-em-colecao-de-beachwear/>.

› Compartilhe



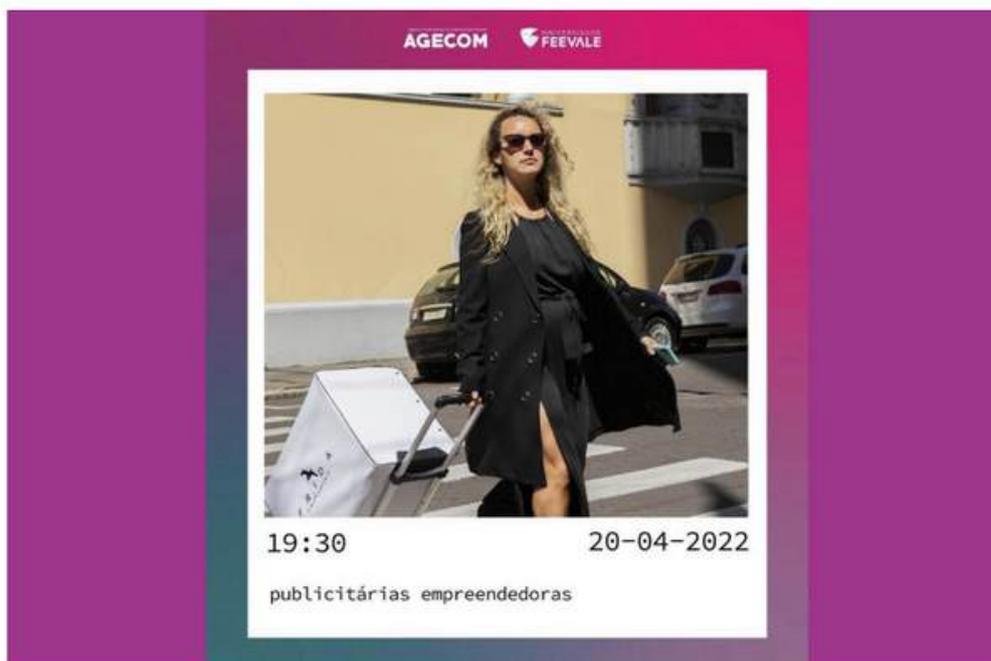
FRIDA UNDER

clica aqui
para ver matéria completa.



Empreendedorismo e empoderamento feminino é tema de palestra na Feevale

19/04/2022



Camila Reginato

Nesta quarta-feira, dia 20, a partir das 19h30, a sócia da marca de lingerie e empoderamento da Frida Underwear, Camila Reginato, reforçará a temática que vem desenvolvendo sobre empreendedorismo feminino em palestra na Feevale. Na oportunidade, a experiência publicitária e empreendedora da palestrante, que é de Dois Irmãos, promoverá uma interação com o público que estará presente durante a aula inaugural da graduação de Publicidade e Propaganda.

O evento acontecerá com a presença dos coordenadores do Instituto de Comunicação e da Agecom, a agência de comunicação responsável pela atividade. Mais informações: contato@fredaunderwear.com.br.

Destaque na imprensa nacional

Recentemente, a marca Frida Underwear foi destaque na imprensa nacional, em reportagens sobre franquias nas revistas Exame e Pequenas Empresas & Grandes Negócios. A seguir, leia trecho da matéria publicada no site da Exame:

Segundo dados da Associação Brasileira de Franchising (ABF), as franquias brasileiras cresceram 10,7% em 2021. No período, o mercado faturou R\$ 185 bilhões, recuperando as perdas de 2020 e se aproximando dos números registrados na pré-pandemia.

As franquias sempre atraíram quem quer empreender por oferecer um risco baixo, uma vez que o modelo de negócios já foi testado anteriormente. Mas se engana quem pensa que é preciso investir rios de dinheiro para criar um empreendimento de sucesso no ramo.

Nos últimos anos e, principalmente depois da pandemia, tem se popularizado os formatos de franquias mais enxutas, muitas vezes home based, focado em quem quer abrir o próprio negócio e, ao mesmo tempo, tem pouco dinheiro para investir.

Por isso, EXAME selecionou algumas opções de franquia com baixo investimento inicial para ajudar quem quer empreender, mas não pode gastar muita grana. É preciso ter em mente que, nesses casos, o retorno sobre o investimento costuma ser rápido. Porém, a taxa de lucratividade da franquia tende a ser menor que a do segmento.

[Início](#) [JDI](#) [Notícias](#) [Colunas](#) [Melhores do Ano](#) [Guia Local](#) [Contato](#)



F R I D A U N D E R

clica aqui
para ver matéria completa.



Empreendedores locais compartilham experiências na economia criativa

🕒 12/08/2022



(Foto: Divulgação / PMDI)

Empreendedores locais foram destaque na segunda e última noite do 1º Seminário de Cultura de Dois Irmãos, realizado nos dias 9 e 10 de agosto, no Espaço Cultural Antiga Matriz. O evento teve como tema "A Economia Criativa e o primeiro emprego criativo", e contou com a participação dos empresários Vinicius Guedes (Armazém Smoke), Carla Kolling (CK Arte & Moda), Leonardo Padilha (HotV8) e Camila Julien Reginato (Frida Underwear).

– Foram dois dias incríveis, com troca e compartilhamentos de informações muito ricas de profissionais e empreendedores do ramo criativo. Queremos incentivar mais pessoas a empreenderem tendo como mote a arte e a cultura como uma fonte de renda e transformação – comentou a chefe do Departamento de Cultura, Thais Backes, que liderou a iniciativa ao lado da presidente do Conselho Municipal de Cultura, Cláudia Kunst.

› Compartilhe



clica aqui
para ver matéria completa.



Dois-irmonense lança livro com foco no empoderamento e empreendedorismo feminino

01/02/2022



Fonte: Feevale

A publicitária Camila Julien Reginato lançou, neste mês, o livro *Poderosa, empresária, sou Frida, sou #d@*: a trajetória de sucesso e empoderamento feminino através de lingerie. A obra, disponível na Amazon, tem como case a marca de lingerie Frida Underwear, criada por ela durante a especialização em Gestão de Negócios Digitais, na Universidade Feevale.

No livro, Camila conta a história de como começou a empreender e os desafios que enfrentou para a construção da Frida Underwear, que vende lingerie com foco no empoderamento feminino e na independência financeira das mulheres. O negócio começou a ser desenvolvido em 2018, em Dois Irmãos, e cresceu rapidamente. Primeiro com o e-commerce, sendo adaptado, na sequência, para o modelo de franquias. Três anos depois do seu início, a marca já está em todas as regiões do Brasil, com mais de 10 franquias abertas, fazendo empreendedoras e, principalmente, clientes satisfeitas.

Segundo a egressa da Feevale, o objetivo da publicação é encorajar mais mulheres a se empoderarem e a empreenderem. "Esse livro questiona os padrões de beleza da mulher e também traz insights para a tão sonhada independência financeira", destaca.

Sobre o livro

A marca Frida Underwear traz como elemento a Gaivota, que nos lembra de reconhecer o território, em vez de seguir cegamente, sem mais investigações. Gaivotas são muito falantes, você não tem problemas para ouvir sua voz. Somos como essa ave, que simboliza liberdade, bem como, é mensageira entre o céu e a terra. A gaivota é evocada para a busca da tranquilidade em detrimento de tudo o que impede as pessoas de se sentirem livres. Essa obra é para você voar acima do drama e ver através dos laços emocionais para que possa encontrar criativas novas formas de se mover adiante. Há uma pista na utilização de recursos ocultos que você já possui. O significado da Gaivota nos lembra de que tudo tem um propósito e há muitas coisas em nossa vida que precisam ser redefinidas e reestabelecidas.

O livro nos mostra que há sempre uma alternativa, mesmo nos lugares mais inesperados. As coisas podem parecer improdutivas no momento. Contudo, mesmo o mais inusitado dos lugares pode deter novos recursos. O ponto é perceber que você está neste lugar e tempo por uma razão. Permaneça otimista: você eventualmente saberá a causa disso tudo.

Sobre a autora

Camila Julien Reginato é publicitária, especialista em Gestão de Negócios Digitais e Mestre em Business International pela Must University, Florida/USA. Atual CEO da Franquia de lingerie Frida Underwear. A marca é franqueadora de lingerie, presentes em todas regiões do Brasil e está iniciando a internacionalização para expansão ainda maior. Também é co-autora da obra *Gestão Contemporânea: Estudos de casos & Reflexões* detalhando o estudo de caso da Frida Underwear.

Compartilhe



FRIDA UNDER

clica aqui
para ver matéria completa.



JORNAL TRIBUNA

Home Publicar Anúncios, Crônicas e Colunas Contato

JORNAL TRIBUNA
quarta-feira, 23 de agosto de 2023

INCIAL ARTIGOS CIENTÍFICOS JURÍDICO ARQUITETURA LITERATURA CRÔNICAS CONTATO

Mulheres paraenses viram modelos em coleção de beachwear

Por Redação 18 de janeiro de 2023 10 000



Leia mais

- ANCP lança Sumário de Tensões das Frações Nacionais, Geração, Etnia e Taboos 23 de agosto de 2023
- O advogado ideal para o seu caso 23 de agosto de 2023
- Os desafios da cirurgia reparadora 23 de agosto de 2023
- Harman Karen celebra 20 anos de existência em Indaiá 23 de agosto de 2023
- Assistência 23 de agosto de 2023

Patrocínio
Genebra Seguros

Rede de franquias de lingerie exalta a beleza paraense dando espaços para clientes da marca serem as modelos de sua coleção verão.

Um dos principais elementos em campanha de lingeries e de biquínis são modelos esteticamente magras ou com corpos invejáveis. Porém, quebrando paradigmas, uma rede de franquias de lingerie, vem mudando a forma como o padrão de beleza feminino deve ser visto.

Para Frida Underwear toda mulher é linda como é e há produtos ideais para todas elas. "As mulheres precisam saber que elas são belas como são, sem imposições de mercado sobre o que é ter um corpo bonito ou não", comenta a CEO da rede Camilla Magalhães.

Por isso, que a marca utiliza em todos seus emails clientes, funcionárias e franqueadas, que sem medo, apresentaram as linhas de produtos da empresa e, ainda, ganharam empoderamento sobre si mesmas.

É o caso da cliente paraense da Frida, Ingrid Janilda Marilva Feller, que viveu comprando roupas sem receber o que de fato ela tinha visto. Lá que a modelo era focamente diferente dela.

"Uma coisa que me deixou apaixonada pela Frida foi a inclusão. Eu sempre entrava em sites para fazer compras, mas, principalmente com roupas, é preciso saber as medidas. Quando via as modelos, com silhouettes e sem estrias, eu achava lindo, mas quando chegava, não era nada como eu havia pensado. Agora, nas peças da Frida me senti incluída e foi isso que me fez querer participar das sessões de fotos, porque eu nunca me viera como modelo. Há um tempo, eu odiava meu corpo, agora eu estou me amando", relatou a modelo Ingrid.



clica aqui
para ver matéria completa.



Like

MAGAZINE

APOSTA NO AMOR E NA LIBERDADE EM TODAS AS SUAS FORMAS

10.06.2021

Patrocinadoras de ação VIVA O AMOR!, as marcas de moda underwear FRIDA e DALÍ têm uma história de defesa e valorização do poder feminino e da liberdade de ser quem se é em todos os sentidos



Foto: Divulgação

A ideia da empresária Camila Julien Reginato de criar uma marca de moda no segmento de lingerie se deu ao mesmo tempo em que o movimento de empoderamento feminino se fortalecia nos últimos anos. "As peças íntimas deixaram de ficar escondidas no guarda roupa e passaram a ter mais importância no dia a dia das mulheres. Seja para o trabalho ou para ocasiões especiais, hoje se busca conforto e estilo nas 'lingeries'", comenta a idealizadora da **FRIDA Underwear**, que tem como maior propósito oferecer peças com representatividade em seus modelos, tamanhos e comunicação com o público que se identifica.

O atual sucesso da marca se deve muito a um estudo realizado inicialmente, no qual Camila (que hoje também tem como sócio o empresário Felipe Wichmann) descobriu que muitas mulheres não encontravam peças ideais para seus tamanhos ou para momentos da vida, como a gestação por exemplo.



Foto: Divulgação

A proposta é oferecer produtos confortáveis e elegantes também ao público masculino, com a chegada de Alexandre Tremanin à marca **DALÍ Intimates**. Com sede em Dois Irmãos/RS, a marca se tornou franquia integrando o Grupo Wichmann, segundo maior grupo de franquia do Brasil (mais de 1 mil franquias comercializadas), tem uma projeção de chegar ao faturamento anual de dois milhões. Atualmente a marca Frida tem 33 franquias home office nas regiões Sul, Sudeste e Nordeste e está abrindo sua primeira loja física em Itapema/SC. Mesmo em tempos pandêmicos a marca vem crescendo e ganhando o Brasil com conceito e qualidade.

ENTREVISTA

Leia a seguir o bate-papo com os proprietários e conheça mais a missão global das marcas:

De que forma o underwear faz a diferença no cotidiano?

Camila - Com o reposicionamento feminino na sociedade, deixando a classificação de sexo frágil e assumindo seu lugar de igual, as mulheres se destacam com seu empoderamento. O underwear deixa de ser uma peça básica e apagada para se transformar em uma roupa essencial, que eleva a autoestima e enaltece a unidade feminina.

A Frida e a Dalí têm o propósito de valorizar as pessoas, o poder feminino, a diversidade, o amor e muito mais. Contem mais:

Camila e Felipe - Ao longo dos anos e reformulação histórica, a figura feminina sai do papel coadjuvante e vem assumindo seu lugar de direito. O protagonismo é, sem dúvida, uma conquista de tantas que se recusaram a silenciar e soltaram seu grito por respeito. A essência da Frida Underwear é ajudar as mulheres a chegar ao posto de independência financeira. Com as franquias, ensinamos e auxiliamos na construção de uma carreira de sucesso. Elas não precisam depender de ninguém para decolar na vida. Esta é nossa missão primordial: levar liberdade, empoderamento e um caminho a estas guerreiras.



Foto: Divulgação



FRIDA UNDER

[clica aqui](#)
para ver matéria completa.



Like

MAGAZINE

Quais são os segredos para escolher e se sentir bem na roupa íntima?

Camila - As mulheres devem se sentir empoderadas com o que estão usando. Se olhar no espelho e gostar do que estão vendo. Se desejarem, sentirem-se únicas e libertas, maravilhosas como são e, principalmente, usarem para si e por si. Somos a desconstrução do mercado machista e ultrapassado que estrutura o uso de lingerie para seduzir homens. Mulheres não são objetos sexuais e não estão a ser viço do masculino.

Entre os produtos, o que o público encontra e se apaixona?

Camila e Felipe - Temos um e-commerce de possibilidades e apre sentamos um jeto surreal de usar o underwear. Cada um se identifica com uma peça e se encanta com a qualidade dos produtos, com o time de profissionais superpreparados para oferecer o melhor atendimento. Por mais que seja uma franquia nacional, a personalização da entrega, com muito carinho, é o que encanta as (as) consumidoras (es).



Foto: Divulgação

Ao empreender neste ramo, quais são os maiores aprendizados?

Camila e Felipe - A maior experiência é a troca, conhecer pessoas e construir com aquelas que possuem a mesma essência. Ajudar outras mulheres neste processo de evolução e construção de um negócio e presenciar elas chegando ao sucesso pessoal, é muito gratificante. Nunca foi fácil, mas vale muito a pena!

É possível ser um franqueado da Frida?

Camila e Felipe - Claro, em nosso site www.fridaunderwear.com.br/franquias apresentamos as modalidades e formatos para obtenção de uma franquia. São quatro opções, de loja física até home office, todas com estruturas para crescimento.

O que não pode faltar no (a) empreendedor(a)?

Camila e Felipe - Em uma empreendedora não pode faltar resiliência, vontade, paciência, capacidade de liderança e administração. São assuntos fundamentais para a empreendedora: o marketing, o marketing digital, a gestão de negócios, as vendas, o relacionamento e também o equilíbrio pessoal.

De quais histórias mais se orgulham?

Camila e Felipe - A Frida é formada por pessoas e cada uma tem uma história incrível. Fomos luz e reinvenção quando na pandemia muitas pessoas ficaram sem emprego e tudo parecia estar perdido. Cada franqueada chegou aqui com sua bagagem particular. A exemplo da Silmara e da Aline, que são professoras e, de uma hora para outra, não conseguiam mais transmitir aos alunos seus conhecimentos. Encontraram na franquia uma renda extra e uma forma segura de se tornarem empresárias no aconchego do lar. A Kylma também viveu um momento de batalha interior e encontrou apoio para reestruturar sua vida. São tantas histórias, essa é nossa maior riqueza. Liberdade de horário e de renda, novas amizades e um abrir de pensamentos e conceitos libertador. Frida é reinvenção, é inovação, é conceito: novos horizontes.



Foto: Divulgação

Diferenciais do produto oferecido:

Camila e Felipe - Além de qualidade e sofisticação, vendemos um conceito. Pensamos e temos produtos para todas, como uma linha de amamentação para as mães, peças plus size, assim como diversas modalidades de underwear. Somos uma marca com crescimento e destaque notáveis, chegando à marca de 33 franquias nacionais em só 9 meses de reformulação. Não vendemos apenas a franquia, damos todo o suporte e treinamentos mensais com as franqueadas. Para esse desenvolvimento, oferecemos suporte para o aprendizado. Há preocupação com o bem-estar das pessoas que fazem parte da Frida. Nosso recente lançamento é a DALI Intimates, cujo desenvolvimento de moda é de Alexandre Camilo Trematin, diretor criativo da marca, que tem como propósito atender o público masculino desconstruído atento às novidades do mercado, sem receios de ousar no vestir.

Siga a FRIDA no Instagram: [@frida_underwear](https://www.instagram.com/frida_underwear) e acesse www.fridaunderwear.com.br

Siga a DALI no Instagram: [@dali_intimates](https://www.instagram.com/dali_intimates)



clica aqui
para ver matéria completa.



FRIDA UNDER

EXPERIÊNCIAS

Fundadora da franquia Frida Underwear lança livro com sua trajetória de sucesso

02/03/2022



Frida Underwear lança livro "Poderosa, Empresária, sou Frida, sou Foda" será lançado no Dia Internacional das Mulheres



Felizmente algumas marcas femininas romperam a ditadura dos corpos "perfeitos" e passaram a apostar em mulheres reais para estampar suas coleções. A Frida Underwear é uma delas. Franqueadora de lingerie, a empresa está presente em todas as regiões do Brasil, além de ter iniciado sua internacionalização expandindo ainda mais os negócios.

JEJUM INTERMITENTE PARA IDOSOS							
IDADE: 35-40	IDADE: 40-45	IDADE: 45-50	IDADE: 50-55	IDADE: 55-60	IDADE: 60-65	IDADE: 65-70	IDADE: 70+
<ul style="list-style-type: none"> • Jejum 16h/8h • 1 refeição por dia • 16h de jejum • 8h de alimentação • 1 refeição por dia • 16h de jejum • 8h de alimentação 	<ul style="list-style-type: none"> • Jejum 14h/10h • 2 refeições por dia • 14h de jejum • 10h de alimentação • 2 refeições por dia • 14h de jejum • 10h de alimentação 	<ul style="list-style-type: none"> • Jejum 12h/12h • 3 refeições por dia • 12h de jejum • 12h de alimentação • 3 refeições por dia • 12h de jejum • 12h de alimentação 	<ul style="list-style-type: none"> • Jejum 10h/14h • 4 refeições por dia • 10h de jejum • 14h de alimentação • 4 refeições por dia • 10h de jejum • 14h de alimentação 	<ul style="list-style-type: none"> • Jejum 8h/16h • 5 refeições por dia • 8h de jejum • 16h de alimentação • 5 refeições por dia • 8h de jejum • 16h de alimentação 	<ul style="list-style-type: none"> • Jejum 6h/18h • 6 refeições por dia • 6h de jejum • 18h de alimentação • 6 refeições por dia • 6h de jejum • 18h de alimentação 	<ul style="list-style-type: none"> • Jejum 4h/20h • 7 refeições por dia • 4h de jejum • 20h de alimentação • 7 refeições por dia • 4h de jejum • 20h de alimentação 	<ul style="list-style-type: none"> • Jejum 2h/22h • 8 refeições por dia • 2h de jejum • 22h de alimentação • 8 refeições por dia • 2h de jejum • 22h de alimentação

Idealizada pela publicitária gaúcha Camilla Julien Reginato, a trajetória de sucesso da Frida Underwear é narrada no livro "Poderosa, Empresária, sou Frida, sou Foda". A publicação surgiu de um trabalho de conclusão de mestrado em Internacional Business, pela MUST University - universidade americana fundada por brasileiros na Flórida, e que oferece cursos de mestrado 100% online.

A ideia, segundo a publicitária, é vender lingerie para todos os biotipos de mulheres. Inclusive, as fotos que ilustram, mês a mês, as novas campanhas do e-commerce não são manipuladas no Photoshop.

Uma nova forma de empreender

Para além do marketing, referências reais agora fazem parte de um movimento mundial a favor da mulher não só no que diz respeito a padrões estéticos, mas nas esferas social, política e econômica. Tais princípios consolidaram a ideia de negócio de Camilla, provando a outras mulheres que, mesmo enfrentando adversidades, é possível empreender e vencer.

A empresa foi fundada no auge da pandemia, quando a publicitária - que tocava sua própria agência e era proprietária de um coworking - se viu diante de dois grandes desafios: terminar seu mestrado e, em paralelo, encontrar novos rumos profissionais, já que seus negócios estavam paralisados. "Aproveitei o momento de confinamento para estudar muito e me dedicar ao projeto da Frida Underwear. E, de repente, quando tudo parecia estar perdido, encontrei uma nova forma de empreender", lembra a profissional.



Compre na Editora do Direito
Editora do Direito

Allar a ideia inovadora ao embasamento teórico adquirido durante o mestrado foi fundamental para transformar sonho em realidade. Personagem importante nessa história foi Alexandra Silveira Mastella, Coordenadora dos Programas de Business da MUST University e orientadora do trabalho de conclusão de curso de Camilla. "Enxerguei grande potencial no negócio, a partir daí ajudei a estruturar toda a parte administrativa, que deu corpo à franquia", destaca a professora.

Com pouco mais de um ano, a Frida Underwear já tem 15 franquias vendidas. Por se tratar de negócio digital, com baixo investimento, o objetivo é oferecer a possibilidade de renda a muitas outras mulheres, atingindo uma média de 100 novas franquias ao mês.

Atualmente, a empresa oferece um modelo digital em que a franqueada tem 30% de lucro sobre os produtos vendidos, sem a necessidade de manter estoque em casa. Outro formato, mais completo, possibilita lucratividade de 100% e controle do próprio estoque.

clica aqui
para ver matéria completa.



F R I D A U N D E R



mapa das
franquias

FRANQUIA DE LINGERIES FOCA NO EM- PODERAMENTO DA MULHER REAL

A Frida Underwear trabalha a liberdade feminina sem se preocupar com os padrões estéticos, garantindo vendas durante o ano todo



Publicado em 8 de março de 2022

Por **Imprensa**

Notícia

franquia frida underwear,
Franquias de vestuário,
frida underwear

A **Frida Underwear** veio para fortalecer o empoderamento feminino e quebrar as barreiras do preconceito. O foco da marca é quebrar paradigmas. Partindo desse princípio, inovou na comunicação.

"Trabalhamos com mulheres reais, que antes não se viam representadas na mídia, e esse trabalho gera um retorno muito positivo. Acredito que estamos no caminho certo", explica Camila Reginato, publicitária e CEO da franquia.

O empoderamento se confunde com o próprio surgimento da marca como um e-commerce de lingerie, criado para um trabalho de conclusão de pós-graduação da Camila. A ideia sempre foi disponibilizar lingerie focadas no empoderamento feminino e ainda inovar na divulgação da imagem de corpos de mulheres reais e de todos os biotipos e tamanhos, sem uso de ferramentas de manipulação de imagem. Em 2020 deixou o e-commerce para se transformar em franquia.

Conforto e estilo

O foco do negócio continua o mesmo. A marca reforça que a mulher tem que ser livre para fazer suas escolhas, ficar confortável e maravilhosa dentro da sua lingerie, sem se importar com os padrões estéticos. Hoje as mulheres buscam conforto e estilo, seja para trabalhar ou para ocasiões especiais. E é esse público que a Frida Underwear quer atingir. Nos últimos anos, a presença da mulher no mercado de trabalho cresceu, um aumento de quase 11 milhões, e essas mulheres que querem estar lindas e poderosas ajudam na expansão do mercado.

"Se sentir poderosa é se sentir confortável dentro da própria pele e se aceitar, mesmo com imperfeições, e saber que é linda. Quando você finalmente percebe isso, você passa a se sentir maravilhosa o tempo inteiro – e não tem como se sentir mais poderosa do que quando você se sente bem consigo mesma", reforça a empresária.

Por esse motivo as perspectivas para o mercado de lingerie são extremamente favoráveis. A Frida Underwear busca diversificação nos modelos e criação de novos produtos sempre com o foco no consumo e o desejo das mulheres por lingerie. Um mercado aquecido durante o ano todo e, de olho no aumento do consumo das datas especiais como o Dia da Mulher, por exemplo.

clica aqui
para ver matéria completa.



F R I D A U N D E R



Frida: a franquia que estimula o empreendedorismo e o empoderamento feminino

Segunda, 23 Março 2022 11:38 | Crédito de Imagem: Divulgação - Escrito ou enviado por Aline Wolff da Fonseca | SEGS.com.br - Categoria: Demais | Imprimir



Será que a sociedade de hoje tem consciência sobre o que é o empoderamento feminino? Uma franqueadora sediada na serra gaúcha apostou em um movimento social importante ao desenvolvimento humano para ensinar mulheres a empreender e a potencializar o consciente coletivo a respeito dos direitos e do papel da mulher. A marca é a Frida Underwear, que comercializa peças de lingerie para “mulheres reais”, vencedora em seus propósitos com menos de três anos de lançamento e mais de um milhão em faturamento anual. Hoje são 35 franquias distribuídas no Brasil e, já, no exterior.

As franquias são concedidas pela rede com aportes que variam de R\$ 10 mil a R\$ 200 mil, variando conforme o modelo do negócio e o estoque requerido, entre vendas porta a porta ou em lojas. A velocidade de retorno do investimento fica no entorno dos seis meses.

“Como já esperávamos, o nosso público-alvo é a mulher que busca independência financeira e liberdade. O que nos chama a atenção é que quando elas nos contatam solicitando informações sobre como ter uma loja Frida, as perguntas são todas relacionadas ao conceito da marca. Muito pouco se fala sobre os produtos. Ou seja, os treinamentos são essencialmente voltados para como empreender. O empoderamento de todas elas vem na sequência. Ensinar as mulheres a empreenderem”, comenta a sócia Camilla Reginato.

Na prática, o suporte inicia já na assessoria ao marketing pessoal das novas franqueadas. “Damos cursos e palestras que vão desde questões gerenciais, administrativas e técnicas de vendas até ao comportamento que reflete na imagem percebida daquela mulher que se respeita e é empoderada”, comenta. O trabalho resultou no Instituto Frida, que acompanha e auxilia na jornada do desenvolvimento por meio de materiais e vídeos online com especialistas em áreas diversas (finanças, coaching, psicólogos, etc.).

Todas as franqueadas são Frida, vivemos Frida!

Fundada em Dois Irmãos, cidade de origem germânica, o conceito de Frida é ancorado na cultura local. Ele origina de Fridu ou Frid, que significa “paz”. Adaptando ao conceito e ao posicionamento da marca, reflete o isolamento às forças externas que afetam a vida das mulheres e a transmutação em favor da prosperidade pela rede da franquia.

“Todas somos fridas! Todas somos empoderadas ao empreender, ao se respeitar, ao se autoconhecer, ao ir e vir na liberdade do tempo. Todas somos fridas, mulheres batalhadoras que, calcadas no empoderamento, são paz, amor e dignidade. Para isso e por isso estamos crescendo”, completa Camilla Reginato, que no livro biográfico “Poderosa, empresária, sou Frida, sou frida!” conta a trajetória de todos os envolvidos na história da Frida Underwear.

A obra foi lançada no Dia Internacional da mulher, 8 de março, e está disponível na Amazon: <https://www.amazon.com.br/dp/B09QKTP698>.

Modelos reais lapidam o conceito Frida

Elas dizem “quem veste Frida, empodera-se”. Em entrevista às mulheres que posaram como modelos às campanhas de divulgação da marca Frida Underwear, o testemunho geral é de que as lingerie vestem perfeitamente os corpos. “Os tecidos, cores, cortes e costura valorizam qualquer mulher real”, enfatizou, aos 67, Elizabeth Coelho.

“Trabalhamos com mulheres reais, mesmo. Nossos fotos não são com modelos tradicionais, são com filhas da marca”, observa a sócia Camilla.

O empoderamento feminino das fridas

As filhas da Frida Underwear levam à diante o conceito da marca: “empreendendo, se empodera”. Mas o que de fato é uma mulher empoderada nos dias de hoje? Além do fator independência (que é a base da autostima e da liberdade), escutando as histórias delas, pode-se destacar dez características que libertam e pacificam o corpo, a mente e a alma, transformando cada uma em frida frida@.

Vontade de viver. É comum entre as mulheres um histórico de superação à submissão nos primeiros relacionamentos, como o exemplo de casamentos consolidados com ciúmes, posse e sentimento de escravidão.

Gratidão contínua. Elas herdaram filhos ou experiências diversas que as fortalecem todos os dias. A visão pela gratidão em tudo o que têm e o que fazem promove o foco no que são (mulheres batalhadoras e orgulhosas de si).

Rede de conexões vencedoras. Pela família, amigos ou parceiros, as mulheres empoderadas entendem que são a média das pessoas que escolhem andar, como exemplo, à inspiração e ao apoio.

Vaidade. Mulheres empoderadas aprendem a se amar em primeiro lugar, independente do formato do corpo, renda ou qualquer outra situação. Estando e se sentindo lindas, derramam a sua graça por onde passam, promovendo energias positivas e bem estar para si e para os outros.

Autostima. Um dos grandes segredos ao desenvolvimento pessoal e empoderamento feminino é o autoconhecimento que leva à autostima. “Saber quem eu sou me permite andar sobre a trajetória que me convém, dizer os não que me trazem paz e tranquilidade, me amadureço e promove na minha vida um ciclo virtuoso”, ilustra a sócia Camilla Reginato.

Referências positivas. A mãe ou a avó são hurrasdas no entendimento de sempre batalharam e deram o máximo de si na vida, fazendo o que sabiam e o que podiam ao crescimento familiar. São a base da formação de cada uma. Os traços positivos delas estão impressos no DNA de todas que hoje são empoderadas.

Autoconhecimento. Todas as filhas da Frida Underwear investem em lingerie. “Para todo o corpo de mulher tem um modelo perfeito de lingerie. Viver o íntimo com alegria é fundamental à aceitação de si”, observa a modelo Elizabeth Coelho.

Vivência dos arquétipos da guerreira e da mulher heroína. A busca incessante pela perfeição frustra e cansa. Contudo, referências saudáveis ancoram ao estímulo. Mulheres empoderadas batalham para viver, cada dia, o melhor que há em todos os pilares da existência humana. Elas sabem que são merecedoras.

Autoperdão e autoaceitação. Não deu certo? Tudo bem. Elas param, sentiam, choram, refletem, reorganizam a rota, levantam e andam. Ou seja, têm uma fé em si e no Universo inabalável.

Abertura para o novo. Elas se permitem. Se estão sendo maltratadas, humilhadas, rebaixadas ou simplesmente infelizes, edificam força e esperança para mudar, seja de casamento, de emprego. Pouco deixam o externo interferir nas suas decisões e felicidade.

Exemplo de empoderamento, do Brasil para o mundo

Tanto estímulo ao empoderamento feminino está repercutindo o Instituto Frida da franqueadora de lingerie em Dubai e na Índia. Mulheres dessas regiões buscam o empreendedorismo feminino como meio de independência financeira. “É uma questão de sobrevivência para muitas. Estamos sendo exemplo de inspiração e possibilidades, por meio de lives e palestras online periódicas que já estamos fazendo para o público de fora do Brasil”, comemora a sócia Camilla Reginato. “Estamos cumprindo o propósito da Frida”.

Convite à imprensa

Se o segmento de varejo cresce no Brasil (0,8% em janeiro ante dezembro de acordo com IBGE), os de beleza, perfumaria e saúde explodem (mais de 15% ao ano em algumas praças). O motivo são os novos hábitos de compra online, um dos modelos de negócios da Frida Underwear. Outro fator é o resgate da autostima no pós-pandemia, com investimentos diversos em bem estar.

Alada às tendências de expansão dos segmentos de varejo, beleza e bem-estar está a Frida Underwear. A rede, quem detém as características que a posicionam como uma das melhores para se investir (essencialmente por ser de valor acessível, lucrativo e fácil de operar) fará uma coletiva de imprensa no dia 28 de março (segunda-feira), a partir das 9h30, visando apresentar dados e métricas do mercado aos participantes. O evento será no Hotel Plaza São Rafael, em Porto Alegre. Terá, na sequência, a sessão de fotos que resultarão na campanha do Dia das Mães da marca. Informações e reservas: WhatsApp 51 99954-5591 (Aline Wolff).

O negócio Frida Underwear

A Frida Underwear iniciou em um projeto de especialização da idealizadora, Camilla Reginato, em 2017. Em 2020 foi constituída como uma rede de franquias a partir da entrada do Grupo Wichmann à sociedade. O business foi maturado em mestrado de negócios internacionais pela Flórida, no mesmo ano. Hoje é percebido pelo mercado como uma fomentadora ao empreendedorismo e ao empoderamento feminino.

Compartilhe: Participe do GRUPO SEGS - PORTAL NACIONAL no FACEBOOK...

<https://www.facebook.com/gruposegsportalnacional>



FRIDA UNDER

clica aqui
para ver matéria completa.





mapa das franquias

Conheça a localidade de todas as unidades de uma franquia pelo Brasil.

FRIDA UNDERWEAR CHEGA EM SOLO PARANAENSE E INAUGURA PRIMEIRA UNIDADE EM MARINGÁ

Brigite Teichrieb de Castro inaugura neste sábado, 02 de abril, a franquia de peças íntimas que será conduzida home office.



Publicado em 30 de março de 2022

Por **Imprensa**

Notícia

franquia frida underwear,
Franquias de moda íntima,
Franquias de vestuário,
Franquias home based,
frida underwear,
Microfranquias

As peças íntimas fazem parte do dia a dia de qualquer pessoa, seja de forma mais simples ou mais elaborada, elas sempre estão presentes. Não é à toa que o mercado de moda movimentava cerca de R\$ 30 bilhões por ano, no mundo todo. Somente o universo de roupas íntimas fatura R\$ 3,6 bilhões anualmente, segundo dados do IEMI (Instituto de Estudos e Marketing Industrial).

Assim como nos demais segmentos, a pandemia causou alguns respingos no setor de moda e fez várias lojas físicas fecharem as portas. Porém, por outro lado, as vendas de roupas íntimas pela internet ganharam força e hoje estão ainda mais presentes no cotidiano dos brasileiros, já que geram comodidade.

O estado do Paraná ocupa o terceiro lugar no ranking nacional em volume de vendas de peças íntimas pela internet, gastando em média R\$ 169,45. Os paranaenses só ficam atrás dos paulistas, que gastam R\$ 170,84, e dos cariocas, 184,55. Já o Sudeste foi responsável por 66,95% do volume total de vendas no ano passado, enquanto que a região Sul ocupa a segunda posição com 17,49%, segundo dados de um levantamento de dois sites especializados no assunto.

Frida agora também no Paraná

É seguindo essas tendências que a franquia **Frida Underwear** – rede de vestuário especializada em lingerie focada no empoderamento feminino – chega em solo paranaense pela primeira vez, na cidade de Maringá. O negócio será comandado por Brigite Teichrieb de Castro, que conciliará o trabalho de tradutora com a condução da operação da franquia.

A inauguração da unidade ocorrerá neste sábado, 02 de abril, em evento reservado para 40 mulheres convidadas, na chácara Recanto Helena, entre 17h e 21h. O momento será marcado por três canções brasileiras com o esposo de Brigite, o professor de canto John Kennedy Pereira de Castro, acompanhado pela pianista Cinthia Ruivo. As participantes poderão conhecer de perto as peças íntimas, bem como a nova coleção, além de receber alguns mimos como sachê de sais de banho e escalda pés para um momento de relaxamento pós evento.

clica aqui
para ver matéria completa.



FRIDA UNDER

MODA

Frida Underwear chega em solo paranaense e inaugura primeira unidade em Maringá

31/03/2022 0 COMENTÁRIOS



As peças íntimas fazem parte do dia a dia de qualquer pessoa, seja de forma mais simples ou mais elaborada, elas sempre estão presentes. Não é à toa que o mercado de moda movimentou cerca de R\$ 30 bilhões por ano, no mundo todo. Somente o universo de roupas íntimas fatura R\$ 3,6 bilhões anualmente, segundo dados do IEM (Instituto de Estudos e Marketing Industrial).

Assim como nos demais segmentos, a pandemia causou alguns respingos no setor de moda e fez várias lojas físicas fecharem as portas. Porém, por outro lado, as vendas de roupas íntimas pela internet ganharam força e hoje estão ainda mais presentes no cotidiano dos brasileiros, já que geram comodidade.

E seguindo essas tendências que a franquia **Frida Underwear** - rede de vestuário especializada em lingerie focada no empoderamento feminino - chega em solo paranaense pela primeira vez, na cidade de Maringá. O negócio será comandado por Brígide Teichrieb de Castro, que conciliará o trabalho de tradutora com a condução da operação da franquia.

Divulgação



clica aqui
para ver matéria completa.



REDES SOCIAIS

- Facebook
- Instagram
- Twitter

CONTATO

Fale conosco através do e-mail contato@revistaideal.com.br

Copyright © 2018-2019 Revista Ideal, todos os direitos reservados.



FRIDA UNDER

QUEM SOMOS



Frida Underwear chega em solo paranaense e inaugura primeira unidade em Maringá

21 de março de 2022 [Ver mais](#) [Por BAY SANTOS](#)

Compartilhar



Brigite Teichrieb de Castro inaugura neste sábado, 02 de abril, a franquia de peças íntimas que será conduzida home office; Estado do Paraná ocupa terceiro lugar nacional em volume de vendas de peças íntimas pela internet

As peças íntimas fazem parte do dia a dia de qualquer pessoa, seja de forma mais simples ou mais elaborada, elas sempre estão presentes. Não é à toa que o mercado de moda movimentou cerca de R\$ 30 bilhões por ano, no mundo todo. Somente o universo de roupas íntimas fatura R\$ 3,6 bilhões anualmente, segundo dados do IEMI (Instituto de Estudos e Marketing Industrial).

Assim como nos demais segmentos, a pandemia causou alguns respingos no setor de moda e fez várias lojas físicas fecharem as portas. Porém, por outro lado, as vendas de roupas íntimas pela internet ganharam força e hoje estão ainda mais presentes no cotidiano dos brasileiros, já que geram comodidade.

O estado do Paraná ocupa o terceiro lugar no ranking nacional em volume de vendas de peças íntimas pela internet, gastando em média R\$ 169,45. Os paranaenses só ficam atrás dos paulistas, que gastam R\$ 170,84, e dos cariocas, 184,55. Já o Sudeste foi responsável por 66,95% do volume total de vendas no ano passado, enquanto que a região Sul ocupa a segunda posição com 17,49%, segundo dados de um levantamento de dois sites especializados no assunto.

Frida agora também no Paraná

É seguindo essas tendências que a franquia Frida Underwear - rede de vestuário especializada em lingerie focada no empoderamento feminino - chega em solo paranaense pela primeira vez, na cidade de Maringá. O negócio será comandado por Brigite Teichrieb de Castro, que conciliará o trabalho de tradutora com a condução da operação da franquia.

A inauguração da unidade ocorrerá neste sábado, 02 de abril, em evento reservado para 40 mulheres convidadas, na chácara Recanto Helena, entre 17h e 21h. O momento será marcado por três canções brasileiras com o esposo de Brigite, o professor de canto John Kennedy Pereira de Castro, acompanhado pela pianista Cinthia Ruivo. As participantes poderão conhecer de perto as peças íntimas, bem como a nova coleção, além de receber alguns mimos como sachê de saib de banho e escalda pés para um momento de relaxamento pós evento.

Direto da própria casa

Brigite conta que optou pela franquia Frida devido a possibilidade de trabalhar diretamente da própria casa, fazendo os próprios horários. Ela escolheu o modelo home office e digital para comandar, sendo composto por uma mala com 100 peças para revenda a pronta entrega. O papel da franqueada será captar clientes, seja por meio de vendas pela plataforma de e-commerce ou no trabalho porta a porta para apresentação das peças íntimas.

"Fazia algum tempo que eu procurava por uma franquia de baixo investimento e rápido retorno para incrementar minha renda. Contudo, eu não me interessava por nenhum tipo de negócio. Até que descobri a Frida e fiquei instantaneamente encantada com a origem, história e filosofia da marca. O Instituto Frida com seu objetivo de 'curar' mulheres por meio do empreendedorismo é a minha menina dos olhos neste negócio", afirma a franqueada.

Franquia de empoderamento feminino

Com uma variedade de peças que atendem modelos de lingerie plus size, amamentação, peças eco sustentáveis, biquínis, entre muitas outras, a Frida vem rompendo a ditadura dos corpos "perfeitos", e apostou na divulgação das peças com mulheres reais para vender lingerie para todos os biotipos de mulheres, sem manipulação do photoshop. São peças confortáveis que proporcionam bem-estar para a consumidora, e para a franqueada leva autonomia e independência financeira. No perfil das clientes da marca estão mulheres que procuram ser valorizadas por quem são e que apreciam o próprio corpo na busca por produtos de qualidade, diferenciados e com preço justo.

Unidade Frida Underwear - Maringá (PR)

Lançamento: dia 02/04, na chácara Recanto Helena, Av. das Torres, 4915, Jardim Monte Rei, das 17h às 21h. Evento apenas para convidadas.

Conheça as peças pelo contato: (44) 99728-3420 - whats ou na página da loja <https://loja.fridaunderwear.com/?maringa>

Sobre a Frida Underwear

Fundada em 2017 em Dois Irmãos (RS), a Frida Underwear é uma rede de vestuário especializada em lingerie focada no empoderamento feminino. A marca nasceu como e-commerce e em 2020 expandiu para o franchising com modelo de negócio online, home office e loja física. A Frida faz parte do Grupo Wichmann, com investimento a partir de R\$ 6.597,00 e prazo de retorno estimado em 3 meses. www.fridaunderwear.com/franquia/

Fatos & Ideias Com...

clique aqui
para ver matéria completa.



FRIDA UNDER

GUIA FRANQUIAS DE SUCESSO

Franchising por Setor Franchising por Valor Franchising Baratos Seu Franchising Quer ser um Franchising Anúncio

Home > Franquias > Franquias Baratas > Franchising Baratos > Seu Franchising > Quer ser um Franchising > Anúncio

Frida Underwear: franquias de lingerie tem modelo digital e com 100% de lucro

Por **Lulita Diniz** 14/05/2022



PUBLICITARIOAL A **Frida Underwear** já entrou no mercado de lingerie com uma proposta inovadora: ter peças que respeitem o biotipo de cada mulher, trazendo conforto e sensualidade, mas sem deixar de lado a personalização digital. Esse propósito permite que a marca atenda um grande número de mulheres e garanta uma alta taxa de fidelização.

Mas, ao chegar no franchising, a Frida se popularizou por ter outras diferenciais que a tornam também uma excelente opção para quem deseja empreender no setor de moda. Entre eles está a lucratividade da franquia, que pode chegar a 100% – um número especialmente alto no mercado de vestuário.

Mas a Frida coleciona números impressionantes. Para começar, é possível abrir um negócio com um investimento de apenas R\$ 7,9 mil. Já o faturamento médio mensal fica na casa dos R\$ 15 mil por mês!

➔ **Confira também: 300 opções de franquias baratas a partir de R\$ 0,99!**
Outra inovação que a Frida trouxe para o mercado foi a possibilidade do franqueado comercializar as peças em diferentes modelos de negócios.

São 4 opções: a **Franquia Digital**, em que a franqueada divulga as peças e vende pela internet, sem precisar de estoque de produtos, ponto comercial ou funcionários; a **Franquia Home Office**, na qual a empreendedora recebe uma mala com 100 peças para vender a granel e entrega; o **Espaço Frida**, um expositor com 200 peças com foco em garças em estabelecimentos comerciais, feiras, eventos ou até vendas em casa; e a **Loja Frida**, uma estrutura robusta que pode ser instalada em shoppings ou bairros com projeto arquitetônico e estoque inicial.

Cada opção atende um perfil de empreendedor, desde aquela que deseja trabalhar em home office, sem estoque e vendendo para clientes de todo o Brasil através da internet, até a empresária que sonha em ter uma **lojinha** de grande porte.

Dessa forma, a Frida traz empoderamento não só para as clientes que usam suas peças, mas também para as franqueadas que investem no negócio.

Mais sobre a Frida Underwear
A Frida nasceu a partir de um projeto de pós-graduação de Camilla Julien Reginato, em 2017. A operação piloto foi tão bem-sucedida que, em 2020, a companhia passou a expandir através do franchising.

Hoje são 35 franquias e um faturamento de mais de R\$ 1 milhão com a venda e franqueamento de lingerie exclusiva, como calcinhas absorventes, coleções plus size, peças com tecido ecológico, linha focada em conforto e muito mais.

Além de comercializar itens únicos, as franqueadas da Frida recebem todo apoio da franqueadora, incluindo campanhas e treinamentos periódicos, suporte 8 horas por dia e 5 dias por semana, desenvolvimento de site e redes sociais para a franquia, agência de marketing digital e muito mais.

Para saber mais sobre as inúmeras vantagens que a Frida tem para oferecer, clique no botão abaixo e cadastre-se.

Frida Underwear

Investimento: R\$ 7.997 até R\$ 149.997
Faturamento: R\$ 15.000
Prazo de Retorno: 3 até 12 meses

[Mais informações](#) [Salva Mala](#)

12 anos em | Facebook | Twitter | Pinterest

30 franquias em | 15 franquias em | 15 franquias em

Lulita Diniz
Jornalista pós-graduada em marketing digital. É apaixonada por comunicação e mídias sociais. Escreve sobre negócios, franquias, tecnologia e empreendedorismo.

ARTIGOS RELACIONADOS MAIS DO AUTOR



DEIXE UMA RESPOSTA

Comentário:

Nome *

E-mail *

Site:

Salvar meus dados e e-mail e site neste navegador para a próxima vez que eu comentar.

Postar Comentário

PUBLICIDADE



Quer ajuda para encontrar a franquia certa?

Seu E-mail **Calcular**

TOP 5
As franquias mais buscadas no site:

1. Bellaza

Investimento: R\$ 9.000,00 até R\$ 15.000,00
Faturamento: R\$ 5.000,00
Prazo de Retorno: 12 até 24 meses

[Mais informações](#) [Salva Mala](#)

2. Mazze Semi Joias

Investimento: R\$ 9.000,00
Faturamento: R\$ 5.000,00
Prazo de Retorno: 12 até 24 meses

[Mais informações](#) [Salva Mala](#)

3. Brasil Nutri Shop

Investimento: R\$ 10.000,00
Faturamento: R\$ 5.000,00
Prazo de Retorno: 12 até 24 meses

[Mais informações](#) [Salva Mala](#)

4. Franquias do Futuro

Investimento: R\$ 9.000,00 até R\$ 16.000,00
Faturamento: R\$ 5.000,00
Prazo de Retorno: 12 até 24 meses

[Mais informações](#) [Salva Mala](#)



Quer ajuda para encontrar a franquia certa?

Seu E-mail **Calcular**

TOP 5
As franquias mais buscadas no site:

1. Bellaza

Investimento: R\$ 9.000,00 até R\$ 15.000,00
Faturamento: R\$ 5.000,00
Prazo de Retorno: 12 até 24 meses

[Mais informações](#) [Salva Mala](#)

2. Mazze Semi Joias

Investimento: R\$ 9.000,00
Faturamento: R\$ 5.000,00
Prazo de Retorno: 12 até 24 meses

[Mais informações](#) [Salva Mala](#)

3. Franquias do Futuro

Investimento: R\$ 9.000,00 até R\$ 16.000,00
Faturamento: R\$ 5.000,00
Prazo de Retorno: 12 até 24 meses

[Mais informações](#) [Salva Mala](#)

clica aqui
para ver matéria completa.

GUIA FRANQUIAS DE SUCESSO	FRANQUIAS POR SETOR	FRANQUIAS POR VALOR
<ul style="list-style-type: none"> Franchising Baratos Seu Franchising Quer ser um Franchising Tornar-se um Franchising Divulgar meu Franchising Anúncio 	<ul style="list-style-type: none"> Alimentação Comércio e varejo Franchising e Marketing Franchising e Serviços Franchising e Varejo Franchising e Saúde Franchising e Tecnologia Franchising e Turismo Franchising e Outros 	<ul style="list-style-type: none"> Até R\$ 10.000,00 Até R\$ 20.000,00 Até R\$ 30.000,00 Até R\$ 40.000,00 Até R\$ 50.000,00 Até R\$ 60.000,00 Até R\$ 70.000,00 Até R\$ 80.000,00 Até R\$ 90.000,00 Até R\$ 100.000,00





Conheça a localidade de todas as unidades de uma franquia pelo Brasil.

MAPEAR UMA FRANQUIA

A FIGURA DA MÃE EMPREENDEDORA É UMA REALIDADE NO BRASIL

Frída Underwear: mulheres conciliam trabalho home office e maternidade



Publicado em 3 de maio de 2022

Frída Underwear
Empreendedora, franquia Frída Underwear. Franquia de vestuário, Frída Underwear, mulheres empreendedoras

As mulheres começam a empreender movidas, em grande parte, pelo desejo e necessidade de ter horas mais flexíveis e controle sobre a sua própria rotina à fim de que possam conciliar o trabalho com a vida pessoal e familiar. Ao encerrar a maternidade, o empreendedorismo aparece como uma saída à independência e para a geração de renda extra.

Uma pesquisa da Fundação Getúlio Vargas de 2021, mostra que 50% das mulheres perdem o emprego em um período de dois anos depois de se tornarem mães. O mercado de franquias é uma opção que vem crescendo por transformar a vida das mulheres, sendo uma alternativa importante para quem deseja trabalhar sem sair de casa e administrar a rotina materna. Pesquisa feita pela Rede Mulher Empreendedora (RME) mostra que 68% das mulheres empreendedoras do país começaram a empreender justamente depois de terem filhos.



Empreender demanda organização de agenda, compromisso, finanças, planejamento e execução de um plano de negócios, entre muitas outras coisas. No entanto, isso também se aplica na rotina da família e, principalmente, na criação dos filhos. "Uma criança precisa de rotina, de organização, de planejamento, para ter horas certas de comer, passar, brincar, descansar e dormir", completa a mãe de dois filhos e também empreendedora e gestora de marketing na rede de franquias Frída Underwear, Aline Wolff.

Nesse sentido, o empreendedorismo tem se mostrado uma ferramenta de transformação profissional, econômica, social e pessoal na vida de muitas mulheres. Podemos dizer que ele aparece como a opção para o desafio de desenvolver uma carreira profissional bem-sucedida sem voltar as costas para o ambiente doméstico. A dica é se organizar, fazer uma lista com as suas tarefas, selecionar suas prioridades e, assim, poder executar tudo com sucesso. Além disso, é importante também ter um tempo livre para cuidar de si mesma e dividir as demandas da casa, para evitar a sobrecarga.

Conciliar profissional e pessoal

Sílvia de Freitas Cavaliho Silva é casada e mãe do Mateus, 8 anos, da Maria Clara, de 3 anos, e madrieta do Rafael, de 9 anos. Está trabalhando com a franquia desde junho de 2021. "Minha carreira foi toda como programadora de produção". Ela contou que perdeu o emprego em julho de 2020, como era período de pandemia acabou ficando um tempo em casa para cuidar dos filhos.

Foi no início do ano passado que resolveu investir em um negócio, desde que pudesse conciliar vida profissional e pessoal. Pensou em franquia e começou a pesquisar. "Foi quando conheci a Frída Underwear, vi o potencial de crescimento, me interessei muito e resolvi arriscar para ter meu trabalho e tempo para ficar com as crianças."

Sílvia falou que hoje se sente realizada. "Eu sempre trabalhei e fui independente. Hoje, graças a Frída Underwear, voltei ao mercado de trabalho, tenho meu dinheiro, ajudo no orçamento doméstico e ainda faço uma reserva para investir ainda mais. Minhas expectativas são as melhores possíveis, tenho certeza que farei a marca Frída Underwear alcançar várias pessoas que irão se apaixonar tanto quanto eu".

"A Frída tem tudo que uma mulher gosta, produto de qualidade, peças lindas e com preço justo. O melhor, a marca reforça que a mulher tem que ser livre para fazer suas escolhas, ficar confortável e maravilhosa dentro da sua lingerie, sem se importar com os padrões estéticos. Espero futuramente poder expandir e quem sabe ter uma loja física", conclui.

Instagram: @frida_franquias | (11) 99252-0200



Nova Petrópolis: Casas abandonadas não vendidas estão quase sendo doadas a qualquer...
Criei Abandonadas | Loja Petrópolis [Reservar agora](#)
por tabela

Cadastre-se para a Newsletter

Campo marcado com * são obrigatórios

Nome *

E-mail *

Estado *

Seleção
Cidade *

Setor *
Seleção
Periodicidade *
Seleção
ASSINAR

ARTIGOS E COLUNISTAS

17/07/2023 por Imprensa
[Empreender sozinho ou em franquia?](#)

26/04/2023 por Imprensa
[Transfêrência de know-how é o dia a dia da operação por que a gestão do franquizado faz tanta diferença no resultado?](#)

19/09/2022 por Imprensa
[Não existe experiência do cliente em lojas físicas sem capacitação constante de equipes](#)

06/06/2022 por Imprensa
[Investir na educação com foco em impacto social é investir no futuro e na qualidade de vida](#)

VOLTAÍAS

AS MAIS LIDAS

[Di Santinni e Baby Calçados formam joint-venture em Campinas para trazer inovação ao tradicional mercado calçadista](#)

[Crepefy expande negócios para região Sul do Brasil](#)

[Maidaper abre franquias em João Pessoa e São Caetano do Sul](#)

[Velo entra para o franchising e foca em shoppings centers e aeroportos para expansão](#)

[Action4H lança franquia e projeta 50 unidades neste ano](#)

VOLTAÍAS

clica aqui
para ver matéria completa.





A figura da mãe empreendedora é uma realidade no Brasil

Terça, 03 Mar 2022 13:32 Crédito de Imagem: Divulgação - Exato ou enviado por: Flávia Brito | EEOE.com.br - Categoria: **Seguros** | [Imprimir](#)



Frida Underwear: mulheres conciliam trabalho home office e maternidade

As mulheres começam a empreender movidas, em grande parte, pelo desejo e necessidade de ter horas mais flexíveis e controle sobre a sua própria rotina a fim de que possam conciliar o trabalho com a vida pessoal e familiar. Ao encarar a maternidade, o empreendedorismo aparece como uma saída à independência e para a geração de renda extra.

Uma pesquisa da Fundação Getúlio Vargas de 2021, mostra que 50% das mulheres perdem o emprego em um período de dois anos depois de se tornarem mães. O mercado de franquias é uma opção que vem crescendo por transformar a vida das mulheres, sendo uma alternativa importante para quem deseja trabalhar sem sair de casa e administrar a rotina materna. Pesquisa feita pela Rede Mulher Empreendedora (RME) mostra que 68% das mulheres empreendedoras do país começaram a empreender justamente depois de terem filhos.

Empreender demanda organização de agenda, compromisso, finanças, planejamento e execução de um plano de negócios, entre muitas outras coisas. No entanto, isso também se aplica na rotina da família e, principalmente, na criação dos filhos. "Uma criança precisa de rotina, de organização, de planejamento, para ter horas certas de comer, passear, brincar, desacelerar e dormir", completa a mãe de dois filhos e também empreendedora e gestora de marketing na rede de franquias Frida Underwear, Aline Wolff.

Nesse sentido, o empreendedorismo tem se mostrado uma ferramenta de transformação profissional, econômica, social e pessoal na vida de muitas mulheres. Podemos dizer que ele aparece como a opção para o desafio de desenvolver uma carreira profissional bem-sucedida sem voltar as costas para o ambiente doméstico. A dica é se organizar, fazer uma lista com as suas tarefas, selecionar suas prioridades e, assim, poder executar tudo com sucesso. Além disso, é importante também ter um tempo livre para cuidar de si mesma e dividir as demandas da casa, para evitar a sobrecarga.

Conciliar profissional e pessoal

Sílvia de Freitas Carvalho Silva é casada e mãe do Matheus, 8 anos, da Maria Clara, de 3 anos, e madrasta do Rafael, de 9 anos. Está trabalhando com a franquia desde junho de 2021. "Minha carreira foi toda como programadora de produção". Ela contou que perdeu o emprego em julho de 2020, como era período de pandemia acabou ficando um tempo em casa para cuidar dos filhos.

Foi no início do ano passado que resolveu investir em um negócio, desde que pudesse conciliar vida profissional e pessoal. Pensou em franquias e começou a pesquisar. "Foi quando conheci a Frida Underwear, vi o potencial de crescimento, me interessei muito e resolvi arriscar para ter meu trabalho e tempo para ficar com as crianças."

Sílvia falou que hoje se sente realizada. "Eu sempre trabalhei e fui independente. Hoje, graças a Frida Underwear, voltei ao mercado de trabalho, tenho meu dinheiro, ajudo no orçamento doméstico e ainda faço uma reserva para investir ainda mais. Minhas expectativas são as melhores possíveis, tenho certeza que farei a marca Frida Underwear alcançar várias pessoas que irão se apaixonar tanto quanto eu".

"A Frida tem tudo que uma mulher gosta, produto de qualidade, peças lindas e com preço justo. O melhor, a marca reforça que a mulher tem que ser livre para fazer suas escolhas, ficar confortável e maravilhosa dentro da sua lingerie, sem se importar com os padrões estéticos. Espero futuramente poder expandir e quem sabe ter uma loja física", conclui.

Em busca da independência com a ajuda da família

A busca pela independência financeira foi o que atraiu a Liz para a Frida Underwear. "Optei pela modalidade home office, pois posso trabalhar no meu tempo livre. Separei as peças para as clientes e levo até elas, que desta forma podem escolher com calma. E no período noturno que organizo as entregas e a divulgação. Sempre com ajuda dos meus filhos e do meu marido. Facilita muito o fato de a Frida fornecer material de divulgação pronto. Com a ajuda da família faço as filmagens e postagens. Todo mundo tem que ajudar".

A empreendedora explicou que desde 2019 pesquisa um negócio que se encaixasse em suas condições financeiras, com investimento baixo e retorno rápido. "Em uma das minhas pesquisas encontrei uma matéria numa revista especializada, logo de cara vi que a Frida Underwear era o meu negócio."

Me aprofundi nos detalhes e me apaixonei pela Frida. Não sei citar quais foram as dificuldades em cada fase, só sei que já estou colhendo os benefícios, o empoderamento chega antes da independência financeira".

Liz falou que o mercado de vestuário íntimo está aquecido. "Não tem jeito, você precisa comprar e busca peças boas e com bons preços. A minha expectativa de bons resultados é alta. Sou uma pessoa inquieta, com raciocínio rápido. Sonho alto com os pés no chão, e independe dos obstáculos que encontrar no caminho, acredito que sempre tem uma opção, se não tiver, a gente cria uma alternativa, não dá pra ficar parada".

Sobre a Frida Underwear

Fundada em 2017 em Dois Irmãos (RS), a Frida Underwear é uma rede de vestuário especializada em lingerie focada no empoderamento feminino. A marca nasceu como e-commerce e em 2020 expandiu para o franchising com modelo de negócio online, home office e loja física. A Frida faz parte do Grupo Wichmann, com investimento a partir de R\$ 6.597,00 e prazo de retorno estimado em 3 meses. www.fridaunderwear.com/franquia/

Compartilhe: [Partilhe do GRUPO SEGS - PORTAL NACIONAL no FACEBOOK...](#)

clica aqui
para ver matéria completa.





MÃES & FILHOS

A figura da mãe empreendedora é uma realidade no Brasil

Afina Menina • 11/05/2022

As mulheres começam a empreender movidas, em grande parte, pelo desejo e necessidade de ter horas mais flexíveis e controle sobre a sua própria rotina a fim de que possam conciliar o trabalho com a vida pessoal e familiar. Ao encarar a maternidade, o empreendedorismo aparece como uma saída à independência e para a geração de renda extra.



clica aqui
para ver matéria completa.



FRIDA UNDER



mapa das franquias



Página Inicial Franquias Notícias Fornecedor Eventos Vídeos Anúncio

NEWSLETTER

CADASTRE-SE

LOGIN

Conteúdo e localização de todas as unidades de uma Franquia pelo Brasil

FAZPACT UMA FRANQUIA

COM OS PLANOS DE ASSINATURA EM ALTA, REDE DE LINGERIE INVESTE NO SEGMENTO PARA FIDELIZAR MAIS CLIENTES

Frida Underwear também lançou recentemente um programa de TV para fortalecer o empoderamento e empreendedorismo feminino



Publicado em 10 de Junho de 2021
Por **ANDRÉA**
Núcleo
Núcleo de Franquias
Núcleo de Franquias
Núcleo de Franquias

Após o início da pandemia muitas regiões tiveram que se adaptar com as restrições impostas para combater a crise e também ter ajustes que inovaram de alguma forma para atingir mais clientes. Uma das novidades lançadas pelas empresas foi o plano de assinatura, modelo em que o consumidor paga mensalmente ou anualmente e recebe todo mês o produto de marca.

As assinaturas garantem ao negócio uma receita antecipada e ajudam a alcançar empresas e clientes, oferecendo de imediato algumas informações importantes, como se o produto que vendem mais.



On the Spot e Tudo Certo

Porém, há, a todo o tempo, franquias de vestuário especializadas em lingerie focadas no empoderamento feminino. Frida Underwear, lançou recentemente no mercado a Frida Box. Nesse modelo de resposta a cliente recebe todo mês uma peça de lingerie exclusiva, além de brindes para o bem-estar e empoderamento.

A CEO e fundadora da Franquia, Camilla Reginato, afirma que o motivo de ter lançado essa fórmula foi para proporcionar uma experiência para os clientes que se tornaram assinantes. "Queremos oferecer uma experiência de descoberta de marca com público "quenter" aos parceiros e elevadores de todo o Brasil Frida."

Inovação no setor

Assim percebeu essa tendência de mercado e ver que a demanda estava alta, a Frida Underwear decidiu investir no modelo mostrando que a marca contava com uma grande força de produção interna, inovação e análise competitiva.

Camilla explica que os assinantes da Frida Box recebem todo mês uma peça de lingerie exclusiva e que não foi comercializada no e-commerce. "Além disso, também tem camisetas e conjuntos de lingerie, sempre atualizados e modais. A linha premium, que tem uma edição limitada, foi alguns meses que acabou, sendo reposto rapidamente e pronto para o sucesso da campanha."

A CEO da Frida também destaca que é não se fazer parceria com outros marcas para criar mais produtos no box. "Temos um quarto marca por campanha. No mês de lançamento do Box, que será no Dia das Mães, os marcos. Depois que estão participando da experiência sendo o Biscoito, todo de açúcar e serviço de creches conjugado e financeiro. Além das Franquias (negócio de acionistas), Studio Zóia e Templo do Sol."



On the Spot e Tudo Certo

Planos de assinatura

Para fazer a assinatura da Frida Box o cliente pode procurar uma unidade franquiada da rede ou ir ao site para o download de Franquia Fitnes, antes de fechar a contratação do plano, o consumidor deverá responder um questionário e descobrir mais detalhes sobre ela.

"Nosso questionário nos faz saber qual o tamanho de cada e qual o que ele usará, qual o estilo de peças que ele quer, se ele gosta, se compra por ele mesmo, o seu estilo de vida, se está gostando ou amando, se ele gosta de pagar com cartão e não. Tudo isso para que possamos conhecer muito bem esse cliente e enviar as peças que mais se adequam com o seu estilo", explica Camilla.

Depois de responder o questionário, Reginato conta que a cliente terá quatro opções de planos para escolher. "Temos o plano mensal que é R\$ 39 por mês, além trimestral que são três parcelas de R\$ 113, plano semestral com seis parcelas de R\$ 65 e o plano anual que possui 12 parcelas de R\$ 39, pagamento via cartão de crédito."

A CEO da Frida ainda destaca que o frete é gratuito e que as diferenças entre os planos são apenas nos valores. "Quanto maior for o tempo de assinatura contratado, maior o desconto e menor o valor mensal investido pelo consumidor para receber a caixa."

Metas de assinatura

Além desse novo modelo de vendas, a Frida Underwear tem como um de seus objetivos fidelizar o maior número de clientes, além de fortalecer ainda mais o nome da marca no mercado de lingerie.

Camilla destaca que a rede possui grandes metas para alcançar com esse novo segmento de vendas da rede e diz que a meta de junho inteiro será voltado para a validação do produto junto ao mercado.

"Com base em pesquisas internas que nós já realizamos, é possível atingir o número que buscamos alcançar. Em junho conseguimos atingir 200 assinantes e chegar a 200 assinantes da Frida Box até dezembro", destaca a CEO e fundadora da rede.

Frida presente também na TV

Além do novo modelo de vendas que é a Frida Box, a rede de lingerie lançou recentemente a TV Frida, programa responsável por dar voz à comunidade Frida. A TV Frida é basicamente um momento de diálogo com o público que busca falar sobre empoderamento e empreendedorismo feminino.

Inscreva-se

clica aqui
para ver matéria completa.



FRIDA UNDER



BANCO DE IDEIAS

Sem ideias? Veja 9 presentes fofos que marcas criaram para o Dia dos Namorados

Flores, vestuário, petiscos e bebidas são opções clássicas, mas também há experiências novas sendo oferecidas. Confira

Frida Underwear

Para a data, a marca desenvolveu o Kit Bem-Estar dos Namorados, caixa que contém o aroma exclusivo da marca Frida em todos os elementos. Vela em forma de coração de fragrância cítrico-floral, bath bomb – bomba efervescente para banheiras ou escalda pés, com aroma à peônia – e dois sabonetes em formato de coração de aveia e mel. A caixa (R\$ 89,90) também vem com um card que leva para uma playlist com músicas selecionadas para curtir o momento com o par. É possível comprar no [site](#) e em lojas físicas.

clica aqui
para ver matéria completa.





Você deseja receber as notícias em primeira mão?
Assine e receba as notificações.

Não obrigado

Aceito

Por Redação 27 de junho de 2022 | Mulheres executivas

Aos 32 anos, empreendedora do RS fatura R\$ 1 milhão e é inclusiva



Baseada na cidade de Dois Irmãos, no Rio Grande do Sul, a Frida começou como um e-commerce e se tornou uma franquia em 2020

A empreendedora Camila Reginato, de 32 anos, trabalhava com publicidade e cansou de ver fotos de mulheres sendo retocadas para favorecer um padrão estético difícil de alcançar. Quando decidiu empreender, ela quis quebrar esses padrões. Em 2017, Reginato criou a **Frida Underwear**, uma marca de **lingerie inclusiva**, cuja proposta é oferecer peças bonitas e confortáveis para diversos tipos de corpos. "As mulheres reais são protagonistas da nossa marca. Aqui não manipulamos imagens e honramos as histórias das mulheres", diz.

Para isso, a marca tem, por exemplo, peças para mulheres que amamentam e desejam usar um sutiã com renda, e ainda conjuntos em tamanhos maiores, desenhados para serem confortáveis e bonitos. As fotos de divulgação contam com modelos com corpos de diversos tamanhos, gestantes, com tatuagens, cicatrizes e estrias.

Baseada na cidade de Dois Irmãos, no Rio Grande do Sul, a Frida começou como um e-commerce e se tornou uma franquia em 2020, com foco em mulheres em busca de independência financeira. O investimento inicial para quem quiser se tornar franqueada fica entre R\$ 6 mil e R\$ 22 mil, a depender do modelo escolhido.

As modalidades da franquia são: digital, em que a franqueada vende somente pela internet; home office, em que a franqueada oferece produtos a pronta entrega para as clientes; e o Espaço Frida, com vendas em um espaço físico e foco em parcerias com estabelecimentos comerciais.

Em maio, a Frida lançou também a Frida Box, um modelo de assinatura em que a cliente recebe em casa todo mês um produto da marca, além de produtos e brindes de outras marcas voltadas ao bem-estar. A assinatura custa entre R\$ 129 e R\$ 159 por mês, a depender do plano escolhido. A meta é chegar a 300 assinantes até o final do ano.

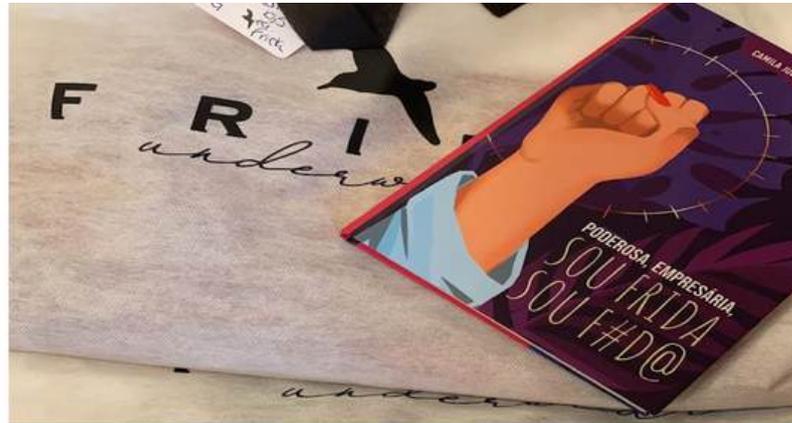
A marca faturou 1 milhão de reais em 2021 e a expectativa é dobrar esse valor este ano. Hoje a Frida tem 35 franquias com meta de chegar a 100 unidades. Para 2023, o plano é investir também em lojas próprias, com expectativa de abrir até dez unidades.

Reginato deixou seu emprego CLT aos 25 anos para empreender. Começou com uma agência de comunicação e teve também um espaço de coworking. Ambos depois foram incorporados à operação da Frida. Para mulheres que desejam apostar no próprio negócio, a empreendedora diz: "Todas temos medo, mas a gente tem que ir com medo mesmo e arriscar mais. Quando as coisas são feitas com amor, elas dão certo".

Fonte: [Exame](#)

clica aqui
para ver matéria completa.





Uma incentivadora mulheres a empreender

Empresária de Franquias lançou o livro e utiliza o seu próprio negócio como case mostrando ser possível alcançar o sucesso



A empresária Camila Julien Reginato, fundadora e CEO da Frida Underwear, rede de franquia de vestuário especializada em lingerie, lançou no início de 2022 o livro **Poderosa, empresária, sou Frida, sou foda: A trajetória de sucesso e empoderamento feminino através de lingerie**.

Disponível pela **Amazon**, o objetivo da publicação é empoderar as mulheres no mundo dos negócios e usa sua história como *case* de sucesso.

clica aqui
para ver matéria completa.



"A Frida era o meu projeto de especialização. Foi um sonho que se tornou realidade sem eu poder perceber, por isso, conto a trajetória da empresa, sobre como ela surgiu, os problemas que tínhamos, além de mostrar a minha própria história, já que saí da CLT aos 25 anos e fui empreender sozinha. O intuito é incentivar as mulheres a empreender, pois, sabemos que não é fácil", comenta Camila.

Como nasceu a ideia do livro

Camila contou que recebeu um convite de sua professora orientadora de banca, quando fez o mestrado em Negócios Internacionais na Must University, na Florida, Estados Unidos.

"Ela selecionou quatro alunos com para compor o livro Gestão Contemporânea. Com isso, a Frida seria um estudo de caso deste livro. Porém, os produtores da obra viram que a minha marca tinha uma boa história e que ela poderia ser enredo de um livro próprio", lembrou a empresária.



A autora, Camila Julien Reginato

ABF anuncia novas marcas associadas no mês de junho

Atualizado em 20/07/2022

Entidade passará a divulgar os nomes mensalmente a fim de contribuir com o ecossistema colaborativo do setor de franquias

06/07/2022

Atualmente, a Associação Brasileira de Franchising (ABF) reúne 1.535 associados e é motivo de orgulho para a entidade contar com cada um deles. Com a finalidade de defender os interesses dos seus associados junto às diversas instâncias públicas e promover o desenvolvimento do ecossistema de franquias, a Associação pretende incentivar as boas práticas do setor e manter o franchising brasileiro cada vez mais próspero, sustentável, inovador, inclusivo e ético.

A partir deste mês, serão divulgados os nomes das novas marcas que entrarem na entidade para que todos conheçam. Confira abaixo a relação de junho de 2022:

MARCA	CATEGORIA
ADONAI BH	Franqueador
AMERICAN BURGUER	Potencial Franqueador
ATENA FRANCHISING	Franqueador
BAPTISTA LUZ ADVOGADOS	Fornecedor
BIOCENTRO	Franqueador
CACAU NOIR	Franqueador
CAPITANO	Potencial Franqueador
CARTAO EXAME BR	Franqueador
CENTRAL DO FRANQUEADO	Fornecedor
CLÍNICA BIANATTI	Franqueador
COLOLIDO	Franqueador
CONNECT ENERGIA SOLAR	Franqueador
CRATIVANDO WALLPAPERS	Franqueador
DOTZ	Potencial Franqueador
DOUTORES DA ESTÉTICA	Potencial Franqueador
EAT ASIA	Potencial Franqueador
ENERG GERADORES	Franqueador
EVOKE	Potencial Franqueador
FLAMY FRANQUIAS	Franqueador
FRANKLIN COVEY	Franqueador
FRIDA UNDERWEAR	Franqueador
GOLDEN MIX ÓTICA	Franqueador
GUACAMOLE	Franqueador
HIGHSTIL	Franqueador
IÓCULOS	Potencial Franqueador
ISPOINT	Startup
JULIANA MANZINI	Franqueador
KEKALA CUSTOM PICOLÉ	Franqueador
LA MAFIA BARBEARIA SOCIAL CLUB	Franqueador
LORD	Franqueador
LUKRO	Franqueador
MAPCELL FRANQUIAS	Franqueador
MARK HAMBURGUERIA	Potencial Franqueador
MINHA QUITANDINHA	Startup
NACIONAL SOL ENERGIA INTELIGENTE	Potencial Franqueador
NANICA	Franqueador
NOVOFIO TRATAMENTOS CAPILARES	Franqueador
ODONTIC CLÍNICA ODONTOLÓGICA	Potencial Franqueador
ÓTICAS VIDERE	Franqueador
P DIVERTE	Franqueador
PAMPILI	Potencial Franqueador
PARIS SAINT-GERMAIN ACADEMY	Máster Franqueado Regional
PET SERVICES AU ALL & CO. EST. 2019	Potencial Franqueador
PIC ENVIOS	Potencial Franqueador
PIZZADOG	Franqueador
RACE BOOTCAMP	Franqueador
REDE ELÉTRICA SOLAR	Franqueador
REFUGIO PATAGONIA	Franqueador
RIO ARTE FOR MAN	Potencial Franqueador
RIO ARTE LASER	Potencial Franqueador
RIO ARTE LASER	Potencial Franqueador
ROSA MAKE	Potencial Franqueador
RWS CONSULTORIA	Startup
SABORES DO NONNO	Franqueador
SANCLÁ SAÚDE ANIMAL	Franqueador
SEGENERGY	Franqueador
SEMBLANT FRANCHISING	Franqueador
SOLARY VILLE	Potencial Franqueador
SPACE W	Franqueador
SUA QUADRA	Startup
SUBURBANOS	Franqueador
TEMPLUM FRANCHISING	Potencial Franqueador
TT BURGER	Franqueador
VIA DIRETA	Potencial Franqueador
VIDYA STUDIO	Franqueador
YOLANDA BOTEQUIM	Potencial Franqueador

Foto: Divulgação

INICIAR ABF - INICIAR ASSOCIADO

A Top e a Top Grupo Sobrancehas Design aposta em expansão na Guatemala e no México para 2022

ABF Franchising Expo encerra edição de 2022 com mais de 65 mil visitantes e a presença de empreendedores de todo o Brasil e do exterior

ABF e Você

- Fale Conosco
- Seja um Associado
- Comissões Segmentadas
- Quêdora
- Regimes
- ABF Rio
- Guia de Franquias ABF
- Guia de Fornecedores ABF



clica aqui
para ver matéria completa.



FRIDA UNDER

JORNAL DIA DIA

Trabalhando por você!

DÓLAR/REAL R\$ 4,8977 R\$ 4,8977 EURO/REAL R\$ 5,3199 R\$ 5,3197 IENE R\$ 0,0039 R\$ 0,0039

JORNAL DIA DIA
Trabalhando por você!

Relatório de Sustentabilidade 2022

CTG Brasil



QUEM SOMOS

Três Lagoas - MS, quinta-feira, 24 de agosto de 2023



Mercado de franquias para trabalhar de casa é considerado o mais rentável para se investir

Atualizado em 24/08/2023 por Ana Santos

Compartilhar



Frida Underwear estimula o empreendedorismo feminino com modelos de negócio home office e digital de baixo investimento

A confiança e a praticidade, além de entrega rápida são características do mercado online que transformaram a forma de comprar de muita gente. Uma prova da força desse segmento é o faturamento das vendas pela internet que cresceu 25,31% em janeiro de 2022 em relação ao ano anterior. Os números comprovam o quanto o mercado digital é uma opção atrativa para o atual momento e para o futuro.

Para se ter uma ideia, segundo um estudo da empresa de pesquisa de mercado eMarketec, há dois anos, apenas 17,8% das vendas eram feitas a partir de compras on-line. Esse número deve chegar a 21% em 2022, um aumento de 17,9% na participação do mercado de comércio eletrônico e com a monetização de US\$ 5,55 trilhões. A previsão é que esse crescimento continue, chegando a 24,5% até 2025.

O que antes era apenas mais um meio de compra, acabou se tornando um hábito de consumo de milhares de pessoas mundo afora. A força do canal online, mesmo após o retorno do comércio presencial, tem impulsionado, inclusive, o setor de peças íntimas. Camilla Reginato, CEO e fundadora da Frida Underwear, rede de vestuário especializada em lingerie, contou que "nos primeiros meses de 2022 o aumento das vendas online foi de 25% em comparação com o ano passado".

Franquia do empoderamento

Focada no conceito de empoderamento feminino através das lingoeries, a Frida Underwear nasceu como um projeto acadêmico da fundadora e virou franquia de sucesso. Chegou ao mercado com peças que proporcionam bem-estar para a consumidora, mas também podem garantir autonomia e independência financeira para quem quer empreender. O seu baixo valor de investimento inicial somado com a possibilidade de trabalhar em casa, faz com que a franquia seja uma excelente opção para quem deseja investir em um negócio e ter uma renda extra. A marca faturou 1 milhão de reais em 2021 e a expectativa é dobrar esse valor neste ano. Atualmente tem 35 unidades espalhadas por vários estados do Brasil.

A CEO explica que essa foi a maneira que a marca encontrou para levar o empoderamento às mulheres. "Além do atrativo de ser um mercado em alta, é um empreendimento com baixo investimento, estruturado e de rápida implantação, que pode ser focado de qualquer lugar. Oferecemos independência financeira às franqueadas e produtos que aumentam a autoestima para as clientes".

Modelo home office

Nesse formato, a franqueada recebe uma mala com 100 peças para vendas, que podem ser online ou porta a porta, com pronta entrega e margem de lucro de 100%. A franqueada receberá como suporte todo treinamento para vendas, trabalho com divulgação nas redes sociais e marketing.

O investimento inicial é de R\$ 13.597,00 (incluindo taxa de franquia e taxa para abertura da empresa), com faturamento bruto mensal de R\$ 15 mil e lucro líquido de R\$ 7.300. O prazo de retorno do capital é estimado em 3 meses. Para esse modelo o ticket médio a franqueada é R\$ 10 mil.

Existe uma mala de vendas a ser comprada e, para isso, também tem o apoio da rede para o abastecimento das redes sociais e gestão de anúncios pagos. Cabe à franqueada desenvolver conexões e relacionamento com as clientes. "A empreendedora tem autonomia e flexibilidade de horários", pontuou Camilla.

Negócio digital

No modelo digital da Frida a diferença é que a franqueada trabalha sem estoque. Ela receberá o treinamento das franqueadas, bem como redes sociais, marketing e gestão de mala paga para vendas online. Só que a entrega dos produtos para a consumidora é feita diretamente pela rede. A franqueada se torna uma empreendedora digital, utilizando com força a gestão de tráfego digital pago em seu negócio.

Nesse formato é necessário investimento inicial de R\$ 6.597,00 (incluindo a taxa de franquia e taxa para abertura da empresa). O faturamento pode chegar a R\$ 15 mil. O lucro líquido é de R\$ 4.500 e o prazo de retorno do investimento é de apenas 3 meses. Nesse caso o ticket médio é de R\$ 4 mil. O trabalho se resume a uma única ferramenta: um computador ligado à internet. "Mas a franqueada pode montar sua equipe de vendas se quiser aumentar o faturamento".

A rede previsa alcançar 100 operações este ano com o modelo digital. Ideal para quem quer empreender com pouco espaço de tempo. "Apesar do investimento baixo, o modelo digital também exige disposição para o trabalho, assim como qualquer outro formato, para então conseguir atingir o faturamento previsto".

Vantagens da franquia

O bom de investir em uma franquia é que é uma operação testada com nível de maturidade suficiente para gerar lucro, o que torna o negócio mais simples para implementar. O mercado digital veio para ficar e vai se fortalecer mais e mais. Hoje no país quase 15% das franquias são administradas de dentro de casa.

A Frida previsa alcançar 100 operações este ano com o modelo digital. Ideal para quem quer empreender com pouco espaço de tempo. Com a promessa de empoderamento feminino, a marca busca franqueadas que se identifiquem com o segmento que queriam vender lingoeries para todos os biótipos de mulheres.

"As peças íntimas fazem parte do dia a dia de qualquer pessoa, seja de forma mais simples ou mais elaborada, elas sempre estão presentes. Não é à toa que o mercado do moda movimentou cerca de R\$ 20 bilhões por ano, no mundo todo. Somente o universo de roupas íntimas faturou R\$ 3,4 bilhões anualmente, segundo dados do IEM (Instituto de Estudos e Marketing Industrial)", concluiu a CEO da Frida.

Sobre a Frida Underwear

Fundada em 2017 em Dois Irmãos (RS), a Frida Underwear é uma rede de vestuário especializada em lingerie focada no empoderamento feminino. A marca nasceu como e-commerce e em 2022 expandiu para o franchising com modelo de negócio online, home office e loja física. A Frida faz parte do Grupo Wolman, com investimento a partir de R\$ 6.597,00 e prazo de retorno estimado em 3 meses. www.fridaunderwear.com/franquia/

Fatos & Ideias Com.

Compartilhar



Atualizado em 24/08/2023 por Ana Santos

Atenção com atenção: informe para não perder o prazo de inscrição e não perder o prazo de inscrição, ofereça especialidade

Melhores ideias para quem quer trabalhar de casa em segurança no Centro-Norte do Estado

Moeda	Compra	Venda
Dólar(PTAX)	R\$ 4,8977	R\$ 4,8971
Euro(PTAX)	R\$ 5,3199	R\$ 5,3187
Iene	R\$ 0,0039	R\$ 0,0039

CATEGORIAS

- Destaque
- Alta Química & Têxtil
- Acidentes & Danos
- Agenda Cultural & Shows
- Agronegócio & Rural
- Análise de Seleção
- Apostas & Loterias
- Aprendizado & Treinamento
- Artes e Artesanato
- Astronomia ou Espaço Sideral
- Atividades Cibernéticas & Hackers
- Atletismo & Esporte
- Atividades Governamentais & Leis
- Automotivos & Veículos
- Automatização & Robótica
- Aviões & Turmas
- Blog do Ray Santos
- Cadernos & Materiais
- Carnaval & Férias
- Carreiras & Gestão
- Cidade & Região
- Ciência & Tecnologia
- Cinema - Teatro - TV
- Clima & Meio Ambiente
- Construção & Energia
- Conteúdo & Indústria
- Comércio & Temporários
- Comportamento & Características
- Cozinha & Gastronomia
- Copa do Mundo Feminina
- Cursos & Educação
- Cursos & Concursos
- Custo Brasil & Inflação
- Defesa Pública & Previdência
- Desenvolvimento & Criação de Produtos
- Diário Dia Dia
- Divulgação & Esportes
- Economia & Negócios
- Elementos da Copa
- Energia & Trabalho
- Esporo Radical & UFC
- Estilos & Modas
- Eventos & Acontecimentos
- Funcionários & Servidores
- Futebol Mundial & Mercado da Bola
- Galerias & Museus
- Histórias & Versões
- Informativos & Notícias
- Internacionais & Mundo
- Investimentos & MP
- Jogos & Games
- Jogos de Investimento
- Jogos Paralelos & Paralelamente
- Justiça & Ordem
- Lançamentos & Novidades
- Lazer & Saúde
- Leilões & Lances
- Levantamentos & Pesquisas
- Manifestações, Genes & Protestos
- Mato Grosso do Sul
- Olimpíadas de Inverno
- Olimpíadas de Tóquio
- Polícia Violenta
- Política
- Revelações & Detecção de Crimes
- Religião & Fé
- Sem categoria
- Três Lagoas
- TV Dia Dia & Vídeos

clica aqui para ver matéria completa.





mapa das franquias

29/01/2022 às 17h19min - Atualizada em 27/01/2022 às 09h07min

Mercado de franquias para trabalhar de casa é considerado o mais rentável para se investir

Frida Underwear estimula o empreendedorismo feminino com modelos de negócio home office e digital de baixo investimento

<> 40 Views Comentar

SALA DA NOTÍCIA Elaine Rodrigues



A confiança e a praticidade, além de entrega rápida são características do mercado online que transformaram a forma de comprar de muita gente. Uma prova da força desse segmento é o faturamento das vendas pela Internet que cresceu 25,31% em janeiro de 2022 em relação ao ano anterior. Os números comprovam o quanto o mercado digital é uma opção atrativa para o atual momento e para o futuro.

Para se ter uma ideia, segundo um estudo da empresa de pesquisa de mercado eMarketer, há dois anos, apenas 17,8% das vendas eram feitas a partir de compras on-line. Esse número deve chegar a 21% em 2022, um aumento de 17,9% na participação do mercado de comércio eletrônico e com a movimentação de US\$ 5,55 trilhões. A previsão é que esse crescimento continue, chegando a 24,5% até 2025.

O que antes era apenas mais um meio de compra, acabou se tornando um hábito de consumo de milhares de pessoas mundo afora. A força do canal online, mesmo após o retorno do comércio presencial, tem impulsionado, inclusive, o setor de peças íntimas. Camila Reginato, CEO e fundadora da Frida Underwear, rede de vestuário especializada em lingerie, contou que "nos primeiros meses de 2022 o aumento das vendas online foi de 25% em comparação com o ano passado".

Franquia do empoderamento

Focada no conceito de empoderamento feminino através das lingerie, a Frida Underwear nasceu como um projeto acadêmico da fundadora e virou franquia de sucesso. Chegou ao mercado com peças que proporcionam bem-estar para a consumidora, mas também podem garantir autonomia e independência financeira para quem quer empreender.

O seu baixo valor de investimento inicial somado com a possibilidade de trabalhar em casa, faz com que a franquia seja uma excelente opção para quem deseja investir em um negócio e ter uma renda extra. A marca faturou 1 milhão de reais em 2021 e a expectativa é dobrar esse valor neste ano. Atualmente tem 35 unidades espalhadas por vários estados do Brasil.

A CEO explica que essa foi a maneira que a marca encontrou para levar o empoderamento às mulheres. "Além do atrativo de ser um mercado em alta, é um empreendimento com baixo investimento, estruturado e de rápida implantação, que pode ser tocado de qualquer lugar. Oferecemos independência financeira às franqueadas e produtos que aumentam a autoestima para as clientes".

Modelo home office

Nesse formato, a franqueada recebe uma mala com 100 peças para vendas, que podem ser online ou porta a porta, com pronta entrega e margem de lucro de 100%. A franqueada receberá como suporte todo treinamento para venda, trabalho com divulgação nas redes sociais e marketing.

O investimento inicial é de R\$ 13.597,00 (incluindo taxa de franquia e taxa para abertura da empresa), com faturamento bruto mensal de R\$ 15 mil e lucro líquido de R\$ 7.500. O prazo de retorno do capital é estimado em 3 meses. Para esse modelo o ticket médio a franqueada é R\$ 10 mil.

Existe uma meta de vendas a ser cumprida e, para isso, também tem a ajuda da rede para o abastecimento das redes sociais e gestão de anúncios pagos. Cabe à franqueada desenvolver conexões e relacionamento com as clientes. "A empreendedora tem autonomia e flexibilidade de horários", pontuou Camila.

Negócio digital

No modelo digital da Frida a diferença é que a franqueada trabalha sem estoque. Ela receberá o treinamento da franqueadora, bem como redes sociais, marketing e gestão de mídia paga para vendas online. Só que a entrega dos produtos para a consumidora é feita diretamente pela rede. A franqueada se torna uma empreendedora digital, utilizando com força a gestão de tráfego digital pago em seu negócio.

Nesse formato é necessário investimento inicial de R\$ 6.597,00 (incluindo a taxa de franquia e taxa para abertura da empresa). O faturamento pode chegar a R\$ 15 mil. O lucro líquido é de R\$ 4.500 e o prazo de retorno do investimento é de apenas 3 meses. Nesse caso o ticket médio é de R\$ 6 mil. O trabalho se resume a uma única ferramenta: um computador ligado à internet. "Mas a franqueada pode montar sua equipe de vendas se quiser aumentar o faturamento".

A rede projeta alcançar 100 operações este ano com o modelo digital, ideal para quem quer empreender com pouco espaço de tempo. "Apesar do investimento baixo, o modelo digital também exige disposição para o trabalho, assim como qualquer outro formato, para então conseguir atingir o faturamento previsto".

Vantagens da franquia

O bom de investir em uma franquia é que é uma operação testada com nível de maturidade suficiente para gerar lucro, o que torna o negócio mais simples para implementar. O mercado digital veio para ficar e vai se fortalecer mais e mais. Hoje no país quase 15% das franquias são administradas de dentro de casa.

A Frida projeta alcançar 100 operações este ano com o modelo digital, ideal para quem quer empreender com pouco espaço de tempo. Com a premissa de empoderamento feminino, a marca busca franqueadas que se identificam com o segmento que querem vender lingerie para todos os biótipos de mulheres.

"As peças íntimas fazem parte do dia a dia de qualquer pessoa, seja de forma mais simples ou mais elaborada, elas sempre estão presentes. Não é à toa que o mercado de moda movimentou cerca de R\$ 30 bilhões por ano, no mundo todo. Somente o universo de roupas íntimas fatura R\$ 3,6 bilhões anualmente, segundo dados do IEMI (Instituto de Estudos e Marketing Industrial)", concluiu a CEO da Frida.

Sobre a Frida Underwear

Fundada em 2017 em Dois Irmãos (RS), a Frida Underwear é uma rede de vestuário especializada em lingerie focada no empoderamento feminino. A marca nasceu como e-commerce e em 2020 expandiu para o franchising com modelo de negócio online, home office e loja física. A Frida faz parte do Grupo Wichmann, com investimento a partir de R\$ 6.597,00 e prazo de retorno estimado em 3 meses. www.fridaunderwear.com/franquia/

ASSESSORIA DE IMPRENSA

Fatos&Ideias Comunicação - fatosideias@fatosideias.com.br

Renata Brito - (17) 99107-4530 - renata@fatosideias.com.br

Márcia Gonçalves - (17) 99171-1771 - atendimento@fatosideias.com.br

clica aqui
para ver matéria completa.



FRIDA UNDER



Frida Underwear aposta na liberdade feminina, sustentabilidade e lança calcinha absorvente

Franquia com foco no empoderamento feminino lança nova alternativa de peça íntima que, além de confortável, ajuda o meio ambiente

Comentar

SALA DA NOTÍCIA Elaine Rodrigues



Cada vez mais mulheres estão abandonando o absorvente descartável, seja por motivos ambientais ou, até mesmo, de saúde. Atualmente, as menstruações começam mais cedo e terminam mais tarde, levando uma mulher a ter, em média, 400 a 500 ciclos durante a vida. Levantamento do Instituto Akatu, organização sem fins lucrativos que incentiva o consumo consciente, aponta que uma mulher acumula neste período cerca de 200 quilos de lixo, somente em absorventes.

Estima-se, que a cada ciclo sejam utilizados dez absorventes, e de dez mil a 15 mil da puberdade até a menopausa. O problema é que tanto o modelo externo quanto o interno têm 90% de plástico na sua composição, material que leva mais de 400 anos para se decompor. Como no Brasil não existe reciclagem para esse tipo de resíduo, eles vão parar em aterros sanitários e, no caso de descarte incorreto, até mesmo nos oceanos, ficando por lá por um tempo muito maior do que a vida da mulher que os utilizou.

A procura por alternativas cada vez mais sustentáveis cresce e as opções para uma menstruação que gere menos lixo estão sendo prioridade na vida das mulheres. A **Frida Underwear**, rede de franquias de vestuário especializada em lingerie focada no empoderamento feminino, preza pelo conforto e liberdade da mulher, acaba de lançar a calcinha menstrual.

Autoestima e sustentabilidade

A Frida Underwear sempre buscou respeitar as formas naturais femininas, aliando o bem-estar à autoestima de quem busca praticidade e liberdade de movimentos. "A satisfação de produzir lingerie que se adaptam ao corpo das mulheres reais, promovendo conforto e saúde é o que nos move a lançar novos produtos. A forma da mulher viver o período menstrual também pode ser ecologicamente correta", defende Camila Reginato, CEO e fundadora da rede.

Além do evidente impacto ambiental, os absorventes descartáveis ainda podem representar riscos de saúde para algumas mulheres. O plástico, a cola e outros componentes químicos utilizados na produção podem causar alergias em pessoas mais sensíveis.

A calcinha absorvente vem se destacando por sua praticidade, visto que a modernidade do material faz com que o sangue não vaze. Camila explica que são como calcinhas comuns, mas absorvem a menstruação. "Além disso, garantem um período menstrual mais prático e confortável. Como possui tecido modal, indicado pelos ginecologistas, por ser melhor que o algodão, e ter respirabilidade. Tem um fio natural, que se decompõe rapidamente quando descartado corretamente", diz Camila.

Higienização fácil e durabilidade

A peça é feita com tecidos de alta absorção, que se intercalam estrategicamente. "A calcinha menstrual possui de 4 a 6 camadas de pura tecnologia. Uma camada de proteção para a pele é em tecido Modal, proporcionando conforto e respirabilidade, e não acumulando fungos e bactérias; outras duas a quatro camadas (dependendo do tipo de calcinha e de fluxo) são antimicrobianas e evitam odores indesejados", pontuou Camila.

Mantendo os cuidados, a peça pode durar até dois anos. Você pode usar a mesma calcinha por até 12 horas – o tempo exato depende da intensidade do seu fluxo no dia do período menstrual em que está utilizando a calcinha. Depois do seu uso, é só lavar e reutilizar depois de completamente seca. Só não usar em secadora para não estragar o material.

Cada modelo é indicado para um tipo: leve, moderado, intenso ou noturno. Este último modelo de calcinha é o de maior capacidade, pois à noite o fluxo tende a ser mais intenso. As peças estão disponíveis no e-commerce e com as franqueadas. O ideal é ter uma

clica aqui
para ver matéria completa.



F R I D A U N D E R

Ativado em 05/08/2023 às 17:03h

Frida Underwear aposta na liberdade feminina, sustentabilidade e lança calcinha absorvente

Frangula com foco no empoderamento feminino lança nova alternativa de peça íntima que, além de confortável, ajuda o meio ambiente

Compartilhar

SALA DA NOTÍCIA Rêgina Rodrigues



Cada vez mais mulheres estão abandonando o absorvente descartável, seja por motivos ambientais ou até mesmo, de saúde. Atualmente, as menstruações começam mais cedo e terminam mais tarde, levando uma mulher a ter, em média, 400 a 500 ciclos durante a vida. Levantamento do Instituto Akatu, organização sem fins lucrativos que incentiva o consumo consciente, aponta que uma mulher acumula neste período cerca de 200 quilos de lixo, somente em absorventes.

Estima-se, que a cada ciclo sejam utilizados cerca de absorventes, e de dez mil a 15 mil de publicidade até a menopausa. O problema é que tanto o modelo externo quanto o interno têm 90% de plástico na sua composição, material que leva mais de 400 anos para se decompor. Como no Brasil não existe reciclagem para esse tipo de resíduo, eles vão parar em aterros sanitários e, no caso de descarte inadequado, até mesmo nos oceanos, fluando por lá por um tempo muito maior do que a vida da mulher que os utilizou.

A procura por alternativas cada vez mais sustentáveis cresce e as opções para uma menstruação que gere menos lixo está sendo prioridade na vida das mulheres. A **Frida Underwear**, rede de franquias de vestuário especializada em lingerie focada no empoderamento feminino, prioriza o conforto e liberdade da mulher, acaba de lançar a calcinha menstrual.

Autossuficiente e sustentável

A Frida Underwear sempre buscou respeitar as formas naturais femininas, aliando o bem-estar à autossuficiência de quem busca praticidade e liberdade de movimento. "A utilização de produtos íntimos que se adaptam ao corpo das mulheres reais, promovendo conforto e saúde é o que nos move a lançar novos produtos. A forma da mulher vive o período menstrual também pode ser ecologicamente correta", defende Camilla Reginato, CEO e fundadora da rede.

Além de evitarem impacto ambiental, os absorventes descartáveis ainda podem representar riscos de saúde para algumas mulheres. O plástico, a cola e outros componentes químicos utilizados na produção podem causar alergias em pessoas mais sensíveis.

A calcinha absorvente vem se destacando por sua praticidade, visto que a modernidade do material faz com que o sangue não vaze. Camilla explica que não são calcinhas comuns, mas absorvem a menstruação. "Além disso, garantem um período menstrual mais prático e confortável. Como possui tecido modal, indicado pelos ginecologistas, por ser melhor que o algodão, é ter respirabilidade. Tem um fio natural, que se decompõe rapidamente quando descartado corretamente", diz Camilla.

Higiene fácil e durabilidade

A peça é feita com tecidos de alta absorção, que se intercalam estrategicamente. "A calcinha menstrual possui de 4 a 6 camadas de pura tecnologia. Uma camada de proteção para a pele e em tecido Modal, proporcionando conforto e respirabilidade, e não acumulando fungos e bactérias; outras duas a quatro camadas (dependendo do tipo de calcinha e do fluxo) são antiodorizantes e evitam odores indesejados", pontua Camilla.

Mantendo os cuidados, a peça pode durar até dois anos. Você pode usar a mesma calcinha por até 12 horas – o tempo exato depende da intensidade do seu fluxo no dia do período menstrual em que está utilizando a calcinha. Depois do seu uso, é só lavar e reutilizar depois de completamente seca. Só não usar em sacadora para não estragar o material.



Cada modelo é indicado para um tipo: leve, moderado, intenso ou noturno. Este último modelo de calcinha é o de maior capacidade, pois à noite o fluxo tende a ser mais intenso. As peças estão disponíveis no e-commerce e com as franquias, o ideal é ter uma para cada dia do ciclo, considerando o seu tipo de fluxo. "O custo-benefício compensa, a mulher economiza no gasto com os absorventes, no mínimo, 240 ao longo do ano. Temos que avaliar também a segurança, comodidade, e até vale muito a pena", finaliza a CEO da Frida.

Sobre a Frida Underwear

Fundada em 2017 em Dois Irmãos (RS), a Frida Underwear é uma rede de vestuário especializada em lingerie focada no empoderamento feminino. A marca nasceu como e-commerce e em 2020 expandiu para o franchising com modelo de negócio online, home office e loja física. A Frida faz parte do Grupo Wollman, com investimento a partir de R\$ 50.597,00 e prazo de retorno estimado em 3 meses. www.fridaunderwear.com.br/franquia/

ASSESSORIA DE IMPRENSA

Foto&Ideias Comunicação – fotoideias@fotoideias.com.br

Renata Brito – (17) 99107-4530 – renata@fotoideias.com.br

Márcia Gonçalves – (17) 99171-1771 – marcia@fotoideias.com.br

Link: <https://g1.gazetadasemana.com>

Notícias Relacionadas



Comentários

0 comentários

Classificar por: Mais antigos

JORNAL IMPRESSO

Veículo Digital



Já CURTIU? Gazeta da Semana



Últimas Notícias



clica aqui
para ver matéria completa.

JORNAL DIA DIA

Trabalhando por você!

Início > Notícias > Sustentabilidade

MODA E BELEZA

Frida Underwear aposta na liberdade feminina, sustentabilidade e lança calcinha absorvente

Frangíveis com foco no empoderamento feminino lança nova alternativa de peça íntima que, além de confortável, ajuda o meio ambiente

Comentários

WhatsApp Facebook LinkedIn

SALA DA NOTÍCIA Elaine Rodrigues



Cada vez mais mulheres estão abandonando o absorvente descartável, seja por motivos ambientais ou, até mesmo, de saúde. Atualmente, as menstruações começam mais cedo e terminam mais tarde, levando uma mulher a ter, em média, 600 a 500 ciclos durante a vida. Lançamento do Instituto Alana, organização sem fins lucrativos que incentiva o consumo consciente, aponta que uma mulher acumula neste período cerca de 200 quilos de lixo, somente em absorventes.

Então, se, a cada ciclo, sejam utilizados dez absorventes, e de dez mil a 15 mil da puberdade até a menopausa. O problema é que tanto o plástico externo quanto o interno são 100% de plástico e sua decomposição, material que leva mais de 400 anos para se decompor. Como no Brasil não existe reciclagem para esse tipo de resíduo, eles vão parar em aterros sanitários e, no caso de descarte incorreto, até mesmo nos oceanos. Razoável por lá por um tempo muito maior do que a vida da mulher que os utiliza.

A procura por alternativas cada vez mais sustentáveis cresceu e as opções para uma menstruação que gere menos lixo está sendo priorizada na vida das mulheres. A Frida Underwear, rede de franquias de vestuário especializada em lingerie focada no empoderamento feminino, preza pelo conforto e liberdade da mulher, acaba de lançar a calcinha menstrual.

Autocura e sustentabilidade

A Frida Underwear sempre buscou respeitar as formas naturais femininas, aliando o bem-estar à autocura de quem busca praticidade e liberdade de movimentos. "A utilização de produtos íntimos que se adaptam ao corpo das mulheres reais, proporcionando conforto e saúde é o que nos move a lançar novos produtos. A forma da mulher vive o período menstrual também pode ser ecologicamente correta", defende Camilla Reginato, CEO e fundadora da rede.

Além do ecossistema impactante ambiental, os absorventes descartáveis ainda podem representar riscos de saúde para algumas mulheres. O plástico e a cola e outros componentes químicos utilizados na produção podem causar alergias em pessoas mais sensíveis.

A calcinha absorvente vem se destacando por sua praticidade, visto que a modernidade do material faz com que o sangue não vaze. Camilla explica que são como calcinhas comuns, mas absorvem a menstruação. "Além disso, garantem um período menstrual mais prático e confortável. Como possui tecido modal, indicado pelas ginecologistas, por ser muito que o algodão, e ter respirabilidade. Tem um fio natural, que se decompõe rapidamente quando descartado corretamente", diz Camilla.

Higienização fácil e durabilidade

A peça é feita com tecido de alta absorção, que se intercalam estrategicamente. "A calcinha menstrual possui de 4 a 6 camadas de pura tecnologia. Uma camada de proteção para a pele é em tecido Modal, proporcionando conforto e respirabilidade, e não acumulando fungos e bactérias; outras duas a quatro camadas (dependendo do tipo de calcinha e da função) são antimicrobianas e embebidas independentemente", pontua Camilla.

Mantendo os cuidados, a peça pode durar até dois anos. "Você pode usar a mesma calcinha por até 12 horas - o tempo varia de acordo com a intensidade do seu fluxo no dia do período menstrual em que está utilizando a calcinha. Depois do uso, é só lavar e reutilizar depois de completamente seca. Só não usar em secadora para não extrair o material.



Cada modelo é indicado para um tipo: leve, moderado, intenso ou volumoso. Este último modelo de calcinha é o de maior capacidade, pois à noite o fluxo tende a ser mais intenso. As peças estão disponíveis no e-commerce e com as franquias, o ideal é ter uma para cada dia do ciclo, considerando o seu tipo de fluxo. "O custo-benefício compensa, a mulher economiza no gasto com os absorventes, no máximo, 200 ao longo do ano. Temos que avaliar também a segurança, comodidade, enfim vale muito a pena", finaliza o CEO da Frida.

Sobre a Frida Underwear

Fundada em 2017 em Dois Irmãos (RS), a Frida Underwear é uma rede de vestuário especializada em lingerie focada no empoderamento feminino. A marca nasceu como e-commerce e em 2020 expandiu para o franchising com modelo de negócio online, home office e loja física. A Frida faz parte do Grupo Wolman.com, com investimento a partir de R\$ 10.597,00 e prazo de retorno estimado em 3 meses. www.fridaunderwear.com.br/franchise/

ASSESSORIA DE IMPRENSA

Foto&Áudio Comunicação - fotofaudo@fotoeaudio.com.br

Renata Brito - (11) 99107-4530 - renata@fotoeaudio.com.br

Márcia Gonçalves - (11) 99171-1771 - marcia@fotoeaudio.com.br

Link - <https://jornaldodia.com.br>

Notícias Relacionadas



Comentários

0 comentários

JORNAL IMPRESSO



Já CURTIU? Gazeta da Semana



Últimas Notícias



clica aqui
para ver matéria completa.



FRIDA UNDER



Negócio & Franquia



FRANQUIA, SHOPPING CENTER, EMPREENDEDORISMO, MICROFRANQUIAS, POLÍTICAS PÚBLICAS, CULTURA, CAPACITAÇÃO, TREINAMENTO & INFORMAÇÃO DE BOA QUALIDADE.
UM MUNDO DE COISAS PARA TE AJUDAR A FAZER UMA BOA ESCOLHA DO SEU NEGÓCIO, VOCÊ ENCONTRA AQUI.



SOBRE A GENTE - O PORTAL - EDITORIAIS - CONTATO - ANUNCIE AQUI

Digite e pressione enter...

Home > Franquias > Produtos diferentes para um mercado empoderado

Produtos diferentes para um mercado empoderado

Franquia com foco no empoderamento feminino lança nova alternativa de peça íntima que, além de confortável, ajuda o meio ambiente

escrito por Rodrigo Campelo - 1 ano atrás - 0 comentários



COMPARTILHAR

Como pensar em **produtos diferentes para um mercado de consumo empoderado**? Eles já tem tudo? Os caminhos já estão abertos e agora? A franquia **Frida Underwear** aposta na **liberdade feminina, sustentabilidade e lança calcinha absorvente**. Fundada em 2017 em Dossimbu (RS), a Frida Underwear é uma rede de vestuário especializada em lingerie focada no empoderamento feminino. A marca nasceu como e-commerce e em 2020 expandiu para o franchising com modelo de negócio online, home office e loja física. A Frida faz parte do Grupo Wichmann, com investimento a partir de R\$ 10.597,00 e prazo de retorno estimado em 3 meses.

Você pode se interessar por:

- No dia do cozinheiro, o presente foi do empresário
- Multiflex inaugura unidade em Salvador
- PLC Minas lança especialização em franquias
- Conselhos de Warren Buffet
- 10 passos para não quebrar sua empresa
- Serviços de qualidade de olho no amanhã

Cada vez mais mulheres estão abandonando o absorvente descartável, seja por motivos ambientais ou, até mesmo, de saúde. Atualmente, as menstruações começam mais cedo e terminam mais tarde, levando uma mulher a ter, em média, 400 a 500 ciclos durante a vida. Levantamento do Instituto Akatu, organização sem fins lucrativos que incentiva o consumo consciente, aponta que uma mulher acumula neste período cerca de 200 quilos de lixo, somente em absorventes.

Estima-se que a cada ciclo sejam utilizados dez absorventes, e de dez mil a 15 mil da puberdade até a menopausa. O problema é que tanto o modelo externo quanto o interno têm 90% de plástico na sua composição, material que leva mais de 400 anos para se decompor. Como no Brasil não existe reciclagem para esse tipo de resíduo, eles vão parar em aterros sanitários e, no caso de descarte incorreto, até mesmo nos oceanos, ficando por lá por um tempo muito maior do que a vida da mulher que os utilizou.

A procura por alternativas cada vez mais sustentáveis crescem e as opções para uma menstruação que gere menos lixo está sendo prioridade na vida das mulheres. A **Frida Underwear**, rede de franquias de vestuário especializada em lingerie focada no empoderamento feminino, preza pelo conforto e liberdade da mulher, acaba de lançar a calcinha menstrual.



Não fique maluco! Conteúdo de qualidade e informação de verdade você tem aqui. Se é um bom negócio, passa por aqui. **Siga a gente nas redes sociais.**

Autoestima e sustentabilidade

A Frida Underwear sempre buscou respeitar as formas naturais femininas, atando o bem-estar à autoestima de quem busca praticidade e liberdade de movimentos. "A satisfação de produzir lingerie que se adapta ao corpo das mulheres reais, promovendo conforto e saúde é o que nos move a lançar novos produtos. A forma da mulher viver o período menstrual também pode ser ecologicamente correta", defende Camila Regina, CEO e fundadora da rede.

Além do evidente impacto ambiental, os absorventes descartáveis ainda podem representar riscos de saúde para algumas mulheres. O plástico, a cola e outros componentes químicos utilizados na produção podem causar alergias em pessoas mais sensíveis.

A calcinha absorvente vem se destacando por sua praticidade, visto que a modernidade do material faz com que o sangue não vaze. Camila explica que são como calcinhas comuns, mas absorvem a menstruação. "Não disco, garantem um período menstrual mais prático e confortável. Como possui tecido modal, indicado pelos ginecologistas, por ser melhor que o algodão, e ser respirabilidade. Tem um fio natural, que se decompõe rapidamente quando descartada corretamente", diz Camila.

Higienização fácil e durabilidade

A peça é feita com tecidos de alta absorção, que se intercalam estrategicamente. "A calcinha menstrual possui de 4 a 6 camadas de pura tecnologia. Uma camada de proteção para a pele é em tecido Modal, proporcionando conforto e respirabilidade, e não acumulando fungos e bactérias; outras duas a quatro camadas (dependendo do tipo de calcinha e de fluxo) são antimicrobianas e evitam odores indesejados", pontuou Camila.

Mantendo os cuidados, a peça pode durar até dois anos. Você pode usar a mesma calcinha por até 12 horas – o tempo exato depende da intensidade do seu fluxo no dia do período menstrual em que está utilizando a calcinha. Depois do seu uso, é só lavar e reutilizar depois de completamente seca. Só não usar em secadora para não estragar o material.

Cada modelo é indicado para um tipo: leve, moderado, intenso ou noturno. Este último modelo de calcinha é o de maior capacidade, pois à noite o fluxo tende a ser mais intenso. As peças estão disponíveis no e-commerce e com as franqueadas, o ideal é ter uma para cada dia do ciclo, considerando o seu tipo de fluxo. "O custo-benefício compensa, a mulher economiza no gasto com os absorventes, no mínimo, 240 ao longo do ano. Temos que avaliar também a segurança, comodidade, enfim vale muito a pena", finalizou a CEO da Frida.

Digite e pressione enter...



CATEGORIAS

Central Press	(1.002)
Cultura	(11)
Dino	(87.488)
Empreendedorismo	(75)
Franquias	(417)
Negócios/Gestão	(88)
Notícias Corporativas	(6.534)
Políticas Públicas	(8)
Shopping Center	(82)
Tecnologia e Inovação	(27)
Varejo	(53)

VAREJO



Ditados populares que ajudam os negócios

4 de maio de 2020



Pembubianas começa expansão

4 de maio de 2020



Fidelização – Novos modelos para ter a sua atenção

4 de maio de 2020

clica aqui para ver matéria completa.



-----Gostou

deste conteúdo? Visite o portal, e descubra que existem muitas informações importantes que podem te ajudar a tomar a melhor decisão na hora de empreender. Compartilhe com amigos e familiares e siga a gente nas redes sociais. A Negócio e Franquia está no Instagram, no LinkedIn. Você pode acompanhar no canal do Spotify e até mesmo baixar as músicas do Playlist do empreendedor. Se inscreva no Canal do Youtube e acompanhe a coluna independente na Rádio Super FM.

Você pode se interessar por:

- Como escolher o imóvel para começar o negócio
- E se a comissão e os serviços fecharem de novo?
- Casal faz uma mais de 1 milhão com franquias de estúdio
- Inverno é um aliado ao inimigo na venda de produtos para pets?
- Startups pouca em Belo Horizonte
- Redes trazem inovações nos modelos de negócio

WEB | INICIANDO | FRANQUIABILIDADE | FRANQUIAS | VENDA | EMPREENDEDOR | MELHORES | NEGÓCIO



FRIDA UNDER

tissue® ONLINE

© 2016 Tissue. Todos os direitos reservados. Para mais informações, consulte o site www.tissue.com.br.

tissue
ONLINE



HOME | TI TISSUE | PRODUTOS | TISSUE BUSINESS | NOSSA EMPRESA | TISSUE BUSINESS INOVAÇÃO | CONTATO

CONSUMIDORES
E O NOSSO
PAPEL TAMBÉM

com soluções químicas modernas



Home > Tissue > Produtos > Tissue Business > Tissue Business Inovação > Frida Underwear

Frida Underwear lança calcinha absorvente

A linha de vestuário especializada em lingerie conta com uma nova alternativa de peça íntima sustentável

17/06/2016



A Frida Underwear, rede de varejo de vestuário especializado em lingerie, apresenta pelo conforto e flexibilidade de mulher, lançando, recentemente sua coleção menstrual. Segundo a empresa, a proposta para alternativas está em mais sustentabilidade e inovação e se aplica para uma menstruação que gera menos lixo para ser descartada no lixo das mulheres.

A marca diz que sempre buscou seguir as formas naturais femininas, aliando o bem estar e sustentabilidade de quem busca praticidade e flexibilidade de movimento. "A satisfação de produzir lingerie que se adapta ao corpo das mulheres, mas, principalmente, conforto e saúde é o que nos move a fazer novas produções. A linha de mulher com o período menstrual também busca ser desenvolvido com: conforto, qualidade, inovação, COT e sustentabilidade de todo."

A nova peça da Frida Underwear é feita com tecido de alta absorção que se mantém. A calcinha menstrual, além de absorver a umidade, possui uma camada extra de proteção para garantir o uso em todo o ciclo, proporcionando conforto, praticidade e alta absorção. Sempre e sempre, desde sua criação, o compromisso da empresa é oferecer o melhor para as mulheres e garantir o bem estar e a sustentabilidade de todo o ciclo menstrual e a vida das mulheres.

A nova peça foi lançada em quatro modelos para diferentes dias e fases do ciclo menstrual: 1 dia, 2 dias, 3 dias e 4 dias. Cada modelo possui uma camada extra de proteção para garantir o uso em todo o ciclo, proporcionando conforto, praticidade e alta absorção. Sempre e sempre, desde sua criação, o compromisso da empresa é oferecer o melhor para as mulheres e garantir o bem estar e a sustentabilidade de todo o ciclo menstrual e a vida das mulheres.

A mesma calcinha pode ser utilizada por até 12 horas, mas o tempo varia de acordo com a intensidade do fluxo no dia do período menstrual. Depois de usar, é só lavar a peça e ela estará completamente seca. Mantendo sua sustentabilidade a peça pode durar até dois anos.

SOBRE A FRIDA UNDERWEAR

Fundada em 2017 em Dourados (MS), a Frida Underwear é uma rede de varejo especializada em lingerie, fundada no empreendimento familiar. A marca nasceu, como empreendimento, em 2002, inspirada pela paixão por moda de negócios em line, home office e loja física.

Saber mais em www.fridaunderwear.com.br

Tags: Lingerie, moda feminina

Compartilhe em: Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Instagram, WhatsApp, Email

ALBANY
Inovação

Receba em seu e-mail!
Notícias e informações sobre o mercado de papel tissue

Nome*
E-mail*
País*
Em que área você atua? Selecionar
Empresa*
Cargo*

Quero Receber

Dê-nos um comentário

Como você acha de este conteúdo? (Obrigado por nos ajudar a melhorar)

Nome*
E-mail*
Site*

Clique aqui para voltar ao conteúdo

Enviar



clica aqui
para ver matéria completa.





Início > Editoria > Notícias

NEGÓCIO

08/09/2022 às 16h18min - Atualizada em 08/09/2022 às 21h31min

Frida Underwear é modelo de projeto de alunos da universidade no Rio Grande do Sul

A proposta do projeto de publicidade é fazer com que os alunos trabalhem com um cliente real e sintam as necessidades do mercado

Comentar

SALA DA NOTÍCIA Elaine Rodrigues



Alunos da Universidade Feevale, de Novo Hamburgo, no Rio Grande do Sul, estão tendo a oportunidade de criar novas estratégias de campanhas para a franquia Frida Underwear, especializada em lingerie focada no empoderamento feminino.

A ação intitulada como Projeto Zero, vem ocorrendo com os estudantes do 1º ano do curso de Publicidade, na disciplina de Propaganda e Dinâmica de Mercado, ministrada pela professora Rosana Vaz Silveira, na qual utilizam a franquia como modelo de estudo. A Frida Underwear é uma marca gaúcha nascida na cidade de Dois Irmãos, região metropolitana de Porto Alegre.

"A proposta dessa experiência é que os alunos aprendam o processo de publicidade com um cliente real e sintam as necessidades de mercado. Para isso, passamos por algumas reuniões para alinhar algumas questões, e através dessa ação conseguimos levar o empoderamento e empreendedorismo para dentro da universidade, e ainda estabelecemos mais uma vez nosso propósito inspirando os alunos com nosso case", avalia Camila Reginato, CEO e fundadora da Frida Underwear.

O projeto está previsto para ser encerrado neste mês de agosto, na qual os materiais desenvolvidos pelos alunos deverão ser usados nas próximas ações da Frida, levando em conta que mensalmente são lançadas novas campanhas da marca no mercado.

Do ensino a própria empresa

Camila sabe muito bem a importância de levar o empreendedorismo para dentro da sala de aula. A empresa Frida Underwear surgiu no mercado em 2017 como um e-commerce de lingerie criado exclusivamente para um trabalho de conclusão de pós-graduação em Gestão de Negócios Digitais, na própria Universidade Feevale.

A ideia sempre foi disponibilizar lingerie focadas no empoderamento feminino e ainda inovar na comunicação, na qual buscou em sua divulgação a imagem de corpos de mulheres reais e de todos os biótipos e tamanhos, sem uso de ferramentas de manipulação de imagem. Em 2020 o negócio deixou de ser apenas e-commerce para se transformar em franquia.

O que começou como um projeto de especialização na faculdade se transformou em um grande negócio. Somente no último ano a franquia faturou R\$ 1 milhão.

"Uma das minhas frentes de trabalho é defender a importância da mulher na liderança do meio business, e através do meu trabalho tenho transformado mulheres empoderadas, tanto em âmbito social e econômico. As mulheres vêm conquistando um espaço importante dentro do empreendedorismo", finaliza a empresária.

clica aqui
para ver matéria completa.



FRIDA UNDER

04/06/2022 às 10h55min - Atualizada em 04/06/2022 às 20h30min

Frida Underwear é modelo de projeto de alunos da universidade no Rio Grande do Sul

A proposta do projeto de publicidade é fazer com que os alunos trabalhem com um cliente real e sintam as necessidades do mercado

Comentar



SALA DA NOTÍCIA Elaine Rodrigues



Alunos da Universidade Feevale, de Novo Hamburgo, no Rio Grande do Sul, estão tendo a oportunidade de criar novas estratégias de campanhas para a franquia Frida Underwear, especializada em lingerie focada no empoderamento feminino.

A ação intitulada como Projeto Zero, vem ocorrendo com os estudantes do 1º ano do curso de Publicidade, na disciplina de Propaganda e Dinâmica de Mercado, ministrada pela professora Rosana Vaz Silveira, na qual utilizam a franquia como modelo de estudo. A Frida Underwear é uma marca gaúcha nascida na cidade de Dois Irmãos, região metropolitana de Porto Alegre.



"A proposta dessa experiência é que os alunos aprendam o processo de publicidade com um cliente real e sintam as necessidades de mercado. Para isso, passamos por algumas reuniões para alinhar algumas questões, e através dessa ação conseguimos levar o empoderamento e empreendedorismo para dentro da universidade, e ainda estabelecemos mais uma vez nosso propósito inspirando os alunos com nosso case", avalia Camila Reginato, CEO e fundadora da Frida Underwear.

O projeto está previsto para ser encerrado neste mês de agosto, na qual os materiais desenvolvidos pelos alunos deverão ser usados nas próximas ações da Frida, levando em conta que mensalmente são lançadas novas campanhas da marca no mercado.

Do ensino a própria empresa

Camila sabe muito bem a importância de levar o empreendedorismo para dentro da sala de aula. A empresa Frida Underwear surgiu no mercado em 2017 como um e-commerce de lingerie criado exclusivamente para um trabalho de conclusão de pós-graduação em Gestão de Negócios Digitais, na própria Universidade Feevale.

A ideia sempre foi disponibilizar lingerie focada no empoderamento feminino e ainda inovar na comunicação, na qual buscou em sua divulgação a imagem de corpos de mulheres reais e de todos os biótipos e tamanhos, sem uso de ferramentas de manipulação de imagem. Em 2020 o negócio deixou de ser apenas e-commerce para se transformar em franquia.



O que começou como um projeto de especialização na faculdade se transformou em um grande negócio. Somente no último ano a franquia faturou R\$ 1 milhão.

"Uma das minhas frentes de trabalho é defender a importância da mulher na liderança do meio business, e através do meu trabalho tenho transformado mulheres empoderadas, tanto em âmbito social e econômico. As mulheres vêm conquistando um espaço importante dentro do empreendedorismo", finaliza a empresária.

Além de Camila, o trabalho também conta com o auxílio e experiência de Felipe Wichmann, CEO do Grupo Wichmann e sócio diretor da Frida, responsável por transformar a marca em franquia.

Sobre a Frida Underwear

Fundada em 2017 em Dois Irmãos (RS), a Frida Underwear é uma rede de vestuário especializada em lingerie focada no empoderamento feminino. A marca nasceu como e-commerce e em 2020 expandiu para o franchising com modelo de negócio online, home office e loja física. A Frida faz parte do Grupo Wichmann, com investimento a partir de R\$ 10.597,00 e prazo de retorno estimado em 3 meses. www.fridaunderwear.com/franquia/

ASSESSORIA DE IMPRENSA

Fatos&Ideias Comunicação – fatosideias@fatosideias.com.br

Renata Brito - (17) 99107-4530 – renata@fatosideias.com.br



clica aqui
para ver matéria completa.



FRIDA UNDER

MANEZINHO NEWS



NEWS

» > Editora > Economia **EMPREENDEDORISMO**

09/02 de 19:10h - Atualizado em 09/02/2023 às 17:17h

rida Underwear é modelo de projeto de lunos da universidade no Rio Grande do ul

roposta do projeto de publicidade é fazer com que os alunos trabalhem com um cliente il e sintam as necessidades do mercado

Comentar

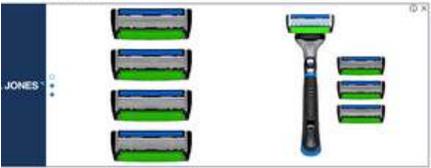
JÁ DA NOTICIA Elaine Rodrigues



nos da Universidade Feevale, de Novo Hamburgo, no Rio Grande do Sul, estão tendo a oportunidade de oriar as estratégias de campanhas para a franquia Frida Underwear, especializada em lingeries focada no poderamento feminino.

ão intitulada como Projeto Zero, vem ocorrendo com os estudantes do 1º ano do curso de Publicidade, na gina de Propaganda e Dinâmica de Mercado, ministrada pela professora Rosana Vaz Silveira, na qual utilizam a quila como modelo de estudo. A Frida Underwear é uma marca gáiche nascida na cidade de Dois Irmãos, do metropolitano de Porto Alegre.

proposta dessa experiência é que os alunos aprendam o processo de publicidade com um cliente real e sintam as necessidades do mercado. Para isso, passamos por algumas reuniões para alinhar algumas questões, e através sa ação conseguimos levar o empoderamento e empreendedorismo para dentro da universidade, e ainda abelecemos mais uma vez nosso propósito inspirando os alunos com nosso caso", avalia Camila Reginato, CEO e adora da Frida Underwear.



reito está previsto para ser encerrado neste mês de agosto, na qual os materiais desenvolvidos pelos alunos ão ser usados nas próximas ações de Frida, levando em conta que mensalmente são lançadas novas panhas da marca no mercado.

ensino a própria empresa

ela sabe muito bem a importância de levar o empreendedorismo para dentro da sala de aula. A empresa Frida underwear surgiu no mercado em 2017 como um e-commerce de lingeries criado exclusivamente para um trabalho onclusão de pós-graduação em Gestão de Negócios Digitais, na própria Universidade Feevale.

ela sempre foi disponibilizar lingeries focadas no empoderamento feminino e ainda inovar na comunicação, na l buscou em sua divulgação a imagem de corpos de mulheres reais e de todos os biótipos e tamanhos, sem uso ferimentos de manipulação de imagem. Em 2020 o negócio deixou de ser apenas e-commerce para se iformar em franquia.



ve começou como um projeto de especialização na faculdade se transformou em um grande negócio. Somente ltimo ano a franquia faturou R\$ 1 milhão.

na das muitas frentes de trabalho é defender a importância da mulher na liderança do meio business, e através seu trabalho tenho transformado mulheres empoderadas, tanto em âmbito social e econômico. As mulheres conquistando um espaço importante dentro do empreendedorismo", finaliza a empresária.

m de Camila, o trabalho também conta com o auxílio e experiência de Felipe Wichmann, CEO do Grupo hmann e sócio diretor da Frida, responsável por transformar a marca em franquia.

ne a Frida Underwear

adado em 2017 em Dois Irmãos (RS), a Frida Underwear é uma rede de varejo especializada em lingeries ado no empoderamento feminino. A marca nasceu como e-commerce e em 2020 expandiu para o franchising i modelo de negócio online, home office e loja física. A Frida faz parte do Grupo Wichmann, com investimento a bi de R\$ 10.597,00 e prazo de retorno estimado em 3 meses. www.fridaunderwear.com/franquia/

ESSORIA DE IMPRENSA

stabilizac Comunicação – fetoseidias@fetoseidias.com.br

sta Brito – (17) 99107-4530 – rosana@fetoseidias.com.br

ne Rodrigues – (17) 99171-1771 – elaine@fetoseidias.com.br

AM <https://manezinonews.com>    

clica aqui
para ver matéria completa.



F R I D A U N D E R

GUIA FRANQUIAS DE SUCESSO

Estados Unidos

Frida Underwear: franquia de lingerie tem modelo digital e com 100% de lucro

Por **Laila Oltos** - 14/06/2023

225

Facebook Twitter Pinterest



PUBLICITARIOAL

A **Frida Underwear** já entrou no mercado de lingerie com uma proposta inovadora: ter peças que respeitem o biotipo de cada mulher, trazendo conforto e sensualidade, mas sem deixar de lado a personalidade delas. Esse propósito permite que a marca atenda um grande número de mulheres e garanta uma alta taxa de fidelização.

Mas, ao chegar no franchising, a Frida se popularizou por ter outros diferenciais que a tornam também uma excelente opção para quem deseja empreender no setor de moda. Entre eles está a lucratividade da franquia, que pode chegar a 100% – um número especialmente alto no mercado de vestuário.

Mas a Frida coleciona números impressionantes. Para começar, é possível abrir um negócio com um investimento de apenas R\$ 7,9 mil. Já o faturamento médio mensal fica na casa dos R\$ 15 mil por mês!

➔ Confira também: **100 opções de franquias baratas (a partir de R\$ 699)**

Outra inovação que a Frida trouxe para o mercado foi a possibilidade do franqueado comercializar as peças em diferentes modelos de negócio.

São 4 opções: a franquia Digital, em que a franqueada divulga as peças e vende pela internet, sem precisar de estoque de produtos, ponto comercial ou funcionários; a franquia Home Office, na qual a empreendedora recebe uma mala com 100 peças para vender a pronta entrega; o Espaço Frida, um expositor com 200 peças com foco em parcerias em estabelecimentos comerciais, feiras, eventos ou até vendas em casa; e a loja Frida, uma estrutura robusta que pode ser instalada em shoppings ou bairros com projeto arquitetônico e estoque inicial.

Cada opção atende um perfil de empreendedora, desde aquela que deseja trabalhar em home office, sem estoque e vendendo para clientes de todo o Brasil através da internet, até a empresária que sonha em ter uma **loja física** de grande porte.

Dessa forma, a Frida traz empoderamento não só para as clientes que usam suas peças, mas também para as franqueadas que investem no negócio.

Mais sobre a Frida Underwear

A Frida nasceu a partir de um projeto de pós-graduação de Camila Julien Reginato, em 2017. A operação piloto foi tão bem-sucedida que, em 2020, a companhia passou a expandir através do franchising.

Hoje são 35 franquias e um faturamento de mais de R\$ 1 milhão com a venda e franqueamento de lingeries exclusivas, como calcinhas absorventes, coleções plus size, peças com tecido ecológico, linha focada em conforto e muito mais.

Além de comercializar itens únicos, as franqueadas da Frida recebem todo apoio da franqueadora, incluindo campanhas e treinamentos periódicos, suporte 8 horas por dia e 5 dias por semana, desenvolvimento de site e redes sociais para a franquia, agência de marketing digital e muito mais.

Para saber mais sobre as inúmeras vantagens que a Frida tem para oferecer, clique no botão abaixo e cadastre-se.

Frida Underwear

F R I D A

Investimento: R\$ 7.997 até R\$ 149.997
Faturamento: R\$ 15.000
Prazo de Retorno: 3 até 12 meses

[Pedir Informações](#) [Saiba Mais](#)

Code 9

Facebook Twitter Pinterest

Pesquisar

PUBLICIDADE

SEJA FRANQUEADO
DA MELHOR DEDE ÓTICA DO PAÍS

Investimento: R\$ 250 MIL
Faturamento: R\$ 300 MIL

Quer ajuda para encontrar a franquia certa?

Seu E-mail [Cadastrar](#)

TOP 5

As franquias mais buscadas no site:

1 Bellaza

Investimento: R\$ 9000,00 até R\$ 15.000
Faturamento: R\$ 5.000
Prazo de Retorno: 12 até 24 meses

[Pedir Informações](#) [Saiba Mais](#)

2 Mazze Semi Joias

Investimento: R\$ 9000,00
Faturamento: R\$ 5.000
Prazo de Retorno: 12 até 24 meses

[Pedir Informações](#) [Saiba Mais](#)

3 Brasil Nutri Shop

Investimento: R\$ 10900,00
Faturamento: R\$ 5.000
Prazo de Retorno: 12 até 24 meses

[Pedir Informações](#) [Saiba Mais](#)

4 Franquias do Futuro

Investimento: R\$ 9000,00 até R\$ 16.900
Faturamento: R\$ 5.000
Prazo de Retorno: 12 até 24 meses

[Pedir Informações](#) [Saiba Mais](#)

SEJA FRANQUEADO
DA MELHOR DEDE ÓTICA DO PAÍS

Investimento: R\$ 250 MIL
Faturamento: R\$ 300 MIL

Quer ajuda para encontrar a franquia

clica aqui
para ver matéria completa.



F R I D A U N D E R



mapa das franquias



Página Inicial Franquias Notícias Fornecedores Eventos Vídeos Anúncio

NEWSLETTER

CADASTRE-SE

LOGIN

Conheça a localidade de todas as unidades de uma franquia pelo Brasil.

MAPEAR UMA FRANQUIA

POR QUE INVESTIR EM FRANQUIA DE LINGERIE É LUCRATIVO?

O mercado de lingerie teve movimentação financeira acima de R\$ 11 bilhões em 2022 e, para este ano, a previsão é ultrapassar o crescimento de 7%.



Publicado em 21 de agosto de 2023 Por Imprensa

Notícia

Franchising Franquias Fornecedores Fornecedores Franquias 2023 Franquias de moda íntima, Franchising de vestuário

Investir em uma franquia é uma oportunidade de empreender com maior segurança e suporte de uma marca consolidada.

No segmento de lingerie, atraente e em constante crescimento, as franquias têm se mostrado especialmente lucrativas.

Dados da pesquisa sobre o comportamento de compra das consumidoras de Moda Íntima Feminina, do Instituto Inteligência de Mercado (IEM), o gasto médio por compra das brasileiras aumentou 20%, passando de R\$ 106 para R\$ 127 por mês.

No Brasil, em 2022, foram produzidas mais de 762 milhões de peças, que fez indústria de moda íntima movimentar mais de R\$ 11 bilhões.

Por isso, e por outros motivos, existem diversas razões para investir em uma franquia de lingerie: pode ser uma decisão inteligente para empreendedores que desejam ingressar no mercado da moda íntima.

Camila Reginato, CEO e fundadora da Frída Underwear, rede de franquias de lingerie exclusivas, que trouxe para o mercado a disruptura do padrão de beleza feminino, com foco na diversidade de corpos, sempre tendo como base do seu negócio fortalecer as tantas habilidades e qualidades da mulher, comenta que é notório o aumento de procura das mulheres pelos produtos bem como pelas franquias.

"Na Frída, especificamente, além de ser um negócio de baixo custo, que também pode ser operado de casa e com alta lucratividade, notamos aumento na venda de e-commerce, mas na procura de investidores querendo uma unidade. Temos candidatas por todo o Brasil e até na China", diz.

Outros fatores

Camila aponta que a procura deste mercado é frequente.

"A lingerie é uma necessidade básica e, portanto, possui uma demanda constante. As pessoas estão sempre em busca de peças íntimas de qualidade, confortáveis e estilosas. Com o aumento da preocupação com autoestima e bem-estar, o mercado de lingerie tem se expandido, tornando o promissor para investidores", revela.

Isso traz um significativo crescimento para o mercado de lingerie, que registrou sólida expansão nos últimos anos.

"Com a diversificação de estilos, tamanhos e modelos, as marcas têm se adaptado para atender às demandas de diferentes públicos. Isso abre espaço para novas franquias entrarem no mercado e conquistarem uma fatia desse crescimento", comenta a executiva.

Diferenciais de investir em franquia

O Franchising é um setor sólido, sendo que no primeiro trimestre de 2023 registrou crescimento de 7,2%, com faturamento de R\$ 50,654 bilhões, conforme a Pesquisa Trimestral de Desempenho do Franchising, realizada pela ABF (Associação Brasileira de Franchising).

Entre os fatores que mais atraem os investidores são o reconhecimento da marca, suporte e treinamento, e uma margem de lucro atrativa.

"Ao investir em uma franquia de lingerie, você estará trabalhando com uma marca já estabelecida, o que traz vantagens competitivas. A reputação e o reconhecimento da marca facilitam a atração e fidelização de clientes, além de transmitir confiança e credibilidade. Isso reduz os esforços de marketing e publicidade necessários para conquistar clientes", reforça Camila.

Além disso, uma das principais vantagens de investir em uma franquia é o suporte e treinamento oferecidos pela franqueadora, em que o empreendedor contará com orientação na seleção do ponto comercial, no layout da loja, no estoque de produtos e na gestão do negócio.

Ainda, receberá treinamentos específicos sobre vendas, atendimento ao cliente e gestão financeira, que reduz, significativamente, os riscos e aumenta as chances de sucesso.

"O mercado de lingerie permite uma margem de lucro atrativa. Com um bom planejamento e gestão, é possível obter retornos financeiros satisfatórios", finaliza Camila Reginato.

Pesquisar

Você pode gostar



O QI Médio no Brasil é 83. Faça este Teste de QI e descubra se o seu é mais alto.

08/03/2023

Cadastre-se para a Newsletter

Complete o formulário com * são obrigatórios.

Nome *

Telefone *

E-mail *

E-mail *

Estado *

Selecionar

Cidade *

Selecionar

Setor *

Selecionar

Periodicidade *

Selecionar

ASSINAR

ARTIGOS E COLUNISTAS

17/07/2023 por Imprensa Empreendedor assinou ou em franquia?

26/04/2023 por Imprensa Transfêrência de know-how e o dia a dia de operações por que a gestão do franqueado faz tanta diferença no resultado?

18/09/2022 por Imprensa Não existe experiência do cliente em lojas físicas sem capacitação constante de equipes.

06/05/2022 por Imprensa Investir na educação com foco em impacto social é investir no futuro e na qualidade de vida.

VER MAIS

AS MAIS LIDAS

Di Santini e Baby Catpados formam joint venture em Campinas para trazer inovação ao tradicional mercado calçadista.

Cicely expande negócios para região Sul do Brasil.

Maislar abre franquias em João Pessoa e São Caetano do Sul.

Yolo entra para o franchising e foca em shoppings centers e aeroportos para expansão.

ActionBil lança franquia e projeta 10 unidades neste ano.

VER MAIS

clica aqui para ver matéria completa.



FRIDA UNDER



Blogs e Colunas



Analice Nicolau

Jornal de Brasília » Blogs e Colunas » Analice Nicolau » Franquia de lingerie conquista mercado em expansão

Segmento atrativo e em crescimento oferece oportunidades de negócio promissoras no mercado da moda íntima



Por Analice Nicolau
21/08/2023 5h00



O mercado de franquias tem se destacado como uma opção segura e rentável para empreendedores que buscam investir em um negócio sólido e com suporte de uma marca estabelecida. No segmento de lingerie, um nicho especialmente atrativo e em constante expansão, as franquias têm se revelado uma escolha inteligente para quem deseja entrar no mercado da moda íntima.



Tendências de consumo e diferenciais do setor explicam o apelo das franquias

De acordo com dados de pesquisa realizada pelo Instituto Inteligência de

[Leia Mais](#)

NAS REDES



Filho do Bolsonaro é alvo de operação da PCDF



Lula quer tirar dinheiro de ministério do MDB para inflar órgãos dados ao centrão



'Não existe conciliação para decisões técnicas', diz Marina sobre petróleo na Foz do Amazonas



FRIDA UNDER

clica aqui
para ver matéria completa.





Redação - 21/08/2023

O mercado de lingerie teve movimentação financeira acima de R\$ 11 bilhões em 2022 e, para este ano, a previsão é ultrapassar o crescimento de 7%

Investir em uma franquia é uma oportunidade de empreender com maior segurança e suporte de uma marca consolidada.

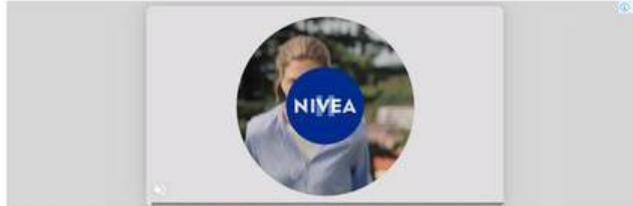


No segmento de lingerie, atraente e em constante crescimento, as franquias têm se mostrado especialmente lucrativas.

Dados da pesquisa sobre o comportamento de compra das consumidoras de Moda Íntima Feminina, do Instituto Inteligência de Mercado (IEMI), o gasto médio por compra das brasileiras aumentou 20%, passando de R\$ 106 para R\$ 127 por mês.

No Brasil, em 2022, foram produzidas mais de 762 milhões de peças, que fez indústria de moda íntima movimentar mais de R\$ 11 bilhões.

Por isso, e por outros motivos, existem diversas razões para investir em uma franquia de lingerie pode ser uma decisão inteligente para empreendedores que desejam ingressar no mercado da moda íntima.



Camila Reginato, CEO e fundadora da **Frida Underwear**, rede de franquias de lingerie exclusivas, que trouxe para o mercado a disrupção do padrão de beleza feminino, com foco na diversidade de corpos, sempre tendo como base de seu negócio fortalecer as tantas habilidades e qualidades da mulher, comenta que é notório o aumento de procura da mulheres pelos produtos bem como pelas franquias.

"Na Frida, especificamente, além de ser um negócio de baixo custo, que também pode ser operado de casa e com alta lucratividade, notamos aumento na venda do e-commerce, mas na procura de investidoras querendo uma unidade. Temos candidatas por todo o Brasil e até na China", diz.

Outros fatores

Camila aponta que a procura deste mercado é frequente.

"A lingerie é uma necessidade básica e, portanto, possui uma demanda constante. As pessoas estão sempre em busca de peças íntimas de qualidade, confortáveis e estilosas. Com o aumento da preocupação com autoestima e bem-estar, o mercado de lingerie tem se expandido, tornando-o promissor para investidores", revela.

52 milhões de brasileiros QUEREM EMPREENDER pela 1ª vez

É mais fácil do que você imagina para expandir o seu negócio

bol2zap

Crie experiências convincentes e poderosas para seus clientes através do whatsapp

Realiza vendas e atendimento utilizando

Descontos Imbatíveis

Lojas taQi Dois Irmãos - Dois Irmãos 08:00 - 18:30

MODALIDADE HOME OFFICE

Mala Personalizada + 100 produtos

#partiu ser uma FRIDA

FRIDA FRANCHISING CURADORIA DE VESTIMENTAS DE ÍNTIMA

VOCE JÁ IMAGINOU SER DONO DE UMA FRANQUIA?

FRANQUIAS ESTACILADAS

9,88

NÃO CAIA EM CILADA!

MAIS LIDOS

Por Que Investir Em Franquia De Lingerie É Lucrativo?

Franchising Cresce 11,2% E Faturamento Passa De R\$ 50 Bilhões

Pesquisar E Entender O Público-Alvo É Essencial Para Uma Franquia

Overcome Fatura R\$ 50 Milhões E Expande Por Franquias

clica aqui para ver matéria completa.





Frida cria sua própria IA para atendimento aos leads

Rafael Gmeiner - 14/10/2024

clica aqui
para ver matéria completa.



No início do mês de outubro, a **Frida Underwear**, rede de franquias de lingerie exclusivas com foco na diversidade de corpos, com base em fortalecer as tantas habilidades e qualidades da mulher, lançou, em parceria com a **Químea Inteligência Ambiental**, a **Friducha**, sua Inteligência Artificial Consciente (termo desenvolvido pela Químea para integrar tecnologia e sustentabilidade de forma responsável), exclusivamente, para atendimento aos interessados em saber mais sobre a marca, ou para as candidatas a franqueadas da



F R I D A U N D E R

ECONOMIA

16/05/2024 de Mariana de Moraes - Atualizado em 14/05/2024 de Juliana

Frida inova no Franchising e cria sua própria IA para atendimento aos leads

A rede de franquias de lingerie, que está no mercado há mais de sete anos, lançou a Friducha, que visa atender os interessados em investir na marca

Compartilhar



RAFAEL GMEINER

Frida Underwear



FRIDA UNDER

clica aqui
para ver matéria completa.





#VEMPRAFRIDA



FRIDA UNDER