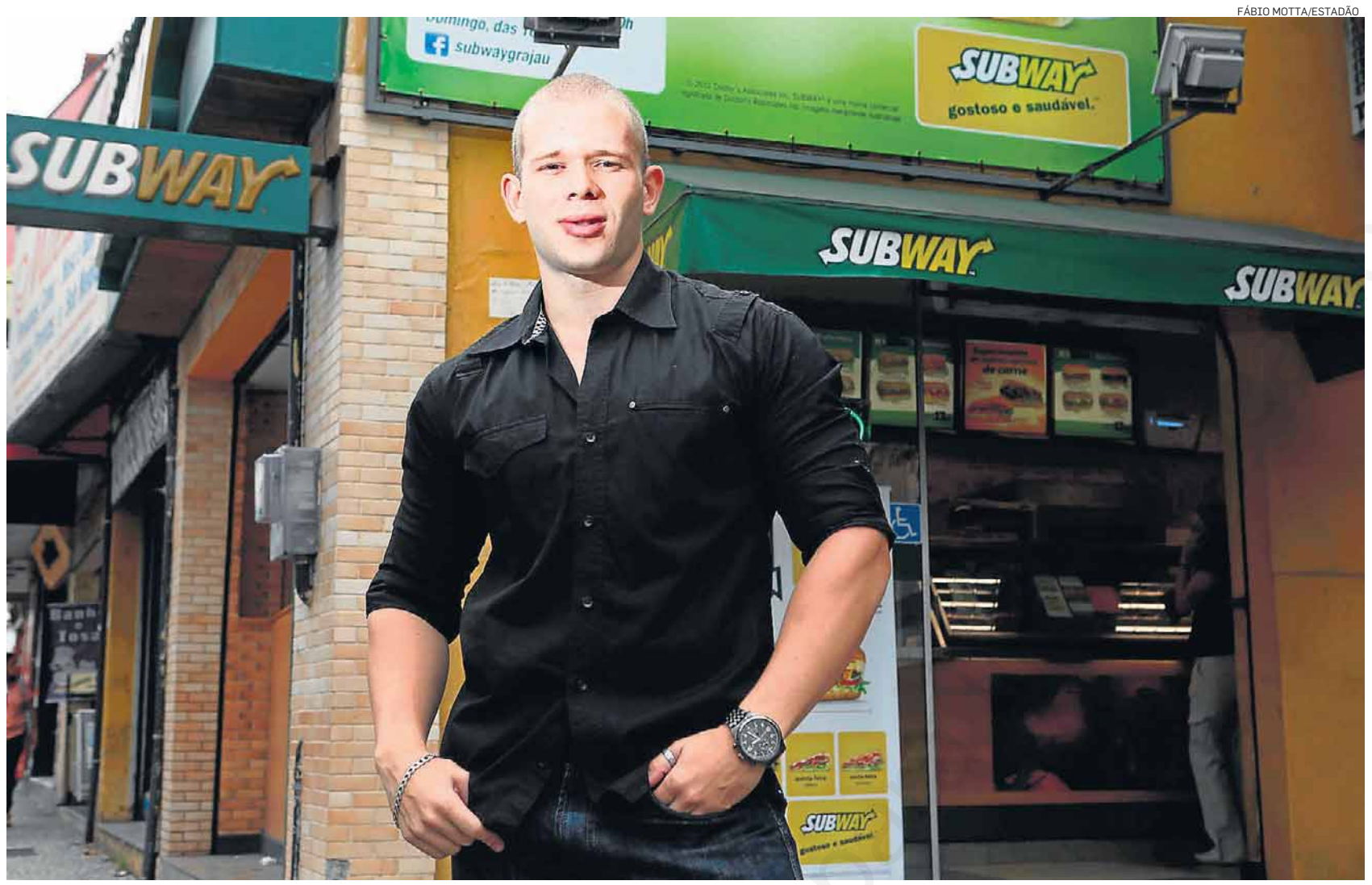
Franquia também atrai os mais novos

Estudo da consultoria Rizzo aponta aumento na aquisição desse tipo de negócio por pessoas com até 30 anos

Gisele Tamamar

FÁBIO MOTTA/ESTADÃO



Planos. Ricardo Schaefer abriu a primeira unidade com 19 anos e tem planos para administrar um grupo de lojas

Economizar a mesada e investir em ações listadas na bolsa de valores ajudaram o administrador Ricardo Schaefer a ter dinheiro suficiente para comprar uma franquia da rede Subway. Por ser muito jovem, com 19 anos, Schaefer não quis arriscar-se no negócio próprio e optou pela relativa segurança proporcionada pelo franchising. Gostou tanto que hoje, com 23 anos, ele tem duas unidades no Rio de Janeiro e já planeja a abertura da terceira loja.

Ricardo faz parte de um grupo crescente de investidores em franquias, os jovens com até 30 anos. Dados da consultoria Rizzo Franchise mostram que o número de empreendedores dentro dessa faixa etária que abriram franquias cresceu 21,4% entre 2010 e 2012, de 32.649 para 39.629 pessoas.

A participação crescente dos mais novos no setor é percebida pelo consultor Marcus Rizzo há pelo menos seis anos. "Ter um emprego com carteira assinada deixou de ser objetivo. Isso tem a ver com a juventude, com o mundo que vivemos hoje, de ter e alcançar as coisas com maior velocidade", diz.

Essa vontade de fazer acontecer dos jovens é vista como ponto positivo pelas redes, segundo Rizzo. Mas a nova geração que envereda pelo sistema de franchising pode ter justamente no entusiasmo um ponto negativo, afinal, por definição, a franquia tem padrões que precisam ser seguidos, o que inviabiliza a inclusão de novos produtos por desejo do empresário, por exemplo.

História. Schaefer diz que sempre foi muito contido nos gastos e começou a fazer investimento em ações influenciado pelo irmão mais velho. Para adquirir a loja da rede Subway, ele raspou a poupança de R$ 150 mil e ainda precisou pedir emprestado R$ 50 mil. "Sempre tive o espírito mais ligado a querer liderar. Quero continuar investindo na franquia e criar um grupo de lojas grande", afirma.

Para Schaefer, a atual geração não quer mais ficar engessada em empresas tradicionais. "Os jovens querem progredir, dar um salto ou estudando muito e conseguindo um emprego excelente ou sendo um ótimo empreendedor", opina. Segundo a gerente nacional do Subway, Roberta Damasceno, o perfil dos franqueados da rede é mesmo jovem. "As pessoas se identificam com a marca. É comum os pais ajudarem na abertura."

O respaldo de pessoas experientes no mercado pesou na escolha de Victor Giansante, de 28 anos, pelo franchising. Ele e mais três sócios abriram a primeira unidade da Salad Creations no Brasil e cuidam da expansão da rede. Giansante conta que sempre teve vontade empreender. "Meu pai tem uma empresa no ramo do agronegócio. Ele me deixou bem livre para fazer o que eu quisesse e sempre tive ele como exemplo. Isso me incentivou a começar no empreendedorismo", afirma.

Na época da faculdade, o atual diretor da Salad Creations fez um estágio na área de planejamento e controle de projetos. "Foi importante para ter experiência de convivência no ambiente de trabalho, de como funciona um organização. Mas prezamos pela liberdade. É mais importante entregar as metas do que cumprir efetivamente o tempo sentado na cadeira. Nossa marca preza pela qualidade de vida. Dentro do escritório também queremos trabalhar isso", afirma Giansante. O estudo da Rizzo Franchise ainda aponta os segmentos preferidos pelos jovens na hora de investir em franquias. O fast food lidera o ranking, seguido de vestuário e alimentação especializada. Quando se trata de capital para investimento, 39% deles têm entre R$ 81 mil a R$ 120 mil e 38% têm até R$ 80 mil. Com mais dinheiro no bolso, 13% dos jovens contam com R$ 121 mil a R$ 200 mil e 10% têm acima dessa quantia.

Análise. Na avaliação da sócia-diretora da Franchise Store, Filomena Garcia, o ponto positivo do jovem na franquia, independentemente do segmento escolhido, é a vontade de aprender e fazer acontecer. "O franqueador está aí para passar o conhecimento. E o jovem consegue se adequar mais rapidamente", analisa a especialista.

A especialista pontua que a franquia é interessante para o jovem porque não exige experiência anterior. "O lado positivo é que você vai aprender com os erros que alguém já passou e isso minimiza o risco de ser o primeiro negócio. E o jovem quer abrir uma empresa, mas não quer arriscar tanto pela falta de experiência", completa.

Filomena ainda destaca que é possível tornar-se um grande empresário dentro do setor com cinco ou seis lojas. "O jovem precisa saber que ele pode crescer dentro do segmento de franquias, ganhar espaço junto com a marca", completa.

Essa é uma das motivações por trás da escolha do franqueado da BagNews Guilherme Galli Larrubia, de 26 anos. Ele conta que aliou o interesse em franchising com sua formação em publicidade. Ele comercializa anúncios em sacolas ecológicas e as distribui em pontos estratégicos de Sorocaba. "Sempre busquei algo que se encaixasse no meu pensamento. A franquia tem uma ideia interessante de aliar a parte ecológica com a publicidade. No curto prazo, não vejo mudanças e pretendo investir para crescer dentro da rede", diz Larrubia, que investiu R$ 25 mil no negócio.

> "O jovem precisa saber que ele pode crescer dentro do segmento junto com a rede"
>
> **Filomena Garcia, sócia da Franchise Store**

123 Dicas valiosas

É preciso se adequar ao perfil da rede

1 ● Perfil
O franqueado precisa aceitar a hierarquia e saber respeitar o padrão que existe na rede.

2 ● Diferença
Em geral, um empreendedor é muito corajoso. Já o franqueado é mais cauteloso com o negócio.

3 ● Avalie
A franquia dá suporte e o risco de quebrar é menor, mas ele existe.

4 ● Padrão
O franqueado pode se frustrar ao tentar implementar suas ideias.

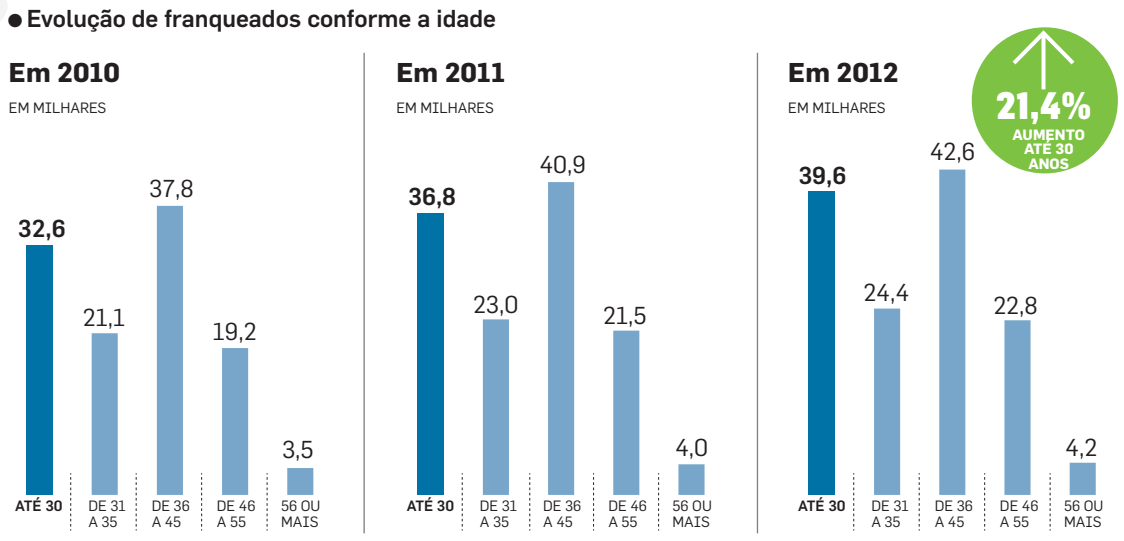
NÚMEROS

22 mil
pessoas com até 30 anos donas de uma franquia em 2012 eram do sexo masculino. As mulheres respondiam por 43,5% ou 17.253 unidades, de acordo com estudo da Rizzo Franchise.

190 mil
era o número de operações de unidades próprias e franqueadas no Brasil em 2012. Só no ano passado, foram abertas 10.631 novas franquias, o que significa média de 886 inaugurações todos os meses.

PERFIL DO FRANQUEADO NO BRASIL

● Evolução de franqueados conforme a idade



FONTE: RIZZO FRANCHISE

INFOGRÁFICO/ESTADÃO

Feira do segmento movimenta R$ 480 milhões

● A edição de 2013 da ABF Franchising Expo, feira do setor de franquias, superou as expectativas e movimentou R$ 480 milhões em negócios iniciados no evento, 20% a mais que os cerca de R$ 400 milhões do ano anterior. A feira ocorreu entre os dias 12 e 15 de junho, em São Paulo, e atraiu 63.100 visitantes.

Antes do evento, a Associação Brasileira de Franchising (ABF) estimava um volume de negócios da ordem de R$ 450 milhões. "Os números superaram as previsões. Isso mostra que o público tem uma renda disponível para investimento e que o interesse em franquias continua cada vez maior", diz o diretor-executivo da associação, Ricardo Camargo.

A presença das mulheres e dos mais novos no evento foi destacada pelo diretor da ABF. "As redes veem com bons olhos os franqueados jovens. Eles trazem novos conhecimentos, novas abordagens e têm um perfil mais empreendedor, querem crescer. E a falta de experiência é moldada pela rede justamente com os treinamentos", pontua Camargo.

Para a edição de 2014, marcada para 4 a 7 de junho, a ABF pretende negociar um espaço maior para atrair mais interessados.

Fonte: O Estado de S. Paulo, São Paulo, 26 jun. 2013, Estadão PME pequenas e médias empresas, p. X6.