

Microfranquias atraem jovens empreendedores

FRANCHISING » *Modelo de negócio se torna opção para quem busca baixo investimento*

Luciane Medeiros

luciane.medeiros@jornaldocomercio.com.br

O desejo de ter independência financeira e investir em um modelo já testado, onde há todo um suporte por trás, tem atraído cada vez mais jovens para o segmento de franquias. Dados da Associação Brasileira de Franchising (ABF) mostram o crescimento da procura pelo empreendedorismo na faixa até 30 anos, onde as franquias, em especial as que necessitam de aporte inicial de menor valor, são a primeira experiência de autonomia no mundo dos negócios.

Bruno Arena, coordenador da Comissão ABF Jovem, cita que, no caso das microfranquias, operações voltadas às áreas de Tecnologia e prestação de serviços despontam como os que mais atraem jovens franqueados. Além disso, Arena lembra que o suporte dado pelas franqueadoras para os franqueados motiva o ingresso de muitos jovens no segmento das microfranquias.

Foi o caso do gaúcho Erick Somavilla, de 27 anos. Com formação em Gestão de Produção Industrial e pós-graduado em Agronegócio, Somavilla abriu, há cerca de um ano, em Sant'Ana do Livramento, uma franquia da Reino Rural Franchising, rede especializada em produtos agropecuários. A ideia surgiu no ano passado, quando ainda trabalhava em uma indústria em Cassino

e decidiu investir em um negócio próprio. Inicialmente, surgiu a dúvida se optaria por abrir uma empresa completamente nova ou apostaria em algo já estabilizado.

“Sempre tive um lado de administrador, de empreender, inovar e criar e procurei conciliar tudo isso. Pesquisei no Google e encontrei uma reportagem sobre as 100 marcas de franquias em destaque com crescimento em 2022, onde conheci a Reino Rural Franchising”, conta. O baixo valor para abrir uma unidade da rede, em torno de R\$ 35 mil na ocasião, mais o capital de giro inicial de R\$ 7 mil, foram determinantes para a escolha pela franquia.

Antes de concretizar o negócio, Somavilla fez uma “pesquisa de campo”, conversando com veterinários sobre os melhores locais para venda de produtos e suplementos de nutrição animal e mineral para gado, cavalo e outros animais. “A região de Sant'Ana do Livramento, por ser região de fronteira com o Uruguai e a Argentina, vi que tinha uma possibilidade de crescimento. Pego todo o zoneamento da fronteira – Rivera, Artigas, Quaraí, São Tomé e outras. Consigo vender dos três lados: Brasil, Uruguai e Argentina”, destaca.

Segundo o franqueado, o início da operação foi arriscado, mas deu certo, e logo as vendas de porta em porta apresentaram bons resultados. Todo o negócio é baseado

no modelo de home office, com as vendas feitas em casa pelo celular ou computador. Já as entregas do produto para as cabanhas, estâncias e outros clientes são feitas diretamente por Somavilla, sem contratação de empresa terceirizada. “Não abro mão de ter o acabamento final, do início da compra até a entrega ao cliente, tudo ser feito por mim. É um diferencial e os uruguaios e argentinos gostam muito disso, do olho no olho”, afirma.

O contato mais próximo também ocorre entre o franqueado e o franqueador e é considerado primordial pelo jovem para a boa condução dos negócios. “Parece que estou conversando com um parente e eu não conheço o Matheus Ferraz, fundador da Reino Rural, mas o contato com ele passa uma grande segurança e grande conforto”, elogia.

Outro jovem que apostou numa microfranquia foi o curitibano Matthews Miguel Guilmo, de apenas 20 anos. Embora a pouca idade, Guilmo já tinha experiências anteriores com negócio próprio e exemplos de empreendedorismo na família. Com 17 anos, o jovem já tinha aberto uma loja de venda de meias para ciclistas pelo e-commerce, adquirindo os produtos de uma empresa de Porto Alegre e ampliando a diversidade de mercadorias vendidas com o passar do tempo. Quando ingressou no curso de Agronomia, sur-



ARQUIVO PESSOAL/DIVULGAÇÃO/JC

Somavilla abriu uma unidade da Reino Rural Franchising no Estado

giu o interesse por algo ligado à área, e assim Guilmo abriu em março na capital do Paraná uma franquia da Getpower Solar, especializada em energia solar. “Foi algo que conciliou com meu dia a dia. Não preciso parar a faculdade e está ligado ao meu ramo que é o campo”, salienta.

Antes de começar a franquia, o jovem passou por um curso preparatório na Getpower sobre noções de venda, como abordar o clientes, energia solar e outros temas. Sobre a experiência anterior, quando

abriu a própria empresa, e agora, Guilmo diz que é muito diferente e há um amparo na condução do empreendimento.

“Quando tive o meu próprio negócio, fiz tudo sozinho, o que é muito mais difícil porque tem que correr atrás de tudo. Numa franquia é como se estivesse abrindo a empresa já moldada, ela vem numa forma. Te entregam e você tem que fazer teu trabalho, o que também não é simples mas consegue ter uma ajuda em muitas coisas”, compara.

Apoio da rede e afinidade com o ramo são diferenciais na hora de abrir uma franquia

Pesquisar sobre o modelo de franquia, apoio oferecido pela rede, qual o perfil do negócio e investimento necessário para montar a operação são algumas dicas para quem quer entrar no ramo do franchising. Bruno Arena, coordenador da Comissão ABF Jovem, orienta os franqueados em potencial a optarem por algo que tenham afinidade. “Busque áreas que são correlatas com o que você gosta de fazer, e não apenas aquelas em que o negócio tem um bom retorno do investimento no final. A afinidade é algo muito importante”, afirma.

Arena é da segunda geração de uma família de franqueado-

res - seu pai é um dos sócios da Casa do Construtor, rede que aluga equipamentos de construção civil com mais de 500 lojas espalhadas pelo Brasil e unidades também no exterior. O modelo de negócio atraiu o interesse do pelotense Augusto Ribeiro, de 28 anos. Engenheiro Civil, Ribeiro conheceu a Casa do Construtor durante um evento da ABF em São Paulo em 2018.

“Faz um tempinho que comecei o namoro, mas acabamos abrindo a franquia no ano passado. O que me chamou atenção foi que a Casa do Construtor tem sinergia com tudo o que sempre fiz na minha vida e o que sei fazer,

que tem a ver com Construção”, diz. Além disso, a quantidade de multifranqueados da rede foi um grande motivador para ingressar na marca. “Isso mostra que é uma relação boa para os franqueados, acredito que não teriam mais lojas se fosse o contrário”, analisa.

O coordenador da Comissão Jovem da ABF também dá essa dica para quem quer abrir uma franquia: conferir como é o apoio dados aos franqueados. “Bata um papo, independentemente do tamanho da franquia, com a rede franqueada. Veja o perfil, se é mais adulta, se é mais jovem, qual a experiência que esses franqueados relatam e como é o suporte e

a qualidade do atendimento do franqueador”, aconselha.

No caso do modelo da Casa do Construtor, que é a locação de equipamentos, Ribeiro avalia que a opção por uma franquia evitou muitos problemas e impediu de “levar muito na cabeça”. “Se não fosse a parceria com a franqueadora, levaria muitos anos para chegar no nível de operação que chegamos hoje”, garante. Mesmo com o pouco tempo de abertura, os resultados da loja em Pelotas superaram as expectativas e já fomentam o desejo de Ribeiro em ter outras unidades da franquia, possivelmente no Litoral.

Arena destaca que as fran-

quias são modelos de negócio como outro qualquer, mas já foram testados e validados. “Isso dá uma maior segurança. Acho que o franchising tem uma grande oportunidade quando se faz um paralelo das empresas que surgem e a taxa de mortalidade delas. O franchising é um segmento sólido, justamente porque consegue formatar um processo, valida esse processo e escala ele. Isso pode ser uma grande oportunidade para o jovem que quer empreender e as vezes tem recurso, mas insegurança de empreender de maneira totalmente isolada”, complementa o coordenador da ABF.