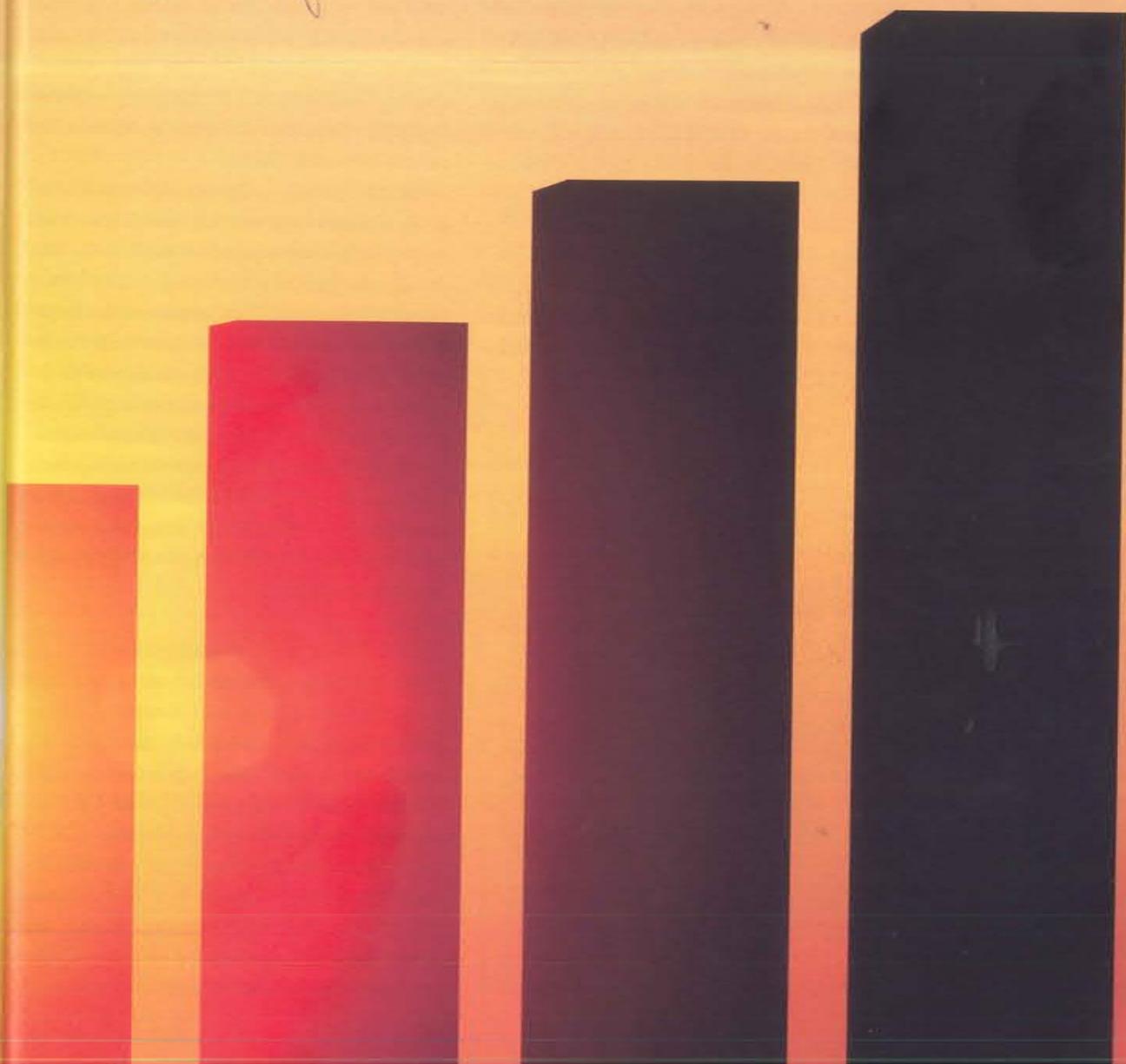


Nem tudo está cinza no Brasil



Existe um lado bom no país que independe da situação política – o empreendedorismo para pequenas e médias empresas. Esses são os responsáveis pelo impulsionamento das vagas de emprego em abril, quando o trabalho formal registrou a primeira alta desde 2014

Por Beatriz Santos, de São Paulo



SHUTTERSTOCK

Há um Brasil que muitos não estão vendo, o que está fora da nuvem cinza que paira por Brasília – o país do empreendedorismo, que tem relação direta com a busca por alternativas de sobrevivência frente ao desemprego. Basicamente, o trabalhador observou o mercado de trabalho fechado e decidiu abrir o seu próprio negócio.

E, embora os números ainda não façam grandes volumes no resultado final da estatística de emprego, sim, trouxe algum alento na última pesquisa de emprego formal do Ministério do Trabalho. A conclusão é de que o brasileiro busca saídas contra a crise e canaliza os seus recursos para empreender.

As vagas começaram a aparecer novamente. Em abril, foram registrados 59.856 mil novos empregos formais, de acordo com o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged) – algo que não acontecia desde 2014. O setor que mais se destaca na geração de empregos é o de serviços (24.712), seguido pela agropecuária (14.648), indústria da transformação (13.689), o comércio (5.327) e a administração pública (2.287).

Guilherme Afif Domingos, presidente do Sebrae



CHARLES DAMASCENO

As micro e pequenas empresas puxaram esses números, visto que foram as responsáveis por 92% das vagas de trabalho criadas no período. Do total, 54,9 mil empregos foram oriundos dessas empresas em abril deste ano. O número supera em mais de 20 vezes as taxas das médias e grandes, que incorporaram aos seus quadros 2.594 funcionários.

“É importante ressaltar que no primeiro quadrimestre do ano os pequenos negócios aumentaram seus quadros de funcionários em 104,6 mil, enquanto que as médias e grandes apresentaram um saldo negativo de 129,4 mil, ou seja, mais demitiram do que empregaram”, observa Guilherme Afif Domingos, presidente do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

Afif acredita que o país presenciará uma retomada do crescimento econômico, que irá gerar mais empregos e, por consequência, o aumento das vendas. “Quanto mais cai o desemprego, mais aumenta a renda e o consumo. Com maiores vendas, os pequenos negócios tendem a contratar mais funcionários, contribuindo para a redução do nível de desemprego no país, do endividamento da população e aumento da renda. É um círculo virtuoso”, afirma.

Os pequenos negócios representam quase a totalidade das empresas brasileiras. Atualmente, correspondem a 98,5% dos empreendimentos brasileiros e são responsáveis por 54% das vagas de empregos formais.

Oportunidade para novos negócios

Há dois anos, quando houve os primeiros sinais dos efeitos da crise, o percentual de empreendedores por necessidade aumentou em relação aos empreendedores por oportunidade em função do desemprego, segundo a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2016, apoiada pelo Sebrae e realizada pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP). Em 2016, 42,4% das pessoas com empresas recentes investiram no próprio negócio por causa da necessidade.



Alexandre Guerra,
vice-presidente da ABF

Entretanto, houve uma mudança nessa motivação, o que também demonstra uma luz no fim do túnel sobre a retomada da economia. O estudo diz que a maioria dos empreendedores nascentes, ou seja, aqueles que estão envolvidos na abertura de uma empresa, buscaram esse caminho porque encontraram uma oportunidade. Isso significa que parte abre o negócio por consequência do desemprego, mas essa estatística começa a mostrar uma linha de inflexão, que acontece quando os sinais de produtividade acendem a luz verde. “O aumento do empreendedorismo por oportunidade é uma boa notícia para a economia”, diz o presidente do Sebrae.

Apesar de um maior número de empresas terem fechado as portas nos últimos dois anos, a quantidade de novos empreendimentos no Brasil tem crescido ano a ano, ou seja, mais pessoas começam um empreendimento do que fecham. Atualmente, no Simples Nacional, são quase 12 milhões de empresas, entre micro, pequenas e microempreendedores individuais (MEI). Em janeiro do ano passado eram 10,5 milhões e no mesmo período de 2015, 9,5 milhões – são cerca de um milhão de CNPJ criados no Brasil por ano.

Menor risco para investir

Em tempos de retração, apostar em um novo negócio do zero pode ser arriscado. A alternativa

pode ser empreender em um modelo de negócio já estabelecido – como é o caso das franquias.

De acordo com dados da última pesquisa da Associação Brasileira de Franchising (ABF), o setor apresentou uma expansão nominal de 9,4% no primeiro trimestre de 2017. O faturamento no período passou de R\$ 33,7 bilhões para R\$ 36,8 bilhões. Em termos de número de unidades franqueadas, a expansão foi de 2,9% em relação ao mesmo período do ano passado.

“Quando o risco aumenta, as pessoas procuram investir em negócios que tem o risco menor, e investir numa franquia é relativamente mais seguro que abrir um negócio do início”, observa Alexandre Guerra, vice-presidente da Associação Brasileira Franchising (ABF).

De acordo com a ABF, os segmentos que mais cresceram no primeiro trimestre foram Hotelaria e Turismo (31%), Saúde, Beleza e Bem-Estar (17%) e Limpeza e Conservação (16%). Outro destaque é o segmento de Alimentação, que cresceu 6% no primeiro trimestre de 2017.

**APESAR DE UM MAIOR
NÚMERO DE EMPRESAS
TEREM FECHADO
AS PORTAS NOS
ÚLTIMOS DOIS ANOS,
O NÚMERO DE NOVOS
EMPREENDIMENTOS NO
BRASIL TEM CRESCIDO
ANO A ANO, OU SEJA, MAIS
PESSOAS COMEÇAM UM
EMPREENDIMENTO
DO QUE FECHAM**

DIVULGAÇÃO



Linha de produtos de limpeza biodegradáveis, naturais e veganos da Positiv.A

Hoje, são 3 mil marcas franqueadoras no país e, destas, cerca de 500 redes são de micro franquias, cujo investimento é inferior a

R\$ 90 mil

O VP pontua que, por conta da crise e da turbulência no mercado de trabalho, muitas pessoas têm olhado o setor de franquia como uma opção de mudança de padrão e estilo de vida e têm colocado suas economias no setor. “É não só os empregados e pessoas que já têm uma experiência no mercado de trabalho, mas os jovens que estão na faculdade, ao invés de procurar um estágio em uma empresa, estão procurando investir”.

Hoje, são 3 mil marcas franqueadoras no país e, destas, cerca de 500 redes são de micro franquias, cujo investimento é inferior a R\$ 90 mil. Este é o caso da iGui Trata Bem, uma divisão da franquia de piscinas iGui e que tem o foco na prestação de serviços, como pós-venda, assistência técnica e manutenção de piscinas. Atualmente, existem 173 unidades no país – 113 operam com pontos físicos e os outros na modalidade Home Office.

Alessandra Luchi, diretora de franquia da iGUi Trata Bem, afirma que a procura pela abertura de unidades no segmento prestação de serviços cresceu principalmente pelo menor valor de investimento. “Nessa época de incertezas na economia, as pessoas preferem se arriscar menos e acabam buscando um negócio cujo investimento inicial seja menor”.

Outro fator observado por Luchi é o investimento pela necessidade. “Muitas pessoas que ficaram desempregadas, ou pressionadas a fazer um acordo na empresa que estavam, precisavam buscar uma recolocação profissional e, para

muitos, essa recolocação levou a empreender. E, por ser um baixo investimento, enquadrava-se melhor no perfil ou no valor disponível que eles tinham”, explica.

Grandes executivos também querem novos negócios

Os investidores dos novos negócios no país também estão entre aqueles que atingiram o topo da carreira e que pretendem fazer carreira solo.

Fabio Roth, CEO na Sàsec do Brasil Franchising, descreve quem são eles: candidatos qualificados que saíram de grandes companhias, tem uma boa noção de gestão e de mercado, e apenas precisam receber o know-how da franquia para iniciar os trabalhos.

A primeira loja da Sàsec foi criada em 1968, na cidade de Marselha, na França. Chegou ao Brasil em 1994, como marca franqueada e foi pioneira no segmento. Na América Latina, estão presentes na Argentina, no Paraguai e no Chile. O investimento inicial é de R\$ 200 mil a R\$ 380 mil, e o investidor começa a ter retorno em 36 meses.

“Nosso objetivo é crescer a marca e não diminuir o tamanho, então, quando identificamos alguma unidade de negócio com dificuldade, deslocamos nosso time de consultoria para fazer uma análise. Tratamos isso com muito cuidado para que não haja fechamentos”, afirma o CEO.

Negócios sustentáveis despontam

Alex Seibel, CEO da Positiv.A, entendeu que o momento seria ideal para apostar em um negócio sustentável. Ele desenvolveu uma linha de produtos de limpeza biodegradáveis, naturais e, inclusive, veganos, para atender a este público, cada vez mais em alta. “Tivemos um início bem recente e esperamos um faturamento de R\$ 500 mil este ano, que não dá para comparar com o ano passado, pois o faturamento era inexistente. Esperamos crescer uma média de 80% nos próximos cinco anos”. **AB**