

## Franchising transforma a sociedade

[Clique aqui para ver a notícia no site](#)

Seis em cada 10 brasileiros sonham em empreender. Franchising, através das franquias de baixo investimento, viabiliza a transformação da vida dos empreendedores. O Brasil possui uma economia relevante no âmbito mundial, com o Produto Interno Bruto (PIB) no montante de R\$ 9,9 trilhões. O país encerrou o ano de 2022 como a nona maior economia do mundo. Entretanto, segundo o estudo “Mapa da Nova Pobreza”, desenvolvido pelo FGV Social, o contingente de pessoas com renda domiciliar per capita de até R\$ 497 mensais atingiu 62,9 milhões de brasileiros em 2021, o que representa 29,6% da população total do país. Neste cenário, é necessário que tenhamos ferramentas que possam ajudar a mudar essa realidade dos brasileiros e o mercado é parte chave disso. E uma das ferramentas mais promissoras para uma transformação social e econômica no Brasil é o franchising. Independência financeira, gestão do próprio tempo, mudar o mundo ou, em boa parte das vezes, simplesmente sobreviver, fazem com que 60% dos adultos brasileiros empreendam ou, ao menos, sonhem em empreender. A estatística é um dos dados revelados pelo relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2022, realizado pelo Sebrae (Serviço Nacional de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e pela Anegepe (Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas). Neste estudo, pudemos ver que, apesar do empreendedorismo por necessidade ter caído nos dois últimos anos, a principal motivação para se abrir uma empresa continua sendo a escassez de empregos: 82% dos entrevistados indicaram como esse sendo o motivo. Em 2021, eram 77%. Empreender para fazer a diferença no mundo foi respondido por 75%, construir riqueza por 64% e continuar uma tradição familiar por 44%. A pesquisa GEM também mostrou que 67% da população brasileira adulta está envolvida com empreendedorismo, seja porque já tem um negócio, está fazendo algo para ter ou deseja começar a empreender nos próximos três anos. São 93 milhões de brasileiros entre 18 e 64 anos, sendo 42 milhões para empreendedores e os outros 51 milhões para potenciais empreendedores. Por empreendedores entende-se aqueles que já tinham um negócio, formal ou informal, e/ou que fizeram alguma ação, em 2022, visando ter um negócio no futuro. Já os potenciais empreendedores são a estimativa do número de pessoas adultas (com 18 a 64 anos) que não têm empreendimento, mas que gostaria de ter um em até três anos. Em relação aos potenciais empreendedores, a taxa no ano passado repetiu o recorde de 2021 com 53% da população. Em 2017, essa proporção era de 15,3% da população. E ao falarmos em empreender, é intrínseco falarmos em franchising. O mercado de franquias reúne todos os elementos necessários para apoiar na transformação da economia social, possibilitando um progresso econômico e social, bem como uma mudança de mindset cultural, permitindo uma alteração de atuação de empregados para empreendedores. Este modelo de negócio presta um serviço que transcende o mero objetivo econômico, sendo um motor de inclusão social ao permitir, por exemplo, que pessoas de baixa renda ingressem no empreendedorismo, possibilitando progressão de vida econômica e melhores chances de desenvolvimento familiar. E uma das vertentes do franchising que vem se destacando para essa revolução socioeconômica é microfranquia. Pesquisas mostram que é possível constatar uma transformação social através de dados, em que setenta e sete (77) Franqueados de nove (9) redes de microfranquias trouxeram uma perspectiva do impacto deste modelo de multiplicação de negócio. As mulheres ainda são minoria – menos de 30% do total de respondentes. 84% possuem filhos, sendo que mais de 15% possuem 4 ou mais filhos. No contexto de escolaridade, 25,97% dos respondentes possuem ensino médio incompleto, completo ou ensino técnico. A sua maioria, com 48,06% são graduados. Um percentual de 25,97 dos respondentes são pós-graduados. Os dados mostraram que 85% dos entrevistados investiram abaixo de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) em um negócio de microfranquia; 71,42% progrediram de renda e/ou mantiveram-se com renda acima de R\$ 10.000,00; para 72,72%, os treinamentos/capacitações da franqueadora os deixaram muito melhor preparados para atuar como franqueados da microfranquia. Foi detectado, também, que 54,54% das pessoas entendem

que seu acesso a itens básicos melhorou e 46,75% afirmaram que o acesso aos serviços de saúde melhorou. Para 59,74% dos entrevistados a qualidade de vida teve significativa melhora e 81,81% estão otimistas quanto ao futuro. Mais de dois terços das pessoas entrevistadas entendem que as franquias contribuíram para seus propósitos de vida profissional, revelando uma transformação humana bastante complexa, vez que tais propósitos são subjetivos e dependentes de muitos fatores externos ao interessado. Vale ressaltar que, com base em todos os dados apurados, o franchising não é só um mecanismo de ascensão social, mas, também, uma ferramenta de melhoria da vida e da autoestima de seus atuantes. O brasileiro não apenas possui um espírito empreendedor, mas, ao ingressar no modelo de franchising ele também está dinamizando a economia nacional. Os micro e pequenos negócios são responsáveis por cerca de 85% das vagas de emprego no Brasil. A qualidade do empreendedorismo brasileiro apresentou uma melhora no último ano. A taxa de empreendedorismo dos negócios estabelecidos, aqueles que possuem mais de 3,5 anos de existência, teve um ligeiro incremento de 0,5%, passando de 9,9% em 2021 para 10,4%, no ano passado. Essa taxa manteve o Brasil na sétima posição, especificamente quanto à taxa de Empreendedores Estabelecidos, em relação aos outros países que participaram da pesquisa GEM. Na frente estão Coreia do Sul, Togo, Grécia, Letônia, Guatemala e Irã. Transformar vidas, movimentar a economia nacional, reestruturar a autoestima pessoal e conquistar os objetivos. O franchising não é apenas “negócios”, ele é uma evolução humana.



Brasil é o 2º do mundo com mais interessados em ter o próprio negócio (foto: Pesquisa GEM)