ESPECIAL FRANQUIAS: OS SEGREDOS DOS EMPREENDEDORES BILIONÁRIOS

ISTOÉ

Dinheiro

LUIZ FELIPE SCOLARI,

O CEO DO HEXA

Conheça o estilo Felipão de liderança à frente da Seleção Brasileira e saiba quais são suas principais virtudes (e defeitos) na visão de empresários e executivos vencedores como Abilio Diniz, João Castro Neves e Paulo Kakinoff, entre outros

"NÃO HÁ EQUIPES FRACAS, APENAS LÍDERES FRACOS"

Um dos mantras do técnico, leitor do guru da gestão James C. Hunter

www.istoedinheiro.com.br
ISSN 1414-7645
11 JUN/2014 – ANO 17 – Nº 868

FOTO: MATHEUS PAPI

GRIZZO, DA SEUEVENTO: *"A grande vantagem é que o custo operacional é muito baixo"*

der um cliente da sua empresa de marketing direto, em Londrina, no interior do Paraná, fez com que o então consultor de marketing Rafael Grizzo criasse,em 2007, sem ter nenhum conhecimento sobre o mundo digital, a SeuEvento, um portal que reúne informações sobre fornecedores para produtos e serviços como bufês, chácaras, vestidos de noiva, vestidos de festa, convites de casamento, decoração, bufês infantis e hotéis, entre outros."Precisava fazer um grande evento para um cliente e tive muita dificuldade em encontrar fornecedores", diz Grizzo. "Percebi que havia um grande negócio a ser criado." A expansão via franquias começou em 2009, estratégia adotada para dar agilidade ao crescimento do negócio. Atualmente, são 27 franqueados espalhados por todas as regiões do Brasil.

A expectativa de Grizzo é fechar o ano com 50 franquias em funcionamento. O investimento em uma unidade da SeuEvento pode variar de R$ 16 mil a R$ 40 mil, dependendo da cidade em que estiver baseada, com retorno prometido entre 6 e 15 meses. "A grande vantagem é que o custo operacional é muito baixo", diz Grizzo. "Não há estoque e é preciso apenas uma ou duas pessoas para operar." No caso da Guia-se, franquia virtual de marketing digital, não é preciso nem mesmo ter um programador, pois a franqueadora oferece todo o serviço de apoio. Embora tenha nascido, em 1997, para ser um guia virtual de cidades interioranas, em Indaiatuba (SP), a Guia-se acabou se transformando em uma rede de franquias de marketing digital, com mais de 100 unidades em atividade no País. "Procuro por parceiros que enxerguem o potencial desse negócio e que pretendam crescer comigo", diz José Rubens de Oliva Rodrigues, um dos fundadores e CEO da Guia-se. A empresa oferece treinamento presencial e online, com reciclagem uma vez por ano.

A 2Call, criada em 2008, é uma franquia virtual especializada em marketing para celular que desenvolve campanhas de SMS e de mensagens de voz, sites, aplicativos e jogos. Segundo Roberto Saretta, fundador e diretor-geral da 2Call, existem 15 unidades franqueadas e a expectativa é crescer mais 20 unidades neste ano. "Apostamos em um sistema de franchising para ganhar mercado e abrangência nacional", diz Saretta. "Essa vantagem competitiva deu base para a expansão da marca. Na opinião dele, o principal atrativo de uma franquia virtual é poder iniciá-la em home office ou coworking sem gastar com infraestrutura e custo fixo. O investimento em uma franquia 2Call varia de R$ 9,9 mil a R$ 39,9 mil e o prazo de retorno, de 6 a 18 meses.

MERCADO PROMISSOR

Os números do comércio eletrônico

- **VENDAS ONLINE NO BRASIL EM 2013**
  R$ 28,8 bilhões*
- **NÚMERO TOTAL DE CONSUMIDORES**
  51,3 milhões
- **PESSOAS QUE FIZERAM COMPRAS ONLINE PELA PRIMEIRA VEZ NO ANO PASSADO**
  9,1 milhões

* Crescimento de 28% em relação a 2012. Fonte: e-bit, empresa especializada em informações na área de consumo online.

AS FRANQUIAS PELA INTERNET ATRAEM EMPREENDEDORES EM SEGMENTOS COMO **MARKETING DIGITAL, TECNOLOGIA, TELECOMUNICAÇÕES E CONSULTORIA.** EM 2013, AS VENDAS ONLINE FORAM DE R$ 28,8 BILHÕES