

Franquia é novo alvo da Schincariol

Cervejaria espera, com parceria da Sonar, chegar a cem pontos em 2012

FERNANDO MURAD

O portfólio de cervejas premium do Grupo Schincariol, formado com a compra das microcervejarias Baden Baden, Devassa e Eisenbahn, agora ganha um novo modelo de negócio. Por meio da Sonar Serviços e Franquias, empresa criada pelo grupo para administrar a área de franchising, a Schincariol pretende inaugurar 12 bares das cervejas Devassa e Eisenbahn até o fim do ano. Com isso, o grupo passará a ter 22 estabelecimentos abertos (atualmente são nove no Rio de Janeiro e um em São Paulo).

As seis primeiras lojas serão inauguradas no mês de outubro, no Aeroporto Internacional de Cumbica, em Guarulhos, na Grande São Paulo, em parceria com o Grupo de Soluções em Alimentação (GRSA). Serão abertas quatro cervejarias Devassa e duas Eisenbahn. Os planos da companhia de bebidas ainda incluem a abertura de duas lojas próprias com investimento total



Fotos: divulgação

de R\$ 1,5 milhão (uma no Rio de Janeiro e outra em São Paulo) e outras quatro franquias no Rio de Janeiro até o final do ano.

De acordo com Francisco Duarte, diretor geral da Sonar, o grupo pretende chegar ao número de cem lojas até 2012. "Temos um plano estratégico consistente. Os

bares Devassa em shoppings e na rua são um sucesso e queremos trabalhar também a marca Eisenbahn. Nosso foco inicial é o Sudeste, principalmente São Paulo e interior do Estado. Queremos abrir 15 lojas por ano, sendo duas próprias", conta Duarte, destacando que o faturamento do grupo

com as franquias neste ano deve chegar à casa de R\$ 30 milhões.

A Sonar irá trabalhar quatro formatos de lojas. "Teremos a esquina Devassa, uma espécie de quiosque, a cervejaria, a lancheteria e um espaço casual, nos moldes da Cervejaria Baden Baden, em Campos de Jordão",

explica Duarte. No modelo de cervejaria, o franqueado deverá desembolsar R\$ 900 mil para montar o estabelecimento (sem contar o investimento no ponto), pagar R\$ 75 mil de taxa de franquia e repassar 5% do faturamento bruto mensal como royalties. No caso da lancheteria, o aporte é de R\$ 450 mil e a taxa de R\$ 50 mil.

Além disso, o franqueado terá que destinar 1% do faturamento bruto para o fundo de promoção da rede e 1% para ações de marketing no ponto-de-venda. Segundo Duarte, o payback do investimento acontece em 30 meses. De acordo com dados da Associação Brasileira de Franchising (ABF), o faturamento do setor de franquias no segmento de alimentação evoluiu 17% de 2006 para 2007, superando os R\$ 7 bilhões no período. Já o Grupo Schincariol fechou o exercício passado com uma receita bruta de R\$ 4,5 bilhões, 24% maior que o do ano anterior.

A utilização deste artigo