

Franquias brasileiras ampliam presença no mercado externo

Danielle Fonseca

Redes como a Via Uno, de calçados, e a Brazil Fast Food Corporation (BFFC), que detém marcas como Bob's, Pizza Hut e KFC, aceleram investimentos e a abertura de unidades no exterior. A rede Via Uno, que já tem 115 lojas em 25 países, deve abrir cerca de 40 unidades no exterior e entrar em mais um país este ano, desta vez a Austrália, onde abrirá duas lojas em outubro, além da possibilidade de abrir mais escritórios fora do País. A companhia, que nasceu como fabricante e passou por uma grande reestruturação para entrar no varejo, terminará o ano com mais lojas em outros países do que no Brasil, onde fechará com 135 unidades. Ao todo, a marca atingirá este ano pelo menos 337 lojas, frente às 267 unidades que tinha em 2009.

Segundo Alexandre Sá Pereira, diretor de Varejo do grupo e diretor de Internacionalização da Associação Brasileira de Franchising (ABF), a empresa, fundada em Novo Hamburgo (RS) em 1991, já exportava calçados e aproveita os parceiros internacionais que já possui para crescer com franquias também internacionalmente. Com o intuito de ampliar no exterior, escolheu 10 países, a que chama de G-10, nos quais deve aprofundar a expansão e realizar estudos.

O executivo explica que a marca já tinha o objetivo de ser global, mas o projeto de criar lojas surgiu só em 200; no ano seguinte contava com 100 unidades e tinha aberto sua primeira loja na Europa, registrando um dos crescimentos mais rápidos do varejo. "Queríamos fazer uma rápida transição de indústria para varejo e escolhemos o modelo de franquias para isso", disse Pereira, no 1º Fórum Internacional de Gestão de Redes de Franquias e Negócios, promovido pelas consultorias Bittencourt e GS&MD -Gouvêa de Souza, semana passada.

A empresa passou por um processo de terceirização; com a venda de suas fábricas, de 4.500 funcionários passou a ter apenas 260. Hoje, 55% do seu faturamento, que era 100% oriundo da venda a lojas multimarcas, vêm das franquias, e o restante, das multimarcas, além de exportar calçados para mais de 90 países, atividade que cresceu 40% no ano passado.

Para suportar esse crescimento, que no Brasil também abrirá mais 20 franquias, o grupo projeta aumentar em 10% a sua produção sobre 2009, mas afirma que os calçados são iguais tanto para o mercado interno quanto para o externo, com apenas pequenas alterações. "É um engano as pessoas acharem que o mercado lá fora é mais exigente do que o daqui; não é. Usamos o mesmo padrões. Deixamos até de entrar em alguns países, como a Rússia, para o qual precisaríamos modificar mais a fabricação."

A marca tem lojas até em países referência na moda, como a França, onde abrirá mais três unidades, chegando a seis franquias. Mas a maioria de suas unidades está na América Latina? no México, a empresa tem 20 lojas, no Chile, tem 18, e na Argentina, 15 unidades?, região em que um dos países que mais se destacam é o Chile. "Estamos com bastante sucesso lá. Mesmo com o terremoto, as vendas pararam por apenas uma semana, já voltaram ao normal, isso nos surpreendeu."

Ampliação

A BFFC afirma que investirá cerca de R\$ 100 milhões este ano e que entrará no ramo de cafeterias, além de prever contabilizar de 15 e 20 lojas no exterior, frente às seis que tem hoje, mantendo a possibilidade de entrar em outros países da América Latina. A meta geral do grupo? que faturou R\$ 700 milhões em 2009 e chegou a 700 pontos este ano? é faturar R\$ 1,5 bilhão e alcançar mil pontos-de-venda até 2011.

Ricardo Bomeny, presidente da holding, diz que a companhia enfoca dois projetos no exterior. Um deles é o Chile, onde já tem três franquias Bob's e deve abrir ao menos mais quatro este ano; o grupo fez um acordo com os donos da marca Doggis, sendo máster franqueador da Doggis no Brasil, enquanto a empresa chilena também é máster franqueadora do Bob's e responsável pelas aberturas. Outro foco é Angola, onde tem três Bobs's. "Em Angola serão

construídos novos shoppings. Vemos a possibilidade até de ir para o interior do país e outros países da América Central."

No Brasil devem abrir 150 unidades das marcas, frente aos 70 pontos abertos em 2009. Está em estudo a formatação da marca de cafeterias: hoje a empresa possui quatro unidades da cafeteria In Bocca al Luppo, criada pela antiga franqueadora da Pizza Hut e comprada pela BFFC, mas seu nome pode ser mudado.

Fonte: DCI, São Paulo, 20 abr. 2010, Primeiro Caderno, p. A9.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais