

Copa movimenta franquias no Brasil e no cenário exterior

Gleyma Lima

A realização de eventos esportivos como Copa do Mundo e Olimpíadas cria uma oportunidade para o setor de franquias. Hoje, as marcas atuantes no segmento se movimentam para conseguir espaço tanto no mercado interno como no externo. Marcas de franquias alimentícias, como Giraffas e Bonaparte, migram para os Estados Unidos para vender comida brasileira; paralelamente, outros países chegam aqui para sondar o setor.

Segundo o presidente da Associação Brasileira de Franchising (ABF), Ricardo Camargo, esta tendência já era esperada, tanto que a feira do setor que acontece este ano deve movimentar cerca de R\$ 500 milhões em negócios - o dobro do ano passado.

"Este será o momento que as pessoas terão para se conhecer e trocar informações. Devido aos dois grandes eventos mundiais de que o Brasil será sede, muitas pessoas estão interessadas em abocanhar uma parte desses lucros", explica o porta-voz.

O evento já conta com a confirmação de 13 delegações de entidades e empresários estrangeiros vindos de países como Uruguai, Rússia, Índia, China (Macau), México, Estados Unidos, Alemanha, Argentina, Portugal, Espanha, Grécia, África do Sul e Austrália. O interesse deles é expandir seus negócios por aqui e também levar as redes brasileiras para o mercado internacional. Atualmente, existem 68 redes brasileiras em atuação em 49 países.

Além disso, hoje o Brasil tem sua presença consolidada em países como Portugal, Estados Unidos e Angola por meio de franquias do setor de beleza e entretenimento, com 24%, e alimentação, com 19%, segundo dados da ABF.

Na América

O primeiro Giraffas de Miami será aberto no dia 25 de junho em uma área residencial da cidade, próxima ao Aventura Mall. Três outros pontos já estão em fase de finalização de contrato e o objetivo é chegar a cinco unidades até o fim de 2012.

A rede, que incluiu em seu cardápio o trio arroz, feijão e bife ainda em 1989, será a primeira cadeia brasileira a se aventurar no gigantesco mercado americano de fast-food.

Antes dos atentados terroristas de 11 de setembro de 2001, a rede brasileira de fast-food de comida árabe Habib's até ensaiou abrir lojas nos EUA, mas desistiu.

As churrascarias brasileiras, como a Fogo de Chão, já fazem sucesso no mercado americano, mas estão posicionadas em um segmento mais nobre, de renda mais elevada, que não compete diretamente com as grandes cadeias de fast-food, como McDonald's e Burger King.

No Brasil, o Giraffas ocupa a quarta posição no ranking das maiores redes de restaurante, com um faturamento de R\$ 520 milhões e 340 unidades em 2010.

Apelidada de "capital da América Latina", Miami possui um grande número de latinos, sobretudo de Cuba, pela proximidade com a ilha comunista, e do México. E é justamente esse público, cujos hábitos de consumo assemelham-se aos dos brasileiros, que o Giraffas prevê atrair com o seu modelo de negócio.

O tíquete médio do Giraffas, ou valor médio gasto por refeição, deve se situar em torno de US\$ 15 em Miami. No Brasil, esse valor está por volta de R\$ 17. Mas, nas redes de restaurantes com serviço completo, o tíquete gira em torno de US\$ 30 no mercado americano.

Quem também vai chegar este ano nos Estados Unidos será a marca e comida nordestina Bonaparte. Uma das redes de franquias que mais crescem no segmento de alimentação fora de casa no País, o Grupo Bonaparte está presente em 15 estados brasileiros e detém quatro

marcas de restaurantes: Bonaparte, Donatário, Galileu e Monalisa. A primeira franquia do Grupo Bonaparte na Bahia foi aberta em 2002, no Shopping Iguatemi, em Salvador.

Atualmente, existem outras 11 unidades no estado, presentes nos principais shoppings. Entre elas, oito são do restaurante Bonaparte, duas do Donatário, duas do Monalisa e uma do Galileu. As unidades estão nos municípios de Salvador, Itabuna, Vitória da Conquista e Feira de Santana.

Evento

De acordo com a ABF, a 20ª edição do evento contará com mais de 400 expositores, 13 delegações internacionais, público estimado de 45 mil visitantes e deve movimentar R\$ 130 milhões em negócios. "Até o ano que vem devemos superar a Franchise Expo Paris, que ocupa o primeiro lugar no ranking das maiores feiras de franquias do mundo", diz o presidente da ABF, Ricardo Bomeny.

O evento acontece de 8 a 11 de junho no Pavilhão Vermelho do Expo Center Norte na capital paulista.

Realizado pela Associação Brasileira de Franchising (ABF) e organizado pela Brazil Trade Shows (BTS), o evento tem como característica principal a geração de oportunidades de negócios em um setor que, no ano passado, faturou mais de R\$ 75 bilhões.

Fonte: DCI, São Paulo, 27 maio 2011, Primeiro Caderno, p. A8.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais