

Grupos brasileiros são maioria entre as holdings de franquias

Flávia Milhassi

No varejo brasileiro, mais precisamente no setor de franquias, por trás dos grandes players estão holdings formadas por grupos de investidores nacionais, o que é diferente do que se vê na liderança do setor supermercadista, onde as três maiores do mercado, por exemplo, têm capital estrangeiro no seu financiamento.

No franchising, as holdings que coordenam as marcas envolvidas são de capital nacional, sendo 41 os grupos que administram - alguns com a participação de bancos de investimentos - boa parte das 2.030 bandeiras operantes no Brasil, conforme apurou o DCI.

O foco de atuação desses grupos é maior na capital e no interior do Estado de São Paulo, segundo Ricardo Camargo, diretor-executivo da Associação Brasileira de Franchising (ABF). "São 41 os grupos que trabalham em conjunto com a entidade, tendo como foco maior de atuação e potencial de crescimento as áreas de alimentação e moda", disse.

Os maiores investidores são empresários paulistanos, mas as empresas que atuam no nordeste também têm pleiteado espaço do mercado nos últimos anos. "Quem tem procurado vir para São Paulo é o grupo Bonaparte, com nicho de atuação no fast-food [marcas Bonaparte, Galileu, Monalisa e Donatário], que já tem feito investidas por aqui", afirma Camargo.

A importância do grupo, fundado em Recife (PE), em 1996, é ressaltada pelo sócio-diretor da baStockler, Luís Henrique Stockler. "No nordeste eles são considerados o maior em franquias de alimentação. Eles têm operações também no Rio de Janeiro e, timidamente, em São Paulo."

Fato que deve ser destacado é que, dentre essas empresas - holdings e grupos que reúnem diversas marcas -, a grande maioria atua em mais de um nicho de mercado, o que ajuda a pulverizar as bandeiras por todos os estados brasileiros e atrair um número maior do que os especialistas chamam de franqueados profissionais - empresários que escolhem atuar em segmentos diferentes para ampliar seus ganhos.

"Ter um mix de opções mais diversificado faz com que esses conglomerados de empresas tenham uma atuação maior e consigam atender melhor, o que na maioria das vezes é seu foco principal, este é o franqueador profissional", enfatiza.

Camargo explicou que no Brasil não existem muitas holdings estrangeiras atuando no setor de franchising, pois é mais fácil crescer em outros países utilizando uma empresa nacional do que ter uma marca estrangeira.

"Marcas estrangeiras preferem crescer apostando mais em lojas próprias, ou pelo franqueador máster, como é o caso do McDonald's, que tem como representante da marca a empresa argentina Arcos Dourados", diz. "Outro fator a ser levado em consideração é que, com essa ampla atuação, além de atender o empresariado, esses players conseguem atingir um número maior de consumidores", completa.

Ainda segundo os especialistas, a probabilidade de se ter um número maior de empresas brasileiras que se unem e formam holdings e grupos é muito grande. "A intenção de unir operações dentro de uma mesma empresa é atingir todo o território nacional", diz Ricardo Camargo, diretor-executivo da ABF.

Grandes nomes

Dentre as empresas gigantes do setor está o Grupo Multi, que detém as marcas Wizard, Yázig, Skill, Alps, Quatrum, Microlins, SOS, Bit Company, People e Smartz (voltadas à educação e ao ensino profissionalizante).

Entre bons nomes, destaque para a SMZTO Participações, que atualmente envolve Instituto Embelleze, Estação BellezaPura, Casa do Sorvete Jundiá, Donna's Cozinha Criativa, Mixirica, OdontoCompany, Praquemarido, Multicanalidade, L'Entrecôte de Paris, Casa X e Protezione, além de negócios na área de tecnologia - NS Water [máquina de fazer água a partir do ar - H2O Pure] e Eaglesat [máquina geradora de ozônio]. Segundo José Carlos Semenzato, presidente da SMZTO Participações, a holding já surgiu no mercado como uma operação multissetorial. Ainda segundo ele, estão em análise a inserção de outras bandeiras ao conglomerado. "Aqui na SMZTO estamos sempre com negócios em análise. Neste momento temos mais de 10 negócios em estudo, dos quais pelo menos dois negócios devem nascer ainda este ano. Temos estrutura para administrar até 20 marcas. Porém, queremos qualidade, não quantidade."

No ano passado a empresa administradora de franquias faturou R\$ 150 milhões. Para este ano, prevê um setor ainda aquecido.

O segmento conta ainda com players como o Grupo Trigo, com as marcas de fast-food Spoleto, Domino's Pizza e Koni Store; o Grupo Prepara, com as operações Prepara Cursos, Aprenda Idiomas e Ensina Mais; o Grupo CRM, com as franquias Copenhagen e Chocolates Brasil Cacau - sendo esta a que mais cresce e quer ter 100 novas lojas neste ano.

Fonte: DCI, São Paulo, 8 ago. 2012, Finança & Mercados, p. B3.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins de publicação