

DATA – 26/03/2007

MÍDIA – Monitor Mercantil Digital

TEMA - “Venda do controle do Mc Donald’s no Brasil”

ENTREVISTADO – Kan Wakabayashi

Venda do controle do Mc Donald’s no Brasil

Reestruturação do setor de fast food

Analista acredita que haverá "tropicalização" da rede

A possível venda da rede McDonald's na América Latina para o Pactual Capital Partners vai causar a reestruturação do segmento de fast food no mercado brasileiro. A negociação envolve somente as lojas próprias da rede na América Latina e a gestão da marca. No Brasil, o McDonald's tem 544 restaurantes próprios. Para o consultor da Cypress Associates Kan Wakabayashi, a venda e o preço firmado representarão um sinal para o mercado dos próximos movimentos desse segmento. "A mudança na gestão do McDonald's vai trazer um processo de consolidação das cadeias menores", diz.

De acordo com Wakabayashi, em um curto espaço de tempo, o segmento deverá migrar de um modelo fragmentado, muitas empresas que faturam até R\$ 50 milhões para a concentração em organizações de grande porte multi-mercado (com faturamento na casa de R\$ 1 bilhão), ou seja, aquelas que atuam com diversas marcas em seu portfólio. Exemplos desse modelo são a ALSEA, no México, que administra o Burger King, o Starbucks e a Domino's Pizza; a YUM, nos Estados Unidos, que administra várias marcas conhecidas como Pizza Hut e KFC; e Gôndola, na Inglaterra.

O especialista diz que a causa do movimento é a mudança de gestão. "O processo de aquisição da rede McDonald's depende da capacidade do novo gestor de transformar a operação em algo rentável, privilegiando as necessidades locais", explica. A gestão atual foi marcada pela dificuldade do gestor em rentabilizar a operação. Com a dificuldade dos franqueados, o McDonald's precisou recomprar várias lojas e teve os ganhos reduzidos.

Na nova direção, será preciso rever o modelo, trazendo mais receitas à rede e a redução de custos. "Na maioria dos casos, o modelo definido pelo McDonald's levava em conta a realidade dos EUA. É preciso tornar a rede mais atraente para a América Latina, ou seja, tropicalizar o modelo", lembra.

O McDonald's foi uma das poucas redes de fast food que ingressou no Brasil e conseguiu se expandir. A mudança na gestão, que deve fazer a rede se tornar mais agressiva no mercado, irá gerar uma reação em cadeia das outras redes, o que acelera o processo de fusões e aquisições. O Bob's, por exemplo, já anunciou a compra do direito de exploração da KFC. "As cadeias ficarão mais fortalecidas", acredita Wakabayashi.

O Pactual, que está adquirindo a rede com vistas em investimento, tem três opções para se desfazer da aplicação mais tarde. A primeira é vender a uma outra rede que pretenda explorar o mercado latino americano. Vender a operação em pedaços, dividindo por países ou regiões ou fazer um IPO do McDonald's no Brasil. Essa última dependeria da aprovação da matriz norte-americana.