

DATA – 28/03/2007

MÍDIA – Gazeta Mercantil

TEMA - “Venda do Mc Donald’s provocará mudanças no setor”

ENTREVISTADO – Kan Wakabayashi

Venda do Mc Donald’s provocará mudanças no setor

SÃO PAULO, 28 de março de 2007 - O Pactual Capital Partners confirmou, na semana passada, que negocia a compra das operações da rede de fast food McDonald's na América Latina. A operação, estimada pelo mercado em US\$ 600 milhões, deve provocar mudanças no perfil do varejo de alimentação no Brasil.

SÃO PAULO, 28 de março de 2007 - O Pactual Capital Partners confirmou, na semana passada, que negocia a compra das operações da rede de fast food McDonald's na América Latina. A operação, estimada pelo mercado em US\$ 600 milhões, deve provocar mudanças no perfil do varejo de alimentação no Brasil. Com um possível fortalecimento da rede no País após a transação, concorrentes como o Bob's e a rede Giraffas deverão acelerar o crescimento para manter a competição que se acirrou nos últimos anos, o que resultaria em um processo de aglutinação do setor. A avaliação é do consultor em fusões e aquisições Kan Wakabayashi, da Cypress Associates.

'Caso o McDonald's se torne novo, vai entrar com uma força competitiva maior no mercado, com uma injeção de capital inclusive. E as empresas que estavam se aproveitando do momento ruim da rede vão enfrentar um McDonald's mais forte, o que significa que elas precisarão aumentar a sua competitividade', explica Wakabayashi.

O consultor lembra que, pelo modelo de negócios de franquias, a escala é fundamental, pois maximiza o pagamento de royalties e da verba de publicidade e propaganda, possibilitando à franqueadora oferecer um serviço melhor aos franqueados, e eleva os ganhos de compras, o que resulta em um resultado operacional melhor, uma vez que o custo da mercadoria vendida corresponde, em média, entre 28% e 30% da receita líquida de uma empresa de alimentação. Daí a necessidade de união de empresas menores.

'O caminho natural é que concorrentes agreguem diferentes marcas debaixo de um mesmo guarda-chuva. Ter, sob um mesmo CNPJ, vários segmentos de fast food para ganhar escala', afirma Wakabayashi. Esse modelo de negócios é bastante difundido no mercado norte-americano, onde a Yum! Brands, por exemplo, administra marcas como Kentucky Fried Chicken, mais conhecida como KFC, Pizza Hut e Taco Bell, entre outras. No México, a Alsea também trabalha neste modelo, com a gestão no país do Burger King, Starbucks e Domino's Pizza.

No Brasil, o Bob's saiu na frente nessa estratégia, com uma parceria com a Yum! Brands. A Brazil Fast Food Corporation (BFFC), proprietária do Bob's, recentemente adquiriu o direito de desenvolver e desenvolver a marca KFC no País. Segundo Wakabayashi, grandes redes de fast food como a Pizza Hut e o próprio KFC têm dificuldade em emplacar no Brasil pela falta de conhecimento de particularidades do mercado local. Por isso, a união também é interessante para a outra ponta do negócio - o dono da marca.

No caso do McDonald's, a procura por um comprador de suas operações no Brasil e América Latina também tem origem na falta de rentabilidade, que, por sua vez, está relacionada com um modelo específico de negócios adotado pela rede, envolvendo o aluguel de suas lojas, entre outros fatores. A matriz pretende substituir o modelo de franquia pela licença de desenvolvimento na América Latina até o final de 2008. O McDonald's possui hoje 544 restaurantes no Brasil, sendo 119 em sistema de franquia. Na América Latina, o número de lojas é de 2.300.

