

DATA – 28/03/2007

MÍDIA – Gazeta Mercantil

TEMA - “Lucro do Mc Donald’s na AL é 6 vezes menor que nos EUA”

ENTREVISTADO – Kan Wakabayashi

Lucro do Mc Donald’s na AL é 6 vezes menor que nos EUA

SÃO PAULO, 28 de março de 2007 - Com a substituição do modelo de franquia, no qual atua no Brasil, pela licença de desenvolvimento, a receita do McDonald's no País ficaria restrita ao recebimento de royalties, acabando com a relação direta que a rede tem com os franqueados. Números da empresa, levantados pelo consultor em fusões e aquisições Kan Wakabayashi, da Cypress Associates, mostram que o negócio do McDonald's na América Latina deixou de ser saudável há tempos. O lucro operacional médio anual de um restaurante da rede na América Latina é quase seis vezes menor do que o de uma loja norte-americana. Enquanto uma lanchonete latina tem lucro operacional de US\$ 35 mil por ano, em média, nos Estados Unidos este valor é de aproximadamente US\$ 200 mil.

Essa diferença de rentabilidade pode ser atribuída a fatores como a própria dinâmica do mercado, que observou o acirramento da competição nos últimos anos, problemas regionais isolados e à própria estratégia de negócios do McDonald's, que inclui investimentos no mercado imobiliário. Pelo modelo atual, no momento de abertura de uma franquia do McDonald's, a matriz oferece o imóvel ao franqueado, cujos investimentos se limitam a móveis, equipamentos, decoração, material de trabalho etc, dentro de moldes estipulados pela rede. Nesse caso, o franqueado paga o royalty pelo uso da marca e pelo modelo de negócios, além do aluguel pelo uso do imóvel. Já pelo novo modelo que o McDonald's pretende adotar, a rede não investirá mais na propriedade, eliminando o risco pelo não pagamento do aluguel, e passará a receber apenas os royalties.

Essa estratégia do McDonald's em lucrar com o aluguel das lojas causou problemas à rede no passado, deteriorando a relação entre franqueador e franqueado - este último insatisfeito com o valor pago pelo uso do imóvel, considerado muito elevado. Essa insatisfação resultou na compra do McDonald's de alguns restaurantes, que deixaram de ser franquias e se transformaram em lojas próprias. Desta forma, a rede deixou de obter a receita originária do recebimento dos aluguéis.

Hoje, enquanto os Estados Unidos respondem por aproximadamente 49% da margem operacional da rede em todo o mundo, que em 2006 totalizou R\$ 6,9 bilhões, a América Latina responde por apenas 4,2%. Ainda de acordo com os números colhidos por Wakabayashi, no ano passado os países latinos contribuíram com 1,2% do lucro líquido antes de impostos apurado pelo McDonald's no mundo, que ficou em US\$ 4,4 bilhões. Os Estados Unidos, que lucraram US\$ 2,65 bilhões no período, responderam por 60% do valor total. 'O McDonald's não consegue ter uma equação de custos sadia na América Latina, por isso o negócio deixou de ser interessante', afirma Wakabayashi.

A rede de fast food possui 1.656 lojas na América Latina, das quais 544 estão no Brasil. Destas, 119 estão em sistema de franquia. O plano de reestruturação da rede prevê a venda de 2.300 restaurantes na América Latina, Ásia e Oriente Médio, com a passagem do sistema de franquia para licença de desenvolvimento. Segundo a rede, foram investidos cerca de US\$ 3 bilhões nos 2.300 restaurantes que estão à venda, considerando US\$ 800 milhões de perdas com o câmbio. Para a América Latina, a compra das operações da rede deve ficar em US\$ 600 milhões, aproximadamente, segundo estimativas do mercado.