

DATA - 12/06/2007

MÍDIA – DCI

TEMA - “China in Box e Gendai anunciam fusão e nova rede para 2008”

ENTREVISTADO – Kan Wakabayashi

China in Box e Gendai anunciam fusão e nova rede para 2008

As redes de refeição rápida Chi- na in Box e Gendai anunciaram ontem que estão em processo de fusão, que será finalizada nos próximos dois meses e prevê a criação de uma nova bandeira de gastronomia asiática. Juntas, as duas empresas planejam abrir 90 lojas em três anos.

A fusão visa a aumentar a escala das redes e complementar as operações de cada uma delas. A China in Box atua no modelo de entrega com a marca homônima e com as bandeiras Brevitá e Teppan House e deve fechar o ano com 135 lojas. Já a Gendai opera esta bandeira e as marcas Domburi e Owan através de restaurantes em shoppings e deve chegar a 30 unidades.

A China in Box, que faturou R\$ 50 milhões em 2006, espera fazer melhores negociações com fornecedores e reduzir em 10% os custos com matéria-prima. "Com esta operação, teremos uma empresa mais robusta e aumentaremos nosso potencial de investimento", avalia Robinson Shiba, presidente da China in Box.

De acordo com especialistas do setor de franquias, no ramo de alimentação, o custo das matérias-primas pode representar até 30% do faturamento bruto das redes. "Esta redução será repassada aos franqueados e tornará as operações mais atraentes", afirma Kan Wakabayashi, diretor da Cypress Associates, empresa responsável pela estruturação financeira da operação, contratada junto com o Grupo Cherto, que cuidou dos aspectos mercadológicos e operacionais.

Na etapa atual do processo, as empresas passam por um processo de valoração, ou seja, estão sendo avaliadas para a definição da estrutura societária da nova empresa, com a participação acionária que cada rede terá na empresa. Também está em curso a implantação da nova empresa. Antes da fusão, o presidente da China in Box já possuía 33% de participação na Gendai. "Não podemos dar uma estimativa, mas a China in Box deve ser a majoritária", analisa o consultor financeiro.

Segundo o consultor, a prática será tendência entre as franquias que buscam se consolidar no mercado e ampliar seus ganhos. "Com uma estrutura maior, as franqueadoras obtêm mais ganhos com royalties [taxa cobrada pela prestação de serviços] e aumenta a captação de verbas de publicidade, o que possibilita aumentar a divulgação da marca", afirma Kan Wakabayashi.