

EMPREENDEDORISMO

Impulsionado pela busca da refeição terceirizada e da volta do presencial, o setor de alimentação deu um salto de 21,5% no ano passado em relação ao 3º trimestre de 2021

Franquias de comida apostam alto em 2023

» FERNANDA STRICKLAND

O mercado de franquias se tornou uma boa opção para quem quer investir ou buscar independência financeira em 2023. Segundo uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Franchising (ABF), em parceria com a BR Insights, no terceiro trimestre de 2022 o faturamento do setor foi 18,7% maior em comparação com o mesmo período do ano anterior. Dentre os 11 segmentos que mais expandiram, o ramo alimentício, que deu um salto de 21,5% em relação ao terceiro trimestre de 2021, ficou em segundo lugar.

A pesquisa aponta que o ramo foi impulsionado pela busca da praticidade da alimentação terceirizada, além do crescimento e comodidade do delivery. Segundo Tom Moreira Leite, presidente da ABF, “em 2022 tivemos um amplo retorno dos contatos presenciais, e ao longo de todo o período, inclusive com a retomada de hábitos como viagens e grandes eventos”.

Completa o pódio dos segmentos que registraram maior crescimento hotelaria e turismo (24,5%) e saúde, beleza e bem-estar (21,5%). Adir Ribeiro, CEO da Praxis Business, avalia que o crescimento específico desses setores tem ligação direta com o pós-pandemia. “Na alimentação food service (entrega), acredito que houve uma acomodação, um hábito que se sedimentou durante os anos de crise sanitária.”

Fonte de inspiração

Em franquias de alimentação, há várias possibilidades de investimentos. Uma que tem crescido do Brasil é a que busca inspiração na gastronomia estrangeira, como a Frango no Pote, que guarda semelhanças à maneira que o alimento é comercializado nos Estados Unidos. Em uma viagem ao país, Carlos Augusto Nepomuceno da Silva conheceu o frango frito vendido no balde. De volta ao Brasil, teve a ideia de “abrasileirar” o prato ao lado do filho, Carlos Augusto Jr.

Na churrasqueira de casa, em Brasília, desenvolveram uma marinada com temperos nacionais para temperar o frango, utilizando uma farinha exclusiva para empanar, e fritaram os primeiros pedaços. A receita de sucesso levou logo à abertura da primeira loja e à expansão dos negócios. Após 10 anos, completados em 2022, a rede conta com dezenas de lojas espalhadas por todo o país.

A inflação ao longo de 2022, mais alta principalmente no primeiro semestre do ano, e a volatilidade nos preços das matérias-primas foram os principais

Divulgação



Com o pai, Carlos Jr. “abrasileirou” o frango frito vendido no balde na churrasqueira de casa, em Brasília

Divulgação



Adriana Auriemo fundou a Nutty Bavarian com a tia, após provar as castanhas nos EUA, em 1996

desafios enfrentados pela companhia no ano passado. Isso, porém, não abalou o crescimento da marca. “Superamos com ajustes de cardápio e parcerias com novos fornecedores”, explicou Carlos Augusto Jr., atual CEO da Frango no Pote.

A rede viu seu faturamento chegar a R\$ 93 milhões em 2022, um crescimento de 60% em relação ao ano de 2021. Além dos ajustes necessários, Carlos mencionou como fatores importantes para esse resultado o fortalecimento do franqueado, o aumento do ticket médio, campanhas de incentivos com metas e tração de vendas.

Há uma década no mercado, a Frango no Pote inaugurou 10 novas unidades em 2022,

chegando a 75 franquias em operação. Para 2023, a meta é inaugurar mais 15 lojas, no Centro-Oeste e Sudeste. A previsão é alcançar uma receita de R\$ 125 milhões. “Acreditamos que este seja o ano da consolidação da marca”, afirmou o CEO. “Nesse sentido, os processos internos estão em revisão, para que o foco central seja sempre o sucesso de nosso franqueado e um suporte de ponta”, emendou.

Curva de crescimento

Também otimista, a ABF projeta para 2023 um crescimento entre 9,5% e 12% no faturamento, 10% em unidades, 4% em redes e de 10% no número de empregados diretos

do setor. “A nossa curva de crescimento, a expansão da base instalada e os investimentos e ajustes realizados nos últimos anos indicam uma trajetória positiva para o setor, ainda que tanto a pressão de custos quanto o consumidor com seu comportamento em constante transformação e o acesso a crédito dificultado sejam desafios que permanecem”, explicou o presidente da entidade, Moreira Leite.

Nesse sentido, enquanto representante de franchising, “a ABF continuará a buscar aprimoramentos no ambiente de negócios, com destaque para a reforma tributária, e linhas de crédito com condições facilitadas para o setor”, completou.

Investimento na inovação em food service

Outra empresa com raízes internacionais é a Nutty Bavarian. Em 1996, Adriana Auriemo conheceu as castanhas glaciaçadas em uma viagem aos Estados Unidos, durante um jogo de basquete. E lembrou que foi a tia dela, presente no passeio, quem quis trazer a ideia para o Brasil. “Ela comprou o equipamento e a matéria-prima para montar o primeiro quiosque da Nutty no Brasil, em Campos do Jordão, São Paulo. Foi um sucesso de vendas”, contou.

Como a tia não quis dar andamento aos negócios por razões pessoais, Adriana foi novamente aos EUA para conversar com o fundador da Nutty sobre trazer a marca de vez para o Brasil como máster franqueada. Descobriu, então, que não

se tratava de uma franquia, mas de um negócio de licenciamento. Ela comprou, então, a exclusividade de venda do produto, com a condição de abrir cinco pontos em cinco anos.

No primeiro ano de vida, a Nutty já tinha 20 operações próprias no país. A expansão por franquias começou em 1997, com a abertura de um quiosque no Rio de Janeiro. No ano passado, a rede alcançou um faturamento 62% maior do que o obtido em 2021; além de contabilizar 130 unidades em operação.

Entre os fatores que contribuíram para o crescimento da marca, Adriana elencou os novos formatos e canais para vender as castanhas. “Uma das apostas recentes foi a criação de uma nova linha voltada para food service,

com o produto Nutty Bavarian servindo como ingrediente para outras marcas, como Cacau Show, Biscoitê, Bacio di Latte e Tradicional Bolos”, apontou.

Degustação nas ruas

A Royal Trudel é outra franquia com inspiração de fora. Os irmãos Patrícia Turmina e Luis Turmina ouviram falar do Trudel pelos pais após uma viagem do casal pela Europa. O doce surgiu na Romênia e se espalhou pelo leste europeu. Os irmãos viram fotos da iguaria, acharam a apresentação bem curiosa e, mesmo sem ter experimentado, decidiram vendê-lo no Brasil.

Durante cinco meses, eles testaram várias receitas para chegar ao ponto ideal. A massa

é enrolada em um espeto e, depois, assada, para ser finalizada com muito recheio, doce de leite, chocolate e avelã, ao gosto do cliente.

A primeira loja foi montada em 2016, em Gramado, no Rio Grande do Sul. Como o consumidor não conhecia o doce romeno, a estratégia foi oferecer degustação nas ruas. Deu certo.

Depois de abrir a quinta unidade da rede, os irmãos resolveram franquear o negócio para facilitar a expansão. Como as lojas não têm garçom, o cliente retira o doce no próprio balcão, paga e pode levar para casa ou comer no local.

A Royal Trudel tem hoje 55 franquias e, segundo os donos, já vendeu mais de cinco milhões de doces. (FS)

Brasil S/A

por Antonio Machado



machado@cidadebiz.com.br

Briga é para vencer

A discussão acalorada sobre os juros altos no Brasil, atizada pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) ao cobrar as razões de o Banco Central anunciar que a taxa básica real recorde no mundo continuaria assim até 2024, esfriou graças à turma do deixadismo, capitaneada pelo ministro da Fazenda, Fernando Haddad. Lula cedeu, mas não à força dos argumentos, e, sim, pelo receio de recrudescer sem dispor de uma sólida base parlamentar, encontrar no empresariado disposição de comprar essa briga e, com até maior peso, faltar-lhe um programa alternativo ao que está aí.

Tudo decidido e nada resolvido, como febre tratada com banho frio.

O debate sobre as razões da elevadíssima taxa Selic definida pelo BC é correto no mérito. Errado foi o caminho que ele tomou. Lula abriu a discussão criticando a autonomia operacional do BC, aprovada em lei em fevereiro de 2021, e a meta de inflação, que seria muito baixa.

No frígido dos ovos, ele não tem votos no Congresso para aprovar algo em desacordo com os interesses dos presidentes da Câmara e do Senado e de seus aliados nos partidos. E elevar a meta de inflação (de 3,25% este ano e 3% em 2024), embora factível, pois decisão não do BC, mas do governo representado pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), não implica queda imediata da Selic — desde agosto em 13,75%, contra 5,7% da inflação medida pelo IPCA no acumulado em 12 meses até janeiro.

A discussão realmente necessária não conflita com a autonomia do BC, não depende de votação no Congresso e é o que mais precisa a miríade de empresas de todos os portes sufocadas pela venenosa combinação de juros altos e aperto de crédito agravado pela crise da Americanas.

Peguemos a Selic: saiu de 2% ao ano em fevereiro de 2021 para 13,75% em agosto de 2022 e assim vem se mantendo. Mas a inflação em 12 meses, no mesmo período, subiu de 5,20% até o pico de 12,13% em abril do ano passado e depois passou a desinflar, chegando em janeiro a 5,77%.

Chama atenção o enorme diferencial entre a taxa de juro de um dia, ou overnight, definida pelo BC e a inflação corrente, resultando na maior taxa real (tirando a inflação) do mundo, 7,5%. Precisa ser esse exagero para vergar a inflação? É isso o que Lula quer saber.

Fazendo mais com menos juro

A volta da inflação se deu em escala global, refletindo a quebra das cadeias de produção no mundo devido à parada de fábricas e lockdowns, especialmente na China, como resposta à pandemia da covid-19, que se acumulou com a invasão da Ucrânia pela Rússia, impactando os preços de grãos, gás e petróleo. O vírus e o Napoleão russo não pouparam nenhum país.

A prioridade global tem sido ditada pelo alta de juros pelos bancos centrais para desacelerar a atividade econômica via encaucamento do crédito, gerando contração de demanda, redução de emprego, portanto, da renda disponível para consumo e, no limite, alguma recessão. Esse é o encadeamento da cartilha monetária para o estresse da inflação.

Os bancos centrais tentam trazer a inflação para a meta estipulada, em geral de 2% ao ano nas economias desenvolvidas, com o menor ônus para a atividade produtiva e o bem-estar. Assim tem sido até agora.

Na Inglaterra, um dos países mais espancados pela inflação, agravada pela seqüela do Brexit sobre o dinamismo econômico, o índice de preço ao consumidor vem recuando do pico de 11,1% em outubro, o maior nível em 41 anos, para 10,5% em dezembro e 10,1% em janeiro. A expectativa do Banco da Inglaterra é que caia para 4% no fim do ano. E com qual taxa equivalente à nossa Selic? Está em 4%, a maior em 14 anos, pode ir até 5%, bem abaixo da inflação, mas suficiente para desinchar-la.

Nos EUA, a gritaria contra o arrocho monetário do Fed turva a visão de que a taxa do overnight poderá atingir 5% a 5,5%, estando hoje em 4,5% a 4,75%, bem abaixo da inflação de 6,4% em janeiro, e parar de subir. Bastaria este nível de juros para a inflação fechar 2023 com alta de 2,5%, segundo o FMI, versus 6,7% em 2022.

Somos todos ouvidos

No resto do mundo, afora Argentina, Venezuela e Turquia, todos com inflação galopante por razões próprias, os índices de preços têm viés desinflacionário e juro negativo. Leia-se: abaixo da inflação.

Só em casos excepcionais os bancos centrais elevam a taxa de juro básica acima da inflação, e a mantêm abaixo do crescimento nominal do PIB para cumprir o mandato dual de buscar estabilidade de preços com nível máximo de emprego. Não é o que acontece conosco.

Os apóstolos da infalibilidade do BC desfiam uma penca de razões para tentar justificar a excepcionalidade de a Selic correr sempre acima da inflação, e bota “acima” nos últimos meses. A alegação básica é de que haveria risco fiscal. Qual seria, se a dívida líquida, subtraindo as reservas de divisas, portanto, ativo do país, é pouco acima de 50% do PIB, não de 73%, no conceito de dívida bruta? O déficit primário das contas públicas, que exclui os juros, está projetado entre 1,1% e 1,3% do PIB no biênio 2023-24. Seria terrorismo?

Falam também que nosso Banco Central adota o índice cheio como meta e não a sua variante expurgada dos preços mais voláteis de comida e energia, como fazem Fed, BCE, BoE etc. Criticam a indexação. Ok, tudo é precedente. Então, cabe ao BC de Roberto Campos Neto e ao Ministério da Fazenda de Haddad dizer a Lula, e a nós, o que estão fazendo para corrigir tais distorções, e elas são muitas. Somos todos ouvidos.

O resumo é que há um estudo de alto nível a fazer sobre os juros. E o debate está interdito, impedindo por razões não muito claras para a maioria o desenvolvimento à larga do país. É grave, sobretudo hoje.

É sabido que muitas empresas saudáveis agonizam pelos juros e pelo aperto de crédito, sem que haja uma ação coordenada para superar um aperto nocivo à paz social. Assim se fez em 2009, quando, no rastro da grande crise de 2008, meia centena dos maiores grupos nacionais foi à breca e uma corajosa e silenciosa força tarefa de bancos privados e estatais renegociou dívidas na casa de bilhões de reais, sem o aporte de dinheiros públicos. É função do governo coordenar emergências.

No fim, ficou do bate-boca sobre os juros a impressão de que a parte financista agiu para preservar o BC e isolar o presidente, mostrado ora como populista, ora como ressentido, devendo caber aos que lhe são próximos moderar os seus ímpetos. E como ficamos? Vai uma dica.

A economia, que já representou 3,2% do PIB mundial, deve ter chegado em 2022 com menos de 2%. Se tivesse mantida a fatia do PIB global de 1980, seu porte atual equivaleria a cerca de US\$ 3 trilhões, não US\$ 1,9 trilhão como previsto para 2022. A renda per capita seria próxima à de Portugal, US\$ 22.500, não de US\$ 8.900.

Sem tais metas, seguiremos reféns de “excesso” de juros, dependente de commodities e da China e estagnados como nação. Queremos isso?