

30/08/2018 - 05:00

## Burger King deve acelerar ritmo de abertura de lojas no Brasil

Por **Adriana Mattos**

O Burger King terá que triplicar, até dezembro, o volume de aberturas da primeira metade do ano para atingir a marca de 90 a 100 inaugurações em 2018. A empresa não informa estimativas, mas internamente, tem trabalhado com projeção de cerca de uma centena de novos pontos no ano no país, apurou o **Valor**.

Na primeira metade de 2018, foram 25 inaugurações. Parte dos recursos da abertura de capital do BK Brasil, master-franqueado do Burger King Corporation e da rede Popeyes, têm sido investidos nas inaugurações de pontos próprios. O BK levantou R\$ 2,2 bilhões em uma oferta pública em dezembro e, em junho, tinha em caixa R\$ 650 milhões.



*José Cil mantém a confiança mesmo nas crises: "É difícil entregar um bom serviço se ficar pensando nas instabilidades"*

Se alcançar esse patamar de aberturas em 2018, repetirá os níveis históricos de 2015 e 2017, quando pouco mais de cem unidades foram abertas, entre próprias e franquias. A rede tinha em junho 717 restaurantes e 223 quiosques de sobremesas.

Em viagem ao Brasil nesta semana, o presidente mundial do Burger King, José Cil, participou da inauguração da loja número 2 mil do grupo na América Latina, e disse que projetos de investimento no país serão mantidos - apesar do período de maior instabilidade política. Isso inclui as estimativas de aberturas no ano.

Em cenários econômicos difíceis, as marcas costumam reduzir investimentos para proteger o caixa. Segundo Cil, não é o caso do Burger King. "O mais importante é proteger os consumidores e o que eles [concorrentes] querem proteger é margem e o P&L [demonstrativo de resultados das empresas]", disse, na segunda-feira, durante a abertura da unidade em Guarulhos (SP).

"Nós vamos abrir restaurante, se preciso for, até em dezembro", disse Iuri Miranda, presidente do BK Brasil. Em geral, as redes evitam inaugurações no último mês do ano por causa do Natal - como é o período mais forte de vendas para o varejo, não querem correr o risco de desviar a atenção da equipe com outros projetos, como a montagem de um novo ponto.

A unidade aberta em Guarulhos esta semana opera no formato "garden grill", modelo mais moderno criado há dois anos, com novo layout e sistema de autoatendimento.

A rival McDonald's, cuja operação no Brasil é feita pela Arcos Dorados, aumentou menos a sua base de lojas no país no primeiro semestre. A rede tem 933 restaurantes e abriu seis de janeiro a junho, abaixo da média de anos anteriores. O foco desde o ano passado tem sido a reforma de pontos para seu novo formato, que inclui também autoatendimento. No Brasil, o McDonald's é uma operação mais madura que o Burger King - logo, com taxas de crescimento mais baixas e, desde 2017, com menos aberturas.

Para a América Latina, a previsão do McDonald's é de 65 a 70 inaugurações ao ano. Ao todo, o plano contempla 200 novas unidades entre 2017 e 2019. Apesar do volume mais discreto de aberturas até agora, a empresa afirma que a maior parte dessa nova leva de lojas na região deve ser instalada no Brasil.

As inaugurações das redes crescem em importância porque elas têm garantido o aumento mais acelerado nas vendas e maior diluição de despesas num período de maiores pressões nos resultados do setor.

No Burger King, as vendas de lojas antigas (com mais de um ano de operação) não cresceram de abril a junho, afetadas pela greve dos caminhoneiros. Mas as vendas totais, que incluem pontos novos e antigos, subiram 9% - essa taxa exclui receita com aquisição, segundo cálculos do BTG Pactual.

No McDonald's, as vendas de lojas com mais de um ano caíram 1% e no total, o desempenho de antigas e novas ficou estável de abril a junho.

Segundo Cil, pesquisa feita pelo Burger King em mais de 30 países mostrou uma particularidade sobre os brasileiros. "Em geral, os consumidores definem onde vão comer com base em três aspectos. Na conveniência, ou seja, no acesso ao ponto, naquilo que recebem em relação ao valor pago e no sabor da comida. No Brasil, é primordialmente, o acesso [à loja] e sabor da comida", diz o executivo, no cargo de CEO global há quase quatro anos.

Pelos planos da rede, metade das lojas próprias que o BK Brasil planeja inaugurar neste ano no país serão pontos nas ruas, maior índice desde que a 3G Capital virou maior acionista da rede no mundo, em 2010. Hoje, cerca de 20% das unidades estão nas ruas. Nesses locais, a empresa tem maior autonomia de funcionamento que em shoppings e maior visibilidade, o que abre espaço para a rede trabalhar ações comerciais e de marketing mais completas, de produtos muitas vezes com maior rentabilidade.

A margem Ebitda da operação brasileira caiu três pontos, de 11,5% para 8,5%, de abril a junho (no semestre o recuo foi de um ponto percentual). Miranda disse que a redução foi um reflexo pontual da greve dos caminhoneiros e da Copa do Mundo. "A greve afetou a todos, não é algo que dava para controlar. E quanto à Copa, o efeito foi maior do que prevíamos. A queda de tráfego aconteceu não só nos jogos do Brasil, mas em outras partidas", disse. "Após esses eventos voltamos ao mesmo nível [de vendas] registrado anteriormente".

Sobre o aumento nos riscos em países emergentes, como o Brasil, Cil diz que "é difícil entregar um bom serviço se [a empresa] ficar pensando nas instabilidades". "Nós estávamos na Europa em 2008, 2009 e 2010 [anos de crise financeira] e fomos rentáveis. Mesmo nessas horas, as pessoas querem sair e passar um momento juntas", afirma.

Para trazer esse cliente para a loja, a empresa mantém há dois anos a promoção de R\$ 15 (menos de US\$ 4) na compra de dois sanduíches da oferta. Nos EUA, são dois por US\$ 10 (cerca de R\$ 40).

Nas últimas semanas, a empresa confirmou a abertura no país da primeira unidade da rede de frango frito Popeyes, no quarto trimestre. O BK Brasil é o master franqueado da cadeia.

A primeira abertura deve ocorrer num shopping em São Paulo, em outubro, apurou o **Valor**. A empresa não comenta essa informação. Popeyes e Burger King são marcas do grupo Restaurant Brands International (RBI), cujo maior acionista é a 3G Capital. O Burger King Corporation (BKC) tem 10,1% do capital do BK Brasil. E o BKC pertence à RBI.

Questionado sobre a possibilidade de o BK Brasil também trazer ao país a rede de cafeterias Tim Hortons, outra marca da RBI, Miranda diz que não há negociações neste sentido hoje. Ele contou que o grupo chegou a olhar a cadeia de pizzarias Domino's no Brasil, mas as conversas não avançaram.

"Nós passamos dois anos avaliando eventuais negócios para o BK dentro de um modelo em que pudéssemos ter o controle do desenvolvimento da rede, por meio de expansão própria, que é o que estamos acostumados. A gente analisou [a Domino's], mas a Popeyes foi uma oportunidade melhor", disse. A Domino's foi adquirida pela gestora Vinci em junho. Um fundo da Vinci é sócio do BK, mas não há relação entre as redes Domino's e Burger King no país.

No mundo, circularam informações no mercado no começo de 2018 a respeito de uma eventual fusão das duas marcas. Perguntado sobre o assunto, Cil diz apenas que a companhia não comenta especulações.