



OPERAÇÃO PRÓPRIA

REDE DE CHURRASCARIAS PREFERE MODELO DE GESTÃO DIRETA E O FATURAMENTO SÓ CRESCE

Edival Antônio Spricigo

Nelson Tucci

A D´Brescia terá a nona loja ainda em agosto, mas não vai parar por aí.

Redação

A té aqui a aposta parece certa. Da operação ao faturamento milionário, a rede D´Brescia mira R\$ 250 milhões com oito churrascarias próprias. Em um disputado mercado no qual muitas redes crescem por franquias, a D´Brescia Churrascaria aposta em outro caminho: expansão com operação própria, o que permite maior controle de qualidade e gestão. Com oito unidades em operação em São Paulo, Guarulhos, Santo André e São Bernardo do Campo, até o final de agosto deverá inaugurar sua nova loja, no lado oeste da cidade de São Paulo. E, muito brevemente, pelo jeito, quem estiver em Orlando, nos Estados Unidos, também poderá conferir a qualidade da marca.

O ambiente é limpo, leve e aprazível. Facinho de se `farnar aura`, por exemplo. Sermos recebidos pelo dono é um privilégio. Não apenas nosso, na verdade, porque o Edival Antônio Spricigo, mais conhecido por “Faxa”, está sempre à porta de uma de suas lojas cumprimentando pessoas e distribuindo sorrisos. E foi numa dessas sextas-feiras que aceitamos o convite para conhecer a casa. Logo nos sentamos à mesa e tivemos tempo de sentir o ambiente da churrascaria. Não demora e logo os garçons programados para servir, com elegância e simpatia, aparecem. Antes os pratos frios, no buffet, fazendo valer a pena o visual e o paladar.

Logo aparece o Faxa em nossa mesa. Um homem alto, simpático, de olhar vivo, inquieto, que conversa bem, mostrando que a vida lhe ensinou muito, abrindo-lhe a visão. Em poucas palavras, descobrimos uma águia ao nosso lado, de olhar e raciocínio certos, embora a figura represente ao longe alguém mais desligado, que a qualquer momento vai te convidar para uma conversa bem amena, na sacada. Com a mesma naturalidade



“Temos parceria com alguns bancos, que nos disponibilizam o crédito. Daí em diante a operação se paga.

que fala sobre a vida – casado, cinco filhos, três dos quais já trabalhando com ele, em funções diversas, sem privilégios – conta-nos que adquiriu recentemente uma antiga churrascaria na avenida Marquês de S. Vicente, zona oeste da Capital. Ora em reforma, deverá abrir as portas até o final deste mês.

Com a nona loja aberta já é hora de pensar em criar franquia, abrir o capital na Bolsa, ou estancar o crescimento? Nenhuma das anteriores. Os sócios Edival e Cleber Broch apostam no controle centralizado ainda e admitem ter fôlego para gerir até 20 lojas. Edival, nascido no oeste catarinense, foi faxineiro aos 19, 20 anos, em São Paulo, depois passou a operador e então empresário. Encontrou pela vida o engenheiro Cleber Broch, hoje com duas décadas de atuação em administração de shoppings e investimentos imobiliários, no Brasil e nos Estados Unidos. Na divisão de trabalho, Faxa toma conta da operação – ele faz questão de rodar todas as lojas, partidário da máxima de que “o olho do dono é o que faz o boi engordar” – e o Cleber cuida da gestão financeira da rede. Atualmente são 600 colaboradores diretos servindo 110 mil refeições, abastecidas por 100 toneladas de carnes/mês. Destas, 90% têm o selo Marfrig.

-- A adoção do vegetarianismo, por parte da população, e o crescimento do mercado vegano não preocupa o dono de churrascaria? – perguntamos.

-- Em absoluto, pois em uma família de 10 pessoas, no Brasil, pelo menos 9 comem carne – diz o empresário, acrescentando: “Nem essa onda do Mounjaro também. Não atrapalha em nada”.

A D´Brescia sabe aonde quer chegar. Atualmente são nove lojas (contando a que será inaugurada) e breve podem ser inseridas mais duas na Grande São Paulo: uma no Jardim Anália Franco (Alto do Tatuapé, na Zona Leste) e outra em Alphaville (cidade de Barueri, Zona Oeste da Região Metropolitana). Enquanto isso, vai mapeando as terras do Mickey, para a primeira filial internacional. Os investimentos – a exemplo do que fez nos últimos meses, R\$ 20 milhões em duas novas lojas, mais R\$ 18 milhões em S. Bernardo do Campo – são resultado de operações financeiras bem elaboradas. “Temos parceria com alguns bancos, que nos disponibilizam o crédito. Daí em diante a operação se paga”, conta Faxa.

O próximo passo é a implantação de um moderno Centro de Distribuição (CD), que proporcionará maior controle e gestão da distribuição dos produtos, padronização dos processos logísticos e ganho de eficiência operacional, com o objetivo de reduzir o Custo da Mercadoria Vendida (CMV). Paralelamente, a rede seguirá investindo na modernização e reforma das unidades existentes, oferecendo ambientes cada vez mais modernos e confortáveis, fortalecendo a experiência e valorizando a fidelidade de seus clientes.

