

BLOG [INVISTA FRANQUIA](#)

Franquias de Sucesso: McDonalds

O Mc Donalds está listado dentre as 10 marcas mais valiosas do mundo, segundo a Interbrands. Para o **empreendedor** muito ramos podem proporcionar **negócios lucrativos** para ganhar dinheiro numa escala ainda maior, dependendo de **como investir**. Afinal, quem não conhece a marca ou nunca pensou em começar a investir primeiramente por **franquias de sucesso**, como uma **franquia McDonalds**?



Este artigo, conta um pouco da história, curiosidades e números interessantes, caso um dia a rede volte a abrir vendas para novos franqueados. Isso mesmo, atualmente, o McDonalds não está aceitando novos franqueados, mas isso não significa que no futuro, ela não volte a dar estas oportunidades.

Dados que a colocam no patamar de negócios lucrativos

A companhia está presente em cerca de 120 países, com mais de 34.000 lojas ao redor do mundo, com vendas perto de 550 milhões de Big Mac anualmente e servindo por dia cerca de 65 milhões de clientes. Tamanha abrangência fez com que o McDonalds se tornasse um dos símbolos do capitalismo internacional, sem mencionar que o seu sanduíche mais famoso, o Big Mac, tem até um índice elaborado pela The Economist, que serve para analisar se uma moeda está mais ou menos valorizada em relação ao dólar, assim, são comparados os preços do Big Mac dos EUA em relação ao valor do mesmo em outros países. Ainda Segundo a Interbrands o valor da marca atualmente é de US\$ 42.254 bilhões.

Já foi eleita pelo Great Place to Work Institute (GPTW) no ranking das cem melhores empresas para se trabalhar no Brasil, ou seja, trabalhadores estão satisfeitos o que se traduz em otimização e qualidade no trabalho.

Esses dados já fazem da marca um exemplo perfeito para estar enquadrado entre as **franquias de sucesso** mundialmente e nacionalmente.

História

Muitos atribuem e acham que a história começou com Ray Kroc em 1955, mas na verdade a ideia foi iniciada pelos irmãos Richard e Maurice McDonald em 1937, em Arcádia, na Califórnia. No começo, eles vendiam principalmente churrasco, mas notaram que a saída de sanduíches era maior e, com está informação dada pelo mercado, optaram por mudar os rumos dos negócios e aprenderam **como investir** de forma mais inteligente, otimizando

processos e adotando diferenciais como visitação à cozinha e criando setores responsáveis por cada seção para dar mais organização e agilidade.

A partir de 1953, esta história de **empreendedorismo** começou a criar um dos **negócios lucrativos** mais conhecidos da história de **franquias de sucesso**. Pois, neste ano começaram a expandir pelo modelo de **franchising**.

Então em 1954, um vendedor de máquinas de milk-shake, Ray Kroc, enxerga uma perspectiva diferente sobre a marca durante uma visita comercial. Primeiramente, ele foi para vender os produtos de uma marca adquirida por ele, mas se entusiasmou com o negócio e ofereceu uma proposta diferenciada aos irmãos McDonald para começar a **investir em franquias** fora do local original, e dando permissão contratual para que ele encontrasse novos locais para muitas outras filiais, além de propor padronização em relação à identidade da marca. O que significa que conhecia de marketing e da importância da marca e dos padrões, o que profissionalizou o negócio.

Em 1955, Ray Kroc funda em Illinois, EUA, sua primeira franquia McDonalds que oferecia ambiente aconchegante e limpo. O primeiro dia de vendas foi um marco importante no ramo alimentício devido ao lucro gerado pelas vendas. Esse fator foi decisivo para atribuírem a marca mais a Ray Kroc do que aos irmãos McDonalds.

No ano seguinte, expandiu mais 20 redes e em 1958 atingiu a marca de 100 milhões de hambúrgueres vendidos. Poucos anos depois, Ray Kroc, se juntou com investidores e levantou US\$ 2.7 milhões para comprar a parte dos irmãos McDonalds. Com a marca em suas mãos, começou a trabalhar no conceito e novos padrões que deveriam ser replicados em toda a rede.

Em 1967, um franqueado da Pensilvânia, Jim Delligatti, criou o ícone no que se refere aos lanches da marca: Big Mac, o campeão de vendas.

Na década de 70, a expansão mundial começou inicialmente na Europa.

A partir do ano 2000, a marca teve que se reinventar com os novos conceitos de alimentação saudável chegando na mídia e ganhando força rapidamente. A solução: usar cardápios com saladas e frutas, além de colocar a informação nutricional de todos os lanches.

Hoje a marca continua forte como nunca com diversos ambientes e modalidades de serviços como comer no balcão ou pedir o lanche pelo Drive Thru. Possui também McCafés e ações em prol da sociedade como o McDia Feliz e o Instituto Ronald McDonald já tão conhecidos pelas pessoas.

Curiosidades Franquia McDonalds

No Brasil, a história se iniciou em 1979, em Copacabana –RJ. O investimento se traduziu em exemplo de **negócios lucrativos** mais uma vez, quando as vendas do Big Mac ultrapassaram 50 milhões de unidades. São mais de 1.100 franchisings no País com cerca de 1,5 milhão de clientes por dia. São Paulo recebeu a primeira **franquia** em 1981.

Na década de 60, devido à rivalidade entre Ronald McDonald e Mickey Mouse da Walt Disney, cogitou-se a hipótese de criar um parque temático que, “graças a Deus”, não foi levada a cabo.

Se houvesse acontecido, seria um case de sucesso de como investir em algo que dificilmente daria certo, fora que, particularmente falando, o palhaço Ronald é meio bizarro. No entanto, essa ideia deu origem a algo mais modesto, porém com maior probabilidade de sucesso: áreas de lazer com os personagens no qual era criado um “mundo alternativo” de alimentação com entretenimento.

Antes de Ronald, havia outro mascote chamado Speedee.

No mundo, seus lanches são diferenciados de acordo com cada País ou cultura local. Por exemplo, na Índia, onde a vaca é um animal sagrado, os lanches são feitos com vegetais ou carne de carneiro. No Brasil, a exclusividade é o Cheddar McMelt.



No Japão, o cachorro quente é servido no menu do café da manhã. Nos EUA e Europa, a sopa está no cardápio. Além disso, já imaginou comer macarrão com molho de tomate no McDonalds? Depois que serviram PF de arroz e feijão no Brasil, não seria de se espantar. Enfim, a macarronada está no menu de Japão, Filipinas e, obviamente, Itália.

Como investir numa franquia McDonalds

Atualmente, no Brasil, a marca é administrada pela máster franqueada Arcos Dourados e não estão aceitando novos franqueados, provavelmente, por motivos estratégicos. Quando a possibilidade existia, o modelo era um pouco diferente de outras cadeias de fast-food, pois além das taxas de franquia, recursos e porcentagem sobre vendas, era necessário pagar aluguel (vinculado ao número de vendas).

Ainda para ter apenas uma noção, abaixo há valores que eram utilizados para franqueadores antes de fecharem para novos franqueados.

Investimento inicial: Entre R\$ 1,2 milhão e 2,5 milhões

Taxa de Franquia: R\$ 75.000 a 85.000

Capital para instalação: R\$ 500.000

Taxa Mensal de Franquia (Royalties): R\$ 5%

Fundo de Propaganda: 4,3%

Retorno: 5 a 7 meses

Faturamento estimado: mais de R\$ 550.000

Artigo escrito por Albert Takahashi do [Invista Franquia \(www.invistafranquia.com.br\)](http://www.invistafranquia.com.br)