

1º  
LUGAR

REI DO MATE  
CAFETERIA E CONFEITARIA

# A hora do chá

Nascida no coração da cidade de São Paulo, Rei do Mate já atinge 16 estados e pretende abrir 30 lojas por ano **POR MANUEL ALVES FILHO**

**A** loja de camisetas do descendente de sírios Kalil Nasraui ia muito bem, obrigado, lá pelo final dos anos 70, quando ele cruzou a avenida Ipiranga na altura da rua São João e sentiu alguma coisa diferente. Não foi nada no coração, como suspeitaria Caetano Veloso, autor da música (“Sampa”) que eternizou a esquina no imaginário popular. O que de fato chamou a atenção do comerciante foi o intenso e constante movimento de uma casa de mate instalada naquelas imediações.

Com o espírito empreendedor correndo nas veias, Nasraui propôs ao dono entrar como sócio no negócio, que existia desde os anos 1950. Ouviu um não como resposta mas não desistiu de explorar a sede paulistana: em 1978, abriu seu próprio estabelecimento especializado na bebida derivada da erva-mate. Batizou o negócio de Rei do Mate ([www.reidomate.com.br](http://www.reidomate.com.br)) e, pouco tempo depois, já tinha uma segunda loja em funcionamento no mesmo quarteirão. Uma terceira unidade, também no centro de São Paulo, completou a rede que operou durante toda a década seguinte.

O processo de expansão que levou a empresa a registrar 280 unidades e R\$ 110 milhões de faturamento em 2009 – e, por tabela, a conquistar o primeiro lugar na categoria Cafete-

ria e Confeitaria do **Guia de Franquias** – começou em 1991. Foi quando o filho de Nasraui, Antônio Carlos, resolveu estudar o sistema de franquias como trabalho de conclusão do curso de Economia na PUC de São Paulo. “O mercado ainda engatinhava no Brasil”, afirma Antônio Carlos, hoje o principal executivo da rede. “Fiz uma pesquisa acadêmica que acabou virando negócio.”

Para tornar a Rei do Mate mais atraente aos eventuais parceiros, o empresário incrementou o mix de produtos. Inicialmente, 40 novas opções de mate foram incluídas no cardápio (antes, eram apenas sete possibilidades). Um pouco depois, a Rei do Mate passou a vender lanches e salgados.

A primeira franquia foi inaugurada em 1992, no Shopping Penha, na zona Leste de São Paulo. “A partir daí, crescemos muito rapidamente”, afirma Antônio Carlos. Hoje, 20 milhões de pessoas são servidas mensalmente nas lojas do Rei do Mate, espalhadas por 16 estados. A cada 30 dias, são consumidos 1,2 milhão de copos de mate, 400 mil xícaras de café expresso e 6 milhões de minipães de queijo. O pão de queijo da Rei do Mate é mini porque a rede criou uma forma diferente de degustar a iguaria mineira: no copo, em porções de 12 unidades. “É o que chamamos de copo de pão. É muito comum ver as pessoas andando com eles nos shoppings onde há lojas nossas instaladas.”

Um grande desafio no processo de expansão da rede foi transformar uma marca criada num ponto tradicional e bastante popular da capital paulista em algo atraente para o público de shopping centers. “Foi um trabalho árduo, mas que deu resultado”, diz Antônio Carlos, que considera a empresa fundadora de um

AS MELHORES  
FRANQUIAS  
DO BRASIL



2010  
Empresas  
Negócios

**REI DO MATE**

NÚMERO DE LOJAS  
**280**

FATURAMENTO  
**R\$ 110 milhões**

CAPITAL INICIAL  
**R\$ 200.000**

CAPITAL DE GIRO  
**R\$ 15.000**

TAXA DE FRANQUIA  
**R\$ 25.000**

REI DO MATE  
CAFETERIA E CONFEITARIA



novo nicho de mercado. “Não existiam casas de mate no Brasil. Hoje, muita gente tenta copiar.” O empresário desconversa, mas a crítica serve com perfeição no figurino da campeã do **Guia de Franquias** do ano passado e segunda colocada da presente edição, a carioca MegaMatte. Criada em 1997, a concorrente da Rei do Mate vem experimentando um rápido crescimento, também tendo as franquias como carro-chefe, e já conta com 56 lojas em operação no Brasil.

Há dois anos, a Rei do Mate passou por uma profunda reformulação. As mudanças atingiram desde a logomarca (que foi modernizada, mas manteve a coroa real como seu principal ícone) até o posicionamento estratégico da empresa, que passou a se identificar com o estilo de vida saudável.

A fim de deixar isso claro, o cardápio sofreu modificações para privilegiar alimentos naturais. É uma preocupação que não existia lá no final da década de 70, quando Kalil Nasraui abriu a loja do centro de São Paulo, mas a mudança de comportamento veio bem a calhar para a rede Rei do Mate. “As pessoas estão trocando bebidas e alimentos indus-

## A primeira franquia, aberta em 1992, nasceu de projeto de Antônio Carlos Nasraui, filho do fundador da rede

**POR MÊS,**  
a rede vende 1,2 milhão de copos de mate, 400 mil xícaras de café expresso e 6 milhões de minipães de queijo

trializados por opções mais naturais, como o chá mate”, diz Antônio Carlos.

Para marcar a virada, a empresa resolveu aposentar os copos de plástico (vilões do meio ambiente) e passou a utilizar produtos feitos de papel (com matéria-prima extraída de áreas de reflorestamento, como manda o figurino da empresa ambientalmente correta). A clientela reclamou, principalmente por causa da consistência mais mole do novo copo. “Tivemos de fazer um trabalho de conscientização ambiental com nossos clientes. No fim das contas, eles entenderam e acabamos ganhando um prêmio de responsabilidade social por conta da iniciativa.”

O perfil médio do franqueado do Rei do Mate é de alguém bastante identificado com a marca e com as políticas da empresa. São vários os investidores que possuem três ou

**2º**  
LUGAR

### MegaMatte

Primeira colocada no ano anterior, a empresa ocupa a segunda posição entre as melhores do seu segmento. Fundada no Rio de Janeiro, em 1994, a marca teve grande desempenho em 2009, quando faturou R\$ 34 milhões, valor 56% superior ao de 2008. A MegaMatte fechou o ano passado com 56 lojas. Nesse período, mais 17 unidades abriram as portas. Destes estabelecimentos, só um encerrou as suas atividades.

**R\$ 60 mil**  
é o faturamento médio por unidade

**3º**  
LUGAR

### Kopenhagen

Com oito décadas de tradição, a Kopenhagen subiu do quarto para o terceiro lugar no ranking das redes de cafeteria e confeitaria. Sua nota final foi 6,67. Em 2009, a empresa faturou R\$ 159 milhões, resultado 3,2% acima do alcançado em 2008. A marca conta com 260 lojas no país, que empregam 1.075 pessoas. Os clientes podem escolher entre cerca de 300 itens, entre balas, confeitos e chocolates.

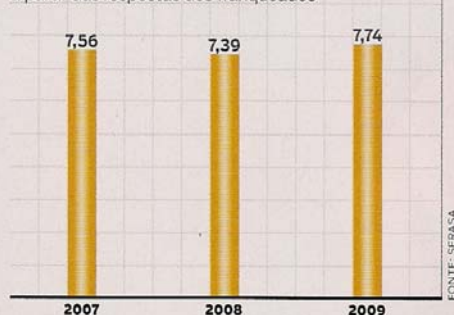
**24**  
meses é o tempo médio para o retorno do investimento

quatro unidades. “Isso mostra o alto grau de satisfação dos nossos parceiros”, diz Antônio Carlos. No levantamento do **Guia de Franquias**, o índice de satisfação do franqueado foi o segundo mais alto do setor de Cafeteria e Confeitaria: atingiu 7,74. A nota final, que inclui desempenho e qualidade da rede, ficou em 7,92. No ano passado, a empresa ganhou 22 novas lojas, enquanto oito fecharam as portas. Para os próximos anos, a meta é chegar a 30 inaugurações anualmente.

No curto prazo, a empresa mira os mercados do Nordeste, onde tem presença ainda tímida diante do potencial dessa região. Para abrir uma loja Rei do Mate, é preciso um investimento inicial de R\$ 200 mil e R\$ 15 mil

### SATISFAÇÃO DOS FRANQUEADOS

Índice varia de 0 a 10 e é calculado pela Serasa a partir das respostas dos franqueados



MOTIVOS PARA...	
... abrir uma franquia no setor	... não abrir uma franquia no setor
<ul style="list-style-type: none"> <li>O segmento geralmente sofre pouco impacto de crises econômicas</li> <li>Cada vez mais as pessoas comem fora de casa, mesmo em municípios com população pequena</li> <li>Em todas as regiões existem mercados a serem explorados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Os custos de manutenção do ponto em shoppings ou locais de grande movimentação são elevados</li> <li>A rotatividade de funcionários costuma ser alta, o que implica gastar tempo e recursos com treinamentos constantes</li> </ul>

**20** milhões de clientes passam mensalmente pelas lanchonetes do Rei do Mate

de capital de giro. A taxa de franquia é de R\$ 25 mil e os royalties são de 4%. A taxa de publicidade é de 1%.

A Rei do Mate mantém uma loja-escola em São Paulo, na qual o investidor e seus funcionários passam por treinamento operacional e administrativo. Depois que a unidade é inaugurada, o Rei do Mate mantém um acompanhamento constante do desempenho do parceiro, o que ajuda a corrigir eventuais falhas que possam comprometer o sucesso dos negócios. “Temos um programa muito eficaz de avaliação dos nossos franqueados”, diz Antonio Carlos.

Os parceiros de melhor performance costumam receber mimos. Na última rodada de avaliações, por exemplo, um franqueado ganhou uma viagem para Paris com a esposa.

## Os destaques do setor

AS 5 MAIORES EM FATURAMENTO			
2009	2008	Empresa	Faturamento em 2009 (R\$ milhões)
4	3	<b>Cacau Show</b>	272,00
12	9	<b>Casa do Pão de Queijo</b>	240,00
3	4	<b>Kopenhagen</b>	159,00
1	2	<b>Rei do Mate</b>	110,00
7	8	<b>Fran's Café</b>	65,50

AS MELHORES EM SATISFAÇÃO DO FRANQUEADO	
Empresa	Satisfação
<b>MegaMatte</b>	8,03
<b>Rei do Mate</b>	7,74
<b>Pão &amp; Companhia</b>	7,60
<b>Mr. Mix</b>	7,59
<b>Icemellow Sorvete e Cia.</b>	6,86

AS 5 QUE MAIS CRESCERAM EM FATURAMENTO					
2009	2008	Empresa	Faturamento em 2009 (R\$ milhões)	Faturamento em 2008 (R\$ milhões)	Aumento do faturamento anual (em %)
17	22	<b>Chocolate &amp; Cheese</b>	2,16	0,54	300,0
10	-	<b>Sensações Doces</b>	10,82	3,56	203,8
13	-	<b>Café do Feirante</b>	3,99	2,09	90,8
11	-	<b>Mr. Mix</b>	3,25	1,90	71,1
21	18	<b>Scada Café</b>	0,18	0,11	63,6

Notas: 1) As duas primeiras colunas indicam a posição no ranking geral de 2009 e 2008. 2) Não foram consideradas redes cujo número de respostas ao questionário ficou abaixo do exigido pela pesquisa.