

Bebidas Contrato com rede de 240 cafeterias vai ampliar presença do grupo no setor de 'food service'

3Corações faz acordo com Grão Espresso

Andréa Licht
De São Paulo

O grupo 3Corações e a rede de cafeterias Grão Espresso acabam de assinar um contrato de exclusividade no fornecimento de café para as 240 lojas da franquia espalhadas em 20 Estados. Nos próximos cinco anos, prazo de vigência do acordo, o grupo fornecerá seis diferentes tipos de café e bebidas à base do produto para as unidades, além de embalagens de 500 gramas com cafés especiais para consumo doméstico. Até o fim do mês, o café 3Corações estará em todas as lojas Grão Espresso.

Com o acordo, o grupo 3Corações pretende ampliar sua presença no segmento de "food service" (cafeterias, lanchonetes e restaurantes), que hoje representa 3% do faturamento de R\$ 2,2 bilhões da companhia. "Pretendemos chegar a 10% em cinco anos", diz o presidente do grupo, Pedro Lima.

O cálculo da 3Corações, uma das maiores indústrias do setor, está baseado na perspectiva de duplicação da rede Grão Espresso nesse mesmo período. "Estamos com 75% da operação concentrada no Sudeste", diz o sócio e diretor da rede, Pedro Weinberg.

O setor de franquias faturou R\$ 88,8 bilhões em 2011. Para este ano, a Associação Brasileira de Franchising (ABF) estima que as redes de cafeteria cresçam 18% a 20%, acima das franquias de alimentação como um todo, que devem ter expansão de 14%.

As cafeterias têm pontos a seu



Lima, do 3Corações: cappuccino pronto para beber será lançado em janeiro

favor, além do aumento da renda, que impulsionam o negócio. "O público quer um ambiente que propicie escape e procura cafés gourmet", diz o diretor executivo da ABF, Ricardo Camargo.

Entre as 16 redes com foco exclusivo em café, estão as concorrentes Fran's, com 132 lojas, e Café do Ponto, com 90. Outras marcas que disputam o mesmo cliente são a Casa do Pão de Queijo, atualmente com 356 unidades, que embora sirva café, dá destaque aos lanches. E a americana Starbucks, com 53 pontos próprios no país.

"Vamos aproveitar a marca forte da 3Corações para fortalecer o protagonismo do café", diz Weinberger, que iniciou a franquia em 1995.

Na implantação do café 3Corações nas lojas, 27 baristas deverão

treinar a equipe que está no balcão. O cardápio conterá as variedades Cerrado Mineiro, Mogiana, Sul de Minas, além de orgânico, descafeinado e gourmet — um blend da casa. Bebidas à base de café entram no cardápio em fevereiro.

Outra aposta do grupo 3Corações será o lançamento, em janeiro, de um cappuccino pronto para beber. O item é uma versão do produto já existente em pó, que lidera as vendas da categoria com 55,2% de participação em volume, segundo a Kantar Worldpanel.

A industrialização e comercialização de diversas marcas de café correspondem a 85% dos negócios do grupo 3Corações, joint venture formada pela São Miguel Holding e pelo grupo israelense Strauss.