



05/05/2021 - 09:49

Megamatte mostra solidez da marca na crise

E vai investir em Transformação Digital.

A rede de lanches saudáveis Megamatte conseguiu um resultado considerado positivo, apesar de todas as dificuldades trazidas pela crise. O crescimento da marca foi de cerca de 10% desde a reabertura. A fórmula foi a firme parceria entre franqueadora e franqueados, e uma gestão planejada, com orientação quanto a aspectos legais e financeiros, negociação com shoppings, demais locadores, e fornecedores.

Um levantamento da Associação Brasileira de Franchising (ABF) mostrou que o índice de unidades abertas em 2020 teve uma queda de quase 3% em relação ao mesmo período do ano anterior. O setor projeta voltar a crescer em 2021, mas ainda levará mais tempo para retomar os números pré-pandemia. A Megamatte conseguiu assinar 18 novos contratos durante a pandemia, acima da expectativa com a crise da COVID. E o ano de 2021 já começou com bom ritmo para a rede, com 4 contratos fechados até agora.

No tempo em que as lojas ficaram fechadas, a Megamatte potencializou as vendas para take out e entrega. Nesse período, o delivery teve um crescimento de 25%. Agora, a empresa pretende transformar seu site num hub e centralizar os pedidos dos clientes, para deixar de depender da intermediação das plataformas de delivery e suas altas taxas. Além disso, a rede de lanches saudáveis pretende se aproximar de novos empreendedores, através de um site voltado para os negócios. Uma mudança na comunicação, trazendo mais transparência, com números, informações e tudo o que um possível investidor possa precisar. Os investimentos em inovação digital serão da ordem de R\$200 mil. — A crise nos mostrou, com mais clareza, que a transformação digital é imprescindível para que empresas consigam otimizar custos e continuar competitivas numa sociedade cada vez mais tecnológica e transformada abruptamente por uma pandemia mundial — afirma Julio Monteiro, CEO da marca e coordenador nacional de Transformação Digital da ABF.