



N. BIRCHMEIER

El atractivo de Chile para los brasileños, que han llegado masivamente durante la actual temporada invernal, se está extendiendo hacia el sector privado de ese país.

Si bien el interés por el mercado chileno ha captado la atención de firmas originarias de Brasil en años anteriores, ahora empresas de consumo están eligiendo a Chile para iniciar su expansión internacional. La fórmula elegida sería a través del modelo de franquicias y apuntando a abrir varios locales en los próximos años.

Tanto la cercanía como la estrecha relación comercial bilateral y una estabilidad económica serían algunos de los factores que influyen en la decisión de aterrizar en Chile, señaló Selma Nunes, vicepresidenta de la Cámara Chileno Brasileña de Comercio.

“El mercado brasileño es muy proteccionista, pero aquellas empresas que salen a internacionalizarse miran a Chile como el país más seguro para invertir en la región, dado que posee instituciones fuertes”, sostuvo.

Nunes afirmó que, a pesar de que “Chile es un país pequeño, es una plataforma hacia el mundo por la cantidad de acuerdos de libre comercio que tiene”. Sostuvo que los empresarios brasileños que desean escalar su operación reconocen esa ventaja de Chile por sobre otros países: “Llegar a Chile primero y después saltar a otros mercados”.

“Si pensamos en Uruguay, pese a que es un país súper interesante, es muy pequeño; Argentina, sabemos cómo estaban, y con Bolivia lo mismo. O sea, no hay otro país que no sea Chile”, aseveró.

Atractivo gastronómico

Una de las industrias de Brasil que elige a Chile para iniciar su aventura internacional es el rubro gastronómico.

Grupo Rubaiyat invirtió US\$ 3 millones en 2016 para abrir en Santiago su tercer local fuera de Brasil. Pablo Schwarzkopf, gerente de Márketing y Relaciones Públicas de Rubaiyat Chile, explicó que la “estabilidad económica, la proyección turística y la posición estratégica en la región fueron factores clave para nuestra llegada”.

En los próximos meses tienen previsto abrir locales en Santiago

Firmas brasileñas de consumo se interesan en Chile como punta de lanza para la región

Cercanía geográfica y estabilidad económica serían algunos de los factores que motivarían a estos empresarios de Brasil a elegir al mercado chileno por sobre otros países de Sudamérica para internacionalizarse.



En el quinto nivel del Costanera Center anuncian la pronta inauguración de Fogo de Chão.

Señaló que si bien la visita de turistas brasileños a Chile es un impulso para la firma, indicó que “la base de nuestra operación está en el cliente chileno”. Agregó que este año sumarán nuevas propuestas a su carta y desembolsarán US\$ 1 millón para modernizar sus espacios. “No descartamos nuevas aperturas en Chile a futuro”, comentó.

Otro restaurante de comida brasileña se alista para ingresar al país. Se trata de

Fogo de Chão, especializado en carnes y “churrasquería” de Brasil. Inversionistas locales se encargarán de la franquicia para inaugurar en los próximos meses dos locales en Santiago, ubicados en CV Galería (Vitacura) y en el mall Costanera Center (Providencia).

Fogo de Chão aseguró que Chile representa una “excelente oportunidad” para su negocio, debido a su “dinámica economía, su creciente interés por la



Giraffas busca socios locales para cumplir con su plan de abrir 52 locales en Chile durante los próximos 10 años.

hospitalidad premium y su profundo aprecio por los sabores audaces”.

La cadena afirmó que “constantemente exploramos maneras de llevar nuestra experiencia culinaria a más comensales de todo el mundo, y expandirnos a Chile fue el siguiente paso ideal para concretar nuestros planes de crecimiento global”. Actualmente opera en Estados Unidos, Bolivia, Brasil, Ecuador, México y Emiratos Árabes Unidos

y Arabia Saudita.

Por otra parte, la cadena brasileña de comida rápida Giraffas anunció en julio que Chile será su primer destino en su proceso de expansión en la región. La firma, fundada en 1981 y que posee 400 ubicaciones en Brasil, ofrece carnes a la parrilla, ensaladas, y otros productos “todo preparado al momento y a un precio accesible”.

Giraffas comenzó la búsqueda de socios locales para operar su marca bajo franquicia, con el objetivo de abrir 52 locales en los próximos 10 años. Prevé inaugurar su primera unidad en Santiago y luego extenderse hacia Viña del Mar, Antofagasta y Concepción.

Carlos Guerra, CEO y fundador de Giraffas, afirmó que tras retomar su plan de internacionalización y búsqueda de mercados, “Chile se destacó por ofrecer un entorno estable, buenas perspectivas de consumo y un sistema regulatorio sólido”.

Guerra señaló que “Chile combina una serie de factores que favorecen la entrada” de esta firma, dado que existe un mercado de alimentación fuera del hogar que registra un “crecimiento constante, impulsado por una población altamente urbanizada”. Observaron que en el país hay una “fuerte cultura de consumo en centros comerciales”, segmento donde Giraffas se especializa.

Otros rubros

En junio, la firma Casa do Construtor, dedicada al rubro de arriendo de equipos y maquinaria para la construcción, reveló su intención de ingresar al mercado chileno como parte de su expansión fuera de Brasil.

Entre sus planes tienen previsto abrir 30 tiendas en Chile al 2030, y vender US\$ 12 millones anuales, según señaló Bruno Arena, director internacional de la firma a La Tercera. “Chile representa una puerta de entrada clave para la consolidación de nuestra marca en Sudamérica. Es un país con estabilidad económica, una ubicación estratégica y un entorno propicio para los negocios”, dijo Arena.

En el sector privado también comentan que firmas brasileñas dedicadas a servicios de blindaje han reflejado interés en expandirse hacia Chile, en medio del incremento de la inseguridad.