

Empresários investem em comunidades brasileiras

Concentração de imigrantes gera nicho e facilita consolidação de marca

Marcas que estão a caminho dos Estados Unidos miram as cidades que têm altas concentrações de brasileiros, como Miami e Orlando.

A proximidade cultural e a identificação das franquias com esse público podem facilitar o processo de consolidação, explica Sherban Cretoiu, da Fundação Dom Cabral.

Esses foram os motivos que levaram o Giraffas a abrir sua primeira loja em Miami. A D'Pil, especializada em depilação por luz pulsada, segue o mesmo caminho. "Muitos já conhecem a rede, o que facilita a divulgação", explica Danny Kabiljo, diretor-geral da empresa.

A Franquia Imóveis aproveitou a presença de brasileiros nos EUA para ter apoio no início das operações.

Os responsáveis pela primeira loja no país são brasileiros com experiência no ramo de imóveis, segundo o diretor Sérgio Benclowicz.

A estratégia de se aproximar dos conterrâneos, no entanto, pede cuidados para não estereotipar a oferta.

"É interessante explorar peculiaridades, mas adaptá-las a um público mais amplo", comenta o professor Renato Cotta de Mello, do Instituto Coppead de Administração, da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Mas sempre com cautela, diz ele, citando a comunidade latina. "A similaridade entre as culturas não significa que elas sejam iguais. E os empresários pecam nisso."

Saturação do mercado interno leva ao exterior

Algumas marcas esgotaram suas opções de crescimento no Brasil, por isso investem no exterior. Foi o que fez a Wizard, de cursos de línguas, que abriu unidades em 16 países.

Apesar das ofertas de escolas de idiomas em vários deles, há demanda para expansão, segundo a gerente de relações internacionais, Luisa Siqueira.

Os EUA receberam 16 lojas da rede em sete anos. Siqueira diz que todas - incluindo as abertas em 2008- já tiveram retorno.

"Há brasileiros que vivem lá e quase não sabem falar inglês", salienta.

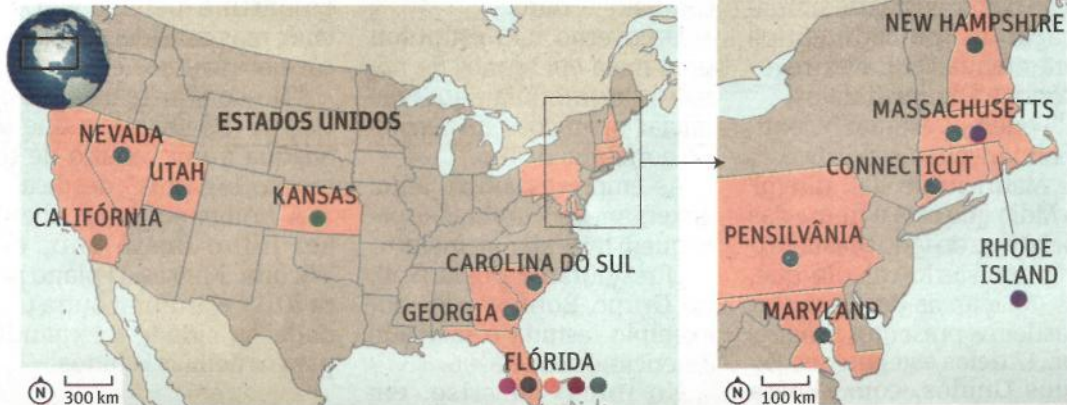
A franquia também oferece excursões para aproximar os alunos. "Muitas pessoas vão para trabalhar e ficam sozinhas."

A Fisk também buscou brasileiros para cursos de inglês. Mas espera ter procura também de pessoas de outras nacionalidades por aulas de português.

FRANQUIAS BRASILEIRAS

Estados norte-americanos onde elas estão presentes

- Bossa Grill
- Four Style*
- Fisk
- Morana
- D'pil*
- Franquia Imoveis
- Giraffas
- Wizard



* em estudo, previstas para 2011

Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 31 out. 2010, Negócios, p. 2.

A utilização deste artigo é exclusiva para mais