

Marcas dos EUA miram o Brasil

Ao menos dez franquias norte-americanas virão em 2011 para prospectar novos negócios

O plano firmado entre o Mdic e o Departamento de Comércio dos EUA também pretende estimular a vinda de franquias norte-americanas para o Brasil.

"Vamos reforçar as promoções comerciais nesse sentido", afirma Scott Shaw, vice-ministro conselheiro comercial do departamento.

Ele afirma que dez franquias virão ao Brasil em 2011 em busca de novos negócios. Entre elas estão a Crestcom, de treinamentos corporativos, e a Booster Juice, de sucos e "smoothies" (bebidas de frutas e iogurte).

As empresas são atraídas pela estabilidade econômica e pelo aumento de consumo.

A MyGym, que veio ao Brasil em 2007 e abriu a primeira loja em 2009, aposta nesses fatores para crescer.

A franquia oferece atividades esportivas e lúdicas para crianças e quer se estabelecer como alternativa ao videogame e à televisão.

"Oferecemos a oportunidade de resgatar as brincadeiras de rua", destaca Leandro Japequino, master franqueado da rede.

A ideia parece agradar aos pais. Em um ano, a MyGym inaugurou dez franquias.

A imobiliária Century21 também aposta em nichos para se consolidar. "Nosso alvo são os imóveis usados, enquanto as grandes imobiliárias focam os lançamentos", assinala o coordenador de operações, David Moraes.

A franqueadora iniciou as operações no Brasil em julho de 2008 e hoje conta com 25 lojas em funcionamento. Deve abrir outras 38 nos próximos meses -os contratos já estão assinados, diz Moraes.

EXPANSÃO

Quem está aqui há mais tempo e encontrou seus clientes colhe bons frutos.

A Alphagraphics veio para o Brasil há 20 anos com foco no mercado corporativo, que corresponde a cerca de 90% do faturamento das lojas.

De acordo com Rodrigo Abreu, vice-presidente internacional da empresa, as 25 unidades atuais cresceram 100% nos últimos três anos e a projeção é de outros 100% no próximo triênio.

Abreu afirma que a capital paulista não comporta mais lojas. "Temos interesse no interior de São Paulo e em outras capitais", adianta.

FRANQUIA NOS EUA*

De R\$ 40 mil a R\$ 1,2 mi
é o investimento necessário para abrir uma franquia brasileira nos EUA

PRAZO
até 48 meses

período estimado para o retorno do investimento

De 9% a 40%
é a previsão do lucro sobre o faturamento

Fontes: Bossa Grill, D'pil, Four Style, Franquia Imóveis, Fisk, Giraffas, Morana e Wizard
* Os números variam em função de fatores como cidade e público-alvo

Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 31 out. 2010, Negócios, p. 3.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais