

SYLVIA BARROS

# UMA ESTRATÉGIA DE REFORÇO DA MARCA

*Definitivamente, educação não é o ponto forte de nosso país, principalmente, quando se trata do ensino de um segundo idioma. Por este motivo, quanto mais o método de lecionar tiver qualidade e técnicas desenvolvidas especialmente para seu público-alvo, mais o curso poderá oferecer aos seus alunos o melhor para seu aprendizado e desenvolvimento.*

**P**reocupada com a qualidade no ensino de um segundo idioma para crianças, pesquisei fora do Brasil uma oportunidade de trazer um curso de inglês desenvolvido especialmente para elas e não adaptado do meio adulto. Na Inglaterra pude conhecer de perto a metodologia desenvolvida pela Fun Languages – The Kids Club do qual me tornei master-franqueada no Brasil.

Pedagogos e especialistas inovaram e desenvolveram uma metodologia diferenciada. Através da aplicação deste trabalho minuciosamente testado e elaborado, pude constatar que o método de ensino preenche as expectativas dos pais e educadores mais exigentes e conhecedores do idioma, bem como desperta na criança o prazer por aprender inglês desde cedo.

No Brasil desde 1994, a Fun Languages – The Kids Club, foi fundada em 1986 na Inglaterra pela pedagoga Linda Ellis, baseada em experiências práticas enquanto ensinava a língua francesa à sua filha de quatro anos e um grupo de amigos, ao ser surpreendida com a facilidade e rapidez com que aprendiam.

Pioneira na utilização da metodologia lúdica de aprendizado, que insere o idioma na vida da criança de maneira divertida e natural, conta hoje com mais de 60 mil alunos em todo o mundo (cerca de 10 mil



estão no Brasil) distribuídos em mais de 10 países e 600 franquias espalhadas em diversos países como Portugal, Coreia, Suécia, Finlândia e Hungria, entre outros.

Escolhi a Fun Languages – The Kids Club por ser um método desenvolvido especialmente para crianças, não uma adaptação de um método para ensino de adultos. Além disso, com a experiência de ter sido proprietária de uma escola de inglês para adolescentes e adultos, identificava cada vez mais no mercado a necessidade por um curso para crianças, e, ao mesmo tempo, a falta de material adequado disponível. A Fun Languages – The Kids Club veio de encontro às minhas necessidades.

Começamos a identificar, também, uma oportunidade junto às escolas de educação infantil, que eram cobradas pelos pais a oferecer inglês em seu curso, mas não sabiam como fazê-lo, ou, mesmo, aquelas escolas inovadoras que gostariam de oferecer um diferencial da concorrência. Hoje, o principal destaque do curso da Fun Languages – The Kids Club, é ser ministrado dentro de escolas, clubes, academias ou condomínios, ou seja, nossos professores vão até o aluno facilitando o dia-a-dia de muitos pais e educadores.

Nosso faturamento foi de R\$ 650 mil em 2001, e temos 110 unidades e cerca de 300 escolas de nível médio e alto-conveniadas só no Brasil. Por termos metodologia própria, nossos livros são desenvolvidos na Inglaterra e adaptados por nosso departamento pedagógico à realidade brasileira.

Editamos um livro para cada idade, e o reciclamos periodicamente. Além disso, ao final do curso os alunos recebem o certificado da Universidade de Londres, através da aprovação no exame Edexcel, que qualifica o aprendizado.

Para facilitar ainda mais a aproximação com as crianças, em 2002 lançamos uma nova identidade visual para as capas de todos os livros que compõem nosso material didático. Os alunos dos cursos Kids, crianças de 3 a 6 anos, ganharam um material com aparência mais arrojada e colorida, bem apropriada à sua idade.

Já para atender os alunos que estão iniciando a adolescência e, com certeza, não querem ser mais chamados de Kids, alunos entre 7 e 10 anos, lançamos uma capa confeccionada em padrão jeans com prespontos e recortes, superaprovada pela garotada!

## PERSPECTIVAS E PARCERIAS

Definitivamente, 2002 não foi um ano fácil para a economia do país. A alta do dólar e a insegurança fizeram com que muitas empresas modificassem seus planos, se adaptando à nova realidade. Desde o início do ano, nosso objetivo foi reestruturar o Departamento de Marketing e fortalecer a marca.

Contratamos, então, uma profissional com experiência em grandes empresas do setor, que assumiu o Departamento de Marketing e Franquias – Shirleine Diniz. A partir daí, decretamos que o ideal como meta seria um crescimento a nível nacional de 20% até o final de 2003. Para isso, estabelecemos uma estratégia de abrir oportunidades a novos franqueados em determinados estados do Brasil, como Rio de Janeiro, São Paulo, Bahia, Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

A franquia está formatada inicialmente para baixo investimento. Não exigimos ponto/sede própria uma vez que a filosofia é levar o ensino de inglês até a criança, seja na escola, no condomínio, no clube, na academia. Isso facilita a vida dos pais que não necessitam locomover a criança. O franqueado paga uma taxa inicial e participa do treinamento, recebe os manuais e tem ao seu dispor um material didático com metodologia própria.

O que é preciso para ser um franqueado? Ter fluência no inglês e ser maior de 18 anos. Não é exigido formação universitária, experiência como professor, ou administrativo e financeiro. Damos preferência para quem more na região que atua, isso é levado em consideração principalmente no caso de cidades do interior de São Paulo. O perfil em geral agrada mais às mulheres pois se lida 100% com crianças, que por natureza possuem instinto maternal, mas temos cerca de 10 franqueados homens, que possuem um bom desempenho na rede.

A partir da elaboração e desenvolvimento deste projeto de crescimento, partimos para uma estratégia de Marketing Institucional, com o intuito de fortalecer a metodologia e conceito da marca, buscando parcerias com empresas que oferecem diferenciais ao público infantil.

Entre elas, podemos citar Banco do Brasil, Indústria de Chocolates Nestlé, Indústria de Brinquedos Bandeirantes, Ri Happy, Buffets Infantis, Fenix Operadora, SOS Computadores, Henkel e, a mais re-

A Fun Languages desenvolveu uma estratégia de marketing institucional

cente, Stella Barros Turismo (Brooklin), que nos deu uma viagem para a Disney (que sorteamos entre nossos alunos) e com a qual estamos planejando levar um grupo em excursão.

Esta última teve como objetivo oferecer às crianças um grande presente - realizar o sonho de ir ao mundo encantado de Walt Disney e poder praticar o inglês aprendido no nosso curso. Lógico que tudo isso exige muito conforto, estrutura e segurança. Por esse motivo, escolhemos uma parceria com a Stella Barros. Já a Fenix ofereceu uma encantadora viagem ao mundo de Beto Carrero World.

A Nestlé patrocinou eventos realizados em Shoppings onde as atividades em inglês ensinavam as crianças a pronúncia correta de alguns produtos como biscoitos, balas, chocolates. Foi um verdadeiro sucesso entre o público e muitos shoppings gostariam de repetir a dose para eventos e cursos futuros. Somente durante a Páscoa, foram distribuídos 20 mil chocolates para todos os alunos da rede Fun Languages – The Kids Club em todo território nacional.

Um bom exemplo para mensurar o sucesso desta parceria foi o número de e-mails recebidos pelos alunos, educadores e pais parabenizando nossa rede pela parceria, que com certeza foi inovadora. Em muitas escolas enviamos uma van repleta de chocolates, e distribuímos para todos os alunos das melhores escolas onde atuamos no eixo Rio - São Paulo.

A intenção de nossa parceria com a Nestlé não tinha como objetivo apenas e puramente a distribuição de brindes, o importante era lincar o evento da páscoa com o despertar do interesse da criança em aprender inglês de forma lúdica. Então em conjunto com o departamento de eventos da Nestlé organizamos a distribuição de brindes em sintonia com a realização de muita recreação com as crianças através de aulas demonstrativas em inglês.

Muitas nunca tinham participado e adoraram. A parceria com a Nestlé reforça o Marketing Institucional e fortalece a união de empresas em prol do público infantil, com a aprovação das escolas e educadores.

Com a SOS Computadores, oferecemos mais benefícios aos alunos, lançando durante o mês de julho a promoção "Volta às Aulas". Quem matricu-

lou seu filho no curso de inglês do 2º semestre, correu ao curso "Navegação na Internet" inteiramente grátis.

A Indústria de Brinquedos Bandeirantes nos apoiou em nossas Oficinas de Brincadeiras em Inglês, realizadas em alguns shoppings do Estado de São Paulo. Estes eventos têm como objetivo, despertar o interesse pelo idioma nos pequenos participantes, promovendo atividades, recreação, jogos, gincanas e brincadeiras utilizando sempre sua metodologia lúdica, com completa interação da criança com o cotidiano do inglês, criando situações reais para que a segunda língua seja aprendida mais facilmente.

Para que isso fosse concretizado, eles ofereceram aos participantes do evento a oportunidade de experimentar e brincar com os melhores produtos de sua já consagrada linha de brinquedos, como triciclos e bicicletas, casinha de bonecas etc.

Em alguns shoppings, foram as lojas Ri Happy que cederam os brinquedos da Bandeirantes.

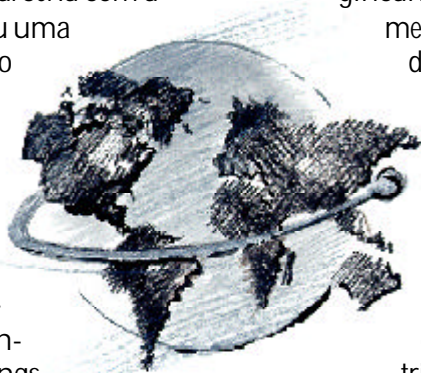
A Henkel distribuiu cerca de 20 mil brindes durante as Oficinas que ocorreram em nossas unidades. Para a ocasião, a Henkel destacou seu mais novo produto: a cola Pritt Tak: trata-se de uma massinha auto-adesiva superdiferente, prática que adere a todas as superfícies sem deixar marcas, ou seja, ela não estraga nada, nem mesmo as paredes! Por este motivo, é totalmente adequada para crianças que adoram colar posters e cartazes por todo o quarto.

Sem dúvida alguma, 2002 foi o "Ano das Boas Parcerias". Esperamos continuar em 2003.

## MUDANÇAS E ESTRATÉGIAS

Uma coisa que auxilia muito a união e o bom desempenho geral da rede são os constantes encontros regionais que fazemos para discutir o que é mais adequado para cada região, pois jamais devemos esquecer que em cada uma delas existe uma forma diferente de divulgar seu produto. Nestas reuniões, ouvimos a opinião dos franqueados, damos dicas e idéias, trocamos experiências e, acima de tudo, desenvolvemos neles uma noção geral dos diversos tipos de marketing que existe no mercado (Institucional, Direto, Relacionamento etc.).

Isso ajuda os franqueados a formar sua própria estratégia (individual ou em grupo), além de colaborar para que a imagem da empresa sempre seja



divulgada dentro dos padrões de qualidade exigidos pela franqueadora.

Temos também anualmente um Workshop que reúne os colaboradores de todo o Brasil, para gerar um relacionamento e entrosamento geral, onde todos possam dar suas opiniões, falar de ações bem-sucedidas (ou não), conversar sobre o lado didático e pedagógico e aprender com os exemplos dos outros.

Uma das mudanças mais importantes que aconteceram nos últimos meses foi a criação do Departamento Pedagógico, que antes era de minha responsabilidade total. Agora, temos uma empresa à disposição, com profissionais experientes e fluentes no inglês, que dão sugestões, enriquecem o material didático, criam novas atividades, desenvolvem músicas, esclarecem dúvidas e aperfeiçoam dia-a-dia o método.

Existe um e-mail direto para que os franqueados possam se comunicar e colocar suas questões. O trabalho é ágil, as respostas rápidas e resultado muito mais eficiente e enriquecedor para todo mundo.

## UM MÉTODO QUE FUNCIONA

Muitos podem estar indagando se este método realmente funciona. Para responder a esta pergunta, tenho algumas considerações a fazer: Pare. Pense em "APRENDER INGLÊS". Qual o primeiro sentimento que lhe vem à tona? Medo? Dificuldade? Frustração? Calma! Aprender inglês não precisa ser assim.

Ninguém duvida da importância de saber falar inglês nos dias globalizados de hoje. A língua inglesa está cada vez mais presente em nosso dia-a-dia, no uso do computador, nos filmes, anúncios, placas de rua e onde você menos espera. Já é tão comum que nem reparamos mais. Já experimentou contar quantas palavras em inglês você vê durante um dia?

A discussão hoje em dia não é mais SE devemos aprender inglês. A grande questão é: QUANDO COMEÇAR? Alguns especialistas afirmam que uma criança só deve começar a aprender um novo idioma após a alfabetização, ou seja, aos 7 anos. Para outros, o aprendizado deve começar somente após os 10 anos. Mas, para a maioria dos especialistas, "quanto mais cedo melhor".

Afinal, qual a idade ideal para começar? Montanhas de evidências baseadas em recentes pesquisas sobre o funcionamento da mente comprovam que

## A Fun Languages também realiza anualmente um workshop que reúne os colaboradores de todo o Brasil

aprender um novo idioma na infância, se feito corretamente, só traz benefícios à criança, desde a eficiência e facilidade com que o novo idioma é absorvido, até um maior desenvolvimento da capacidade de memorização, de concentração, de raciocínio e de sociabilização. Ajuda também no aumento da auto-estima e até, pasme, em matemática!

E por quê? Toda e qualquer criança nasce, e permanece, durante os primeiros seis anos de vida, com as "janelas de aprendizado" totalmente

abertas. Isso significa que toda criança já nasce com as ferramentas necessárias para aprender idiomas. É assim que aprendemos nossa língua-mãe! Ao ser exposto a um segundo idioma, o cérebro busca os mesmos mecanismos, ou seja, os mesmos "caminhos" que usou no aprendizado da língua-mãe.

O cérebro de uma criança é flexível o suficiente para aumentar sua atividade geral e criar novas conexões. Essas conexões, chamadas de memória, são as responsáveis pelo aprendizado. Quanto mais conexões se formam, mais o indivíduo aprende, e mais fácil o aprendizado se torna! A partir dos sete anos, o cérebro começa a diminuir a capacidade de criar essas novas conexões, e passa a ter que trabalhar mais para criar "mais espaço" para o novo idioma. Por isso, a cada ano que passa, fica um pouco mais difícil aprender uma segunda língua.

O mesmo acontece com a pronúncia. Todos nós nascemos com um aparelho fonador capaz de reproduzir com perfeição qualquer som de qualquer idioma. Até os 6 anos de idade, o aparelho fonador da criança ainda está em formação, fazendo com ela fique preparada para reproduzir qualquer novo som perfeitamente, sem inibição, e sem nenhuma dificuldade.

Existe um fator-chave quando se fala em aprendizado de idiomas: a INTERFERÊNCIA. Acompanhe-me numa analogia. Imagine dois indivíduos: uma criança de até seis anos, e uma criança mais velha ou mesmo um adulto. Se o cérebro dessas duas pessoas fosse um livro, o cérebro da criança de até seis anos seria um livro em branco, e o cérebro da criança mais velha, ou do adulto, seria um livro já cheio de informações.

Quando expomos uma criança pequena a uma palavra, à pronúncia de um som, ou a uma frase no novo idioma, ela simplesmente "acrescenta" essa

informação em seu livro em branco. Sem questionamentos, sem dúvidas, sem resistências. Ela aceita a nova informação, e esta informação passa a fazer parte de sua vida. Nesse processo, a criança não comparou o novo idioma com a língua-mãe, não o rejeitou, e não o analisou, ou seja, não houve INTERFERÊNCIA. Ela “adquiriu” o novo idioma naturalmente, e sem perceber. Esta é a maneira ideal de se aprender.

Já o adulto, ou a criança que já sabe ler e escrever em sua língua-mãe, ao ser exposta ao novo idioma, não irá simplesmente “acrescentá-lo” em seu livro, pois seu livro já tem muitas informações. Este aprendiz irá parar, pensar, analisar, comparar as informações com as que já existem em seu livro, e após um longo processo, decidir se aceita ou não esta nova informação.



Nesse caso, as INTERFERÊNCIAS são inúmeras, e o indivíduo acaba por não “adquirir” o novo idioma naturalmente. Todo este processo inconsciente de análise torna o aprendizado muito mais difícil e cansativo, e, é claro, muito

menos eficiente.

O que os especialistas comprovaram é que a criança tem a capacidade de separar as informações no cérebro em diferentes “compartimentos”, criando uma “gaveta” para a primeira língua, e uma outra “gaveta” separada para cada nova língua que aprender. É por isso que a criança fala vários idiomas sem se confundir.

Ela simplesmente acessa a “gaveta” correspondente ao idioma que quer usar, e não os mistura nem os confunde. Com o passar dos anos, essa capacidade de criar novas “gavetas” se acaba, e o aprendiz não tem outra saída senão colocar o novo idioma na mesma “gaveta” da língua-mãe. E é aí que começam as confusões e dificuldades.

Já sabemos quando devemos começar a aprender. A grande questão agora é: COMO ENSINAR? A forma correta de se ensinar um idioma a uma criança pode ser resumida em duas palavras: NATURAL e DIVERTIDO. A criança tem que se divertir, e o aprendizado tem que ser natural, como foi o da língua-mãe.

Para entender o aprendizado natural, observe um

bebê aprendendo a falar. Ele ouve, experimenta, ouve, sente, ouve, toca no que está ouvindo, ouve mais um pouco, e depois de ouvir o suficiente e achar que compreendeu o significado, ele se sente pronto, e aí ele fala. E a partir desse momento, ele nunca mais esquece aquilo que aprendeu a falar.

Uma aula de inglês, ou de qualquer segundo idioma, tem que ser assim. A criança tem que ouvir o máximo possível, e assim vai adquirindo conhecimento até poder falar espontaneamente. Dizemos que, assim, a criança aprende inconscientemente, sem perceber. Ela demorará um pouco mais para falar, mais quando falar, não esquecerá mais.

Para isto, basta que ela ouça o idioma em sala de aula o máximo possível, e da forma mais divertida possível. Estorinhas infantis, músicas, peças de teatro, jogos, brincadeiras, culinária, pintura, artes... Vale tudo, desde que o professor fale o idioma em questão o tempo todo em sala de aula. Só assim o aprendizado natural acontece, com a criança ouvindo, interagindo, e, é claro, se divertindo.

O resultado disso? Uma criança que falará um novo idioma com facilidade e naturalidade e, o mais importante, que aprenderá a gostar deste idioma, e com isso estará sempre motivada a querer saber mais. Esta criança terá, então, aprendido a aprender, e não terá qualquer dificuldade quando adulto.

E se aprender um novo idioma cria oportunidades de desenvolver tantas habilidades, é nosso dever, então, oferecer às crianças métodos e materiais que incentivem cada vez mais esse maravilhoso processo.

Mas, ensinar inglês para uma criança requer não só um completo e bem estruturado curso, como também um professor treinado, que seja fluente, que saiba aplicar o método de ensino, e que fale inglês o tempo todo em sala de aula. O método de ensino deve buscar o aprendizado natural através de atividades lúdicas que estimulem a criança a interagir com o novo idioma e a aprender como aprendeu sua primeira língua: brincando e se divertindo, e assim aprendendo de forma inconsciente.

A idéia de que para crianças pode-se ensinar *qualquer coisa, de qualquer forma, porque mais tarde (lá pelos 12 anos), você poderá matriculá-lo em um curso melhor* é tão absurda quanto a antiga idéia de que ensinar idiomas para crianças não faz bem.

Então, porque uma pré-escola opta por contratar a “tia”? Por falta de conhecimento no assunto, importância insuficiente dada ao curso de inglês, ou quando leva em conta somente a questão financeiri-

ra. Cabe, então, aos pais a tarefa de conscientizar pais e escolas para a importância de um curso de inglês de qualidade para o futuro das crianças.

## SELO DE QUALIDADE ABF 2001

Receber pela segunda vez (97 e 2001) a certificação pela Associação Brasileira de Franchising com o Selo de Qualidade ABF 2001 na categoria Educação e Treinamento foi uma grande conquista da Fun Languages. Em sua 12ª edição, a honraria homenageou a postura das empresas em seus segmentos de atuação, agregando valor à qualidade dos serviços prestados.

Após um processo de avaliação, de acordo com os preceitos do Código de Auto-Regulamentação da ABF, os franqueados dos 13 estados onde a rede Fun Languages – The Kids Club atua, além do Distrito Federal, apontaram altos índices de satisfação com a Franquia Master.

Na pesquisa foram considerados itens como relacionamento, treinamento inicial, estimativa de investimento e fornecimento de produtos. Segundo os critérios utilizados pela ABF, 98% de nossos entrevistados adquiririam novamente nossa franquia.

Isto comprova nossa preocupação em manter a excelência no serviço prestado. A certificação do Selo de Qualidade reforça nossa filosofia de trabalho e ainda ressalta a qualidade e seriedade da postura percebida pelo nosso maior cliente, o franqueado.

As franquias chanceladas com o Selo têm o seu sistema aprovado tanto pelos seus franqueados como pelo Comitê de Ética da Associação Brasileira de Franchising que realiza também uma análise jurídica do todo o formato da rede e sua documentação.

Com isso, os franqueados podem contar com garantia em relação ao negócio, já que para o mercado as empresas detentoras da qualificação demonstram responsabilidade, qualidade e idoneidade. A Fun Languages – The Kids Club caracteriza-se como um tipo de negócio de custo acessível e grande flexibilidade para a formação de parcerias. Contar com uma certificação reconhecidamente importante dentro do franchising abre novas oportunidades.

Na premiação, a ABF avalia franquias com atuação em diversos segmentos, tais como Educação e Treinamento; Alimentação; Lazer, Turismo e Hotelaria; Esporte, Saúde e Beleza; Limpeza e Conservação entre outros. Em 2000, 23 empresas foram chanceladas com o selo, que colabora para a consolidação do sistema de franquias no país.

## A VISÃO DOS FRANQUEADOS

*"A minha idéia de ensinar inglês para crianças, nasceu quando eu morava nos EUA. Comecei a perceber a facilidade com que as crianças, filhos de imigrantes, aprendiam a nova língua. Apesar de estarem no mesmo ambiente que os pais as crianças dominam o novo idioma com maior rapidez e facilidade. Quanto mais jovem melhor é esse processo de aquisição.*

*Quando voltei ao Brasil, ao procurar curso de inglês, para minha duas filhas (5 e 1 anos), percebi a carência de cursos voltados para crianças menores de sete anos. Foi impossível encontrar um curso que oferecesse o inglês para crianças, em Taguatinga. Esses cursos só existem no Plano Piloto e são caríssimos.*

*Outro problema com que me deparei, ao ingressar minhas filhas em escolas particulares em Taguatinga, foi a péssima qualidade do inglês ensinado nas escolas e a falta de conhecimento dos professores para ensinar inglês. Assim as crianças aprendem inglês com erros absurdos de pronúncia e entonação. Desse problema surgiu a minha idéia de oferecer inglês de qualidade para crianças nas escolas particulares, em sistema de terceirização.*

*Decidi então procurar um curso que se adequasse às minhas expectativas e ideais. Fiquei sabendo sobre o Fun Languages The Kids Club, através de uma amiga e fui a São Paulo onde conheci e comprei a franquia. Recebi todo o treinamento e orientação para minha atuação em Taguatinga, onde hoje posso oferecer um diferencial às escolas da região com um curso de qualidade."*

Os franqueados dos 13 estados onde a rede atua apontam altos índices de satisfação com a Franquia Master

**Renata Madureira**

FRANQUEADA DE BRASÍLIA (DF)

*"O motivo inicial que me levou a investir em uma franquia foi o de ter uma infra-estrutura pronta (com departamentos de marketing e pedagógico já montados e materiais prontos e nome conhecido no mercado).*

*Eu já era professora de inglês há alguns anos, no entanto, eu queria ter o meu próprio curso, onde eu pudesse desenvolver também minhas idéias. Meus planos são de continuar investindo na franquia, trabalhar bastante o nosso nome dentro da minha região e aumentar nosso mercado. Quero também investir bastan-*

te na nossa sede para que possamos crescer cada vez mais e, quem sabe, no máximo em dois anos, ampliar meu negócio.

Este ano estaremos também implantando a Fun Friday na nossa sede. Serão atividades que acontecerão uma vez por mês com todas as turmas. Estas atividades vão variar de acordo com os temas trabalhados, tais como: família, esportes etc., tudo da forma mais lúdica possível, ou seja, da forma Fun Languages – The Kids Club."

### Catarina Vasconcelos

FRANQUEADA DE VILA ISABEL E ANDARAÍ (RJ)

"Meu 'namoro' com a Fun Languages - The Kids Club é antigo. No final de 1986 fui morar fora do Brasil (meu esposo foi comprado por um time francês).

Passamos dois anos lá, depois fomos para Portugal, Inglaterra, e por fim um país no Middle East, Catar. Ele foi artilheiro na Bahia, Nigéria, Portugal e em Catar. Ainda morando no estrangeiro tomei conhecimento da rede.

Apesar de ter tido o primeiro contato com a língua inglesa de forma tradicional, sabia da importância do inglês para minha carreira (tenho formação em secretariado executivo) - a empresa na qual eu trabalhava no Pólo Petroquímico de Camaçari exigia um bom nível de inglês e o curso universitário de secretariado. Sempre quis fazer Letras, comecei a cursar em Portugal, fiz 3 anos, mas devido à transferência de meu esposo para outro país, não pude concluir o curso. Na Inglaterra fiz alguns T.T.C e comecei a pesquisar sobre cursos de inglês, sabia que um dia eu iria voltar para o Brasil e gostaria de trabalhar na área de educação especificamente com o inglês.

Minha filha foi criada até aos 7 anos fora do Brasil e, para nossa adaptação e socialização nos diversos países que passamos, falar inglês foi fundamental. O que me chamou a atenção na Fun Languages - The Kids Club foi o fato de ser especializada em crianças. Outra coisa importante foi o relato de minha filha Ellen - identifiquei-me com as experiências em relação a ela e minha sobrinha inglesa. As animações e as brincadeiras que eu fazia com elas, quando feitas em português minha

sobrinha aprendia muitas palavras novas e vice e versa em relação à minha filha.

Como a Fun Languages – The Kids Club existe dentro e fora do Brasil, tenho um projeto que em breve pretendo realizar na área de intercâmbio (já demos início com os alunos de futebol). Faz parte na minha vida, assim como o esporte que procuramos sempre proporcionar aos nossos alunos."

### Gilza Lacerda Owubokiri

FRANQUEADA DE LAURO DE FREITAS (BA)

"A idéia de adquirir uma franquia de um curso de inglês para crianças surgiu por um conjunto de fatores. Primeiro, porque estava cansada de trabalhar para cursos que ofereciam um material pobre, pouco variado, sem nenhum atrativo. O segundo motivo, foi eu acreditar que a língua tem que ser adquirida o mais cedo possível, na primeira infância e a maioria dos cursos oferece apenas oportunidade para crianças que já foram alfabetizadas.

Então, tinha vontade de ensinar inglês às crianças menores que ainda não tiveram contato com a leitura e escrita, mas que podem adquirir a língua através do ver e ouvir e, conseqüentemente, do falar.

A terceira e última razão, que me fez pesquisar as franquias de curso de inglês para crianças, foi que há muito tempo eu acalentava o sonho de ter meu próprio negócio. Após uma cuidadosa pesquisa, acabei optando pela Fun Languages – The Kids Club, por ser esta uma Rede de Franquias no mundo todo, com sede na Inglaterra, com programas elaborados exclusivamente para crianças a partir dos três anos, com material pedagógico riquíssimo, que conta com uma boa infraestrutura de apoio ao franqueado e, principalmente, que ensina inglês através de uma metodologia na qual acredito totalmente.

Minha expectativa é de podermos oferecer um curso de inglês de qualidade às crianças pequenas, conseguir conscientizar os pais sobre a importância de aprender inglês de forma prazerosa e divertida, como a Fun Languages – The Kids Club oferece."

### Ana Teresa V. Bacelar

FRANQUEADA DO GRAJAÚ (RJ)

## A VISÃO DOS PAIS E DIRETORES

"As aulas de inglês têm sido ótimas. O André está tão envolvido por língua estrangeira que também quer estudar espanhol".

### Stella D. de Lima Brandão

MÃE DE ANDRÉ, QUE TEM AULAS NO SION (RJ)

*" Com um outro curso de inglês não deu certo. Então, por indicação de alguns pais e diretores experimentamos o curso da Fun Languages – The Kids Club. Estamos muito satisfeitos".*

**Cristina de Medeiros Chaves**

COORDENADORA DA ASSOCIAÇÃO EDUCACIONAL MIRAFLORES, NITERÓI (RJ)

*" Valeu a pena a parceria com uma escola especializada em inglês. As crianças têm um ótimo aproveitamento e os pais estão adorando".*

**Nancy Meirelles Pinto**

DIRETORA DA ESCOLA MARTINELLI (SP)

*" Nós assistimos muita TV a cabo aqui em casa. A*

*minha filha de três anos vê os programas e fala: - MÃE, EU SEI FALAR INGLÊS".*

**Mara Grabert**

MÃE DE GIULIA, QUE TEM AULAS NO SESC DE ATIBAIA (SP)

*" Quando nos deparamos com franqueados e clientes que pensam assim, devemos concluir que estamos no caminho certo. Esta história de sucesso não termina aqui, pois outras surpresas estão reservadas para o próximo ano. Não há um dia igual ao outro nesta Rede, que é a emocionante combinação de metodologia e recursos lúdicos de primeiro mundo com a experiência, simpatia e insubstituível "jogo de cintura" brasileiros."*

*Sylvia Helena Palma de Moraes Barros, 31 anos, é formada em Administração de Empresas pela Universidade Mackenzie, e pela Franchising University em curso especializado para executivos de franchising. Atualmente, é proprietária e diretora pedagógica da Fun Languages – The Kids Club no Brasil.*