

# franchising DIGITAL

nº1 agosto/setembro 2003

M A G A Z I N E

## ENGLISH4U

Uma aposta na  
formação

## Artigo

Qual o segredo  
da alma?

## Nova Revista

Franchising &  
New Business  
Já nas Bancas

Distribuída  
a **4.000**  
assinantes



Negócios para  
**CRIANÇAS**  
traz futuro risonho

Edição exclusiva

[franchising.pt](http://franchising.pt)  
o portal do sucesso

AS OPORTUNIDADES EM DESTAQUE NESTE VERÃO



Caro assinante,

Está neste momento a ler a **FRANCHISING DIGITAL MAGAZINE**, a primeira revista digital periódica sobre franchising em Portugal. Como anunciado na nossa Newsletter anterior, alteramos o formato desta para aquele que julgamos ser a melhor forma de distribuição de informação "binária" equivalente a uma revista em papel: o "PDF". É, a nosso ver, mais um passo no objectivo que nos propusemos desde a abertura do portal há menos de dois anos: a constante perseguição de dar informação de qualidade. Para isso contribuem de forma decisiva a equipa de colunistas e colaboradores com quem temos o privilégio de trabalhar e as entidades do meio com quem conciliamos esforços para um franchising e uma informação de qualidade, de todos e para todos.

A opção de mudarmos de nome de Newsletter para Franchising Digital Magazine apresentou-se naturalmente dada a transformação de um mero boletim de conteúdos resumidos com links para o portal, para uma revista completa e com conteúdo integral e em alguns casos, exclusivo. Dada a facilidade de ser copiada e reenviada para amigos e destes para outros, contamos abranger além daqueles que procuram normalmente informação sobre franchising também grupos de pessoas que à priori não têm conhecimento do que realmente é o franchising e tudo o que o rodeia.

Resumindo, o objectivo geral da Digital Franchising Magazine é simples: fornecer informação sobre franchising de forma rápida, rigorosa e de qualidade.

Bons negócios!

José Azevedo

## FICHA TÉCNICA

### Director

José Azevedo  
jose.azevedo@franchising.pt

### Editora

Cenárea - Comunicação e Multimédia  
geral@cenarea.pt

### Redactores e colaboradores

Dúmia Ferreira, Miguel Duarte Soares e  
Guilherme Soares

### Relações Públicas

Almor Cardoso  
almor.cardoso@franchising.pt

### Departamento Comercial

Marcelo Marques  
marcelo.marques@franchising.pt

### Assinaturas

www.franchising.pt

### Grafismo

Cenárea - Comunicação e Multimédia

### Periodicidade

Bimestral

### Propriedade



## EXCHANGE ® EXPANDE A SUA ACTIVIDADE PARA ESPANHA E PAÍSES DA AMÉRICA LATINA



A Exchange, depois de revolucionar a consultoria na área do aconselhamento em financiamentos bancários, em Portugal e mais recentemente na Grécia, encontra-se a implementar e expandir o seu conceito para Espanha, Brasil, Venezuela, Argentina e Uruguai.

A internacionalização da Exchange é resultado da estratégia de expansão das áreas de consultoria do grupo onebiz. A opção pelos mercados espanhol e latino americano deve-se à semelhança das características culturais e sociais com as do mercado Português, para além da proximidade da língua, elementos de importância vital no estabelecimento de parcerias.

A adaptação e o apoio local no arranque do negócio são fundamentais para o sucesso da Exchange, especialmente no mercado argentino, venezuelano, brasileiro e uruguaio, na medida em que a realidade bancária e

legal são muito divergentes da realidade nacional. Relativamente ao número de lojas estão previstas a abertura de 250 lojas em Espanha, 400 lojas no Brasil, 150 lojas na Argentina, 100 lojas na Venezuela e 50 lojas no Uruguai, durante os próximos 5 anos.

A Exchange procura apresentar-se como uma solução profissional, independente e personalizada, procurando sempre obter junto das instituições financeiras, as melhores opções de financiamento de acordo com o perfil dos seus clientes.

## GRUPO ONEBIZ PRESENTE NA FILDA



GRUPO  
**one | biz**  
creating business

No seguimento da sua estratégia de internacionalização o Grupo onebiz estará presente na 20ª edição da Feira Internacional de Luanda (FILDA) (entre os dias 14 e 20 de Julho, na Rua Manuel Fernando Caldeira 6, Caixa Postal 6127 - LUANDA), com duas das

suas marcas de consultoria e apoio à gestão: Fiducial Business Consulting & Accounting e Teamvision Franchise Services.

A FILDA, promovida pela Associação Industrial de Angola, conta com a participação de 1000 expositores nacionais e estrangeiros. Dos países participantes, Portugal será o mais representado, seguido do Brasil e Espanha.

A internacionalização para Angola é o resultado da estratégia de expansão das áreas de consultoria do grupo. A

opção pelos mercados dos países africanos de língua oficial portuguesa PALOP, especificamente o mercado Angolano, resulta da proximidade cultural e da língua, elementos de importância vital no estabelecimento de parcerias.

A Fiducial ([www.fiducial-portugal.com](http://www.fiducial-portugal.com)), líder mundial na área de contabilidade e apoio à gestão a PME, foi considerada em 2000 pela Entrepreneur Magazine como o Franchising nº 1 a nível mundial em serviços financeiros.

## ANÚNCIOS CLASSIFICADOS NO FRANCHISING.PT



Encontra-se disponível no portal [franchising.pt](http://franchising.pt), em versão beta, um sistema de anúncios classificados, que poderá ser utilizado gratuitamente por quem necessitar de colocar anúncios que vão de encontro com o interesse geral do universo do franchising.

Assim, poderão colocar anúncios de serviços, lojas, emprego, etc. O sistema tem moderador, o que assegura que não haverá anúncios que fujam do interesse geral do franchising.

## MRW PRESENTE NO SALÃO INTERNACIONAL DA LOGÍSTICA



A MRW - Logística estará presente no próximo Salão Internacional da Logística (SIL), a decorrer em Barcelona de 17 a 21 de Junho, onde apresentará os serviços de logística promocional, que visam suportar o lançamento de produtos e o acompanhamento de campanhas promocionais e publicitárias.

Em função das necessidades de cada cliente, a empresa cria toda a cadeia promocional, de distribuição e controlo. Desenha operações de telemarketing, trata os dados estatísticos e realiza estudos de mercado que permitem ao cliente seguir a evolução da sua campanha e a reacção do mercado.

No decorrer das campanhas promocionais, oferece ainda um serviço completo de telemarketing, mailing, informação personalizada e confidencial sobre os produtos armazenados, cadeias de manipulação automática, gravação de

dados e digitalização de documentos.

Especializada em produtos que requerem uma manipulação especial, muito cuidada e selectiva, a MRW - Logística é a empresa responsável por campanhas, como as da Danone, HP, McDonalds ou a da Coca-Cola, que chegou a casa dos portugueses durante o ano passado.

A distribuição das campanhas é assegurada pela rede MRW, que conta com mais de 670 franquias em Espanha e 56 em Portugal.

## RE/MAX VENDE UM IMÓVEL A CADA 21 SEGUNDOS



A RE/MAX, líder do mercado imobiliário em Portugal, conseguiu continuar a pontuar e a vencer. Durante 2002 realizou 3362 transacções e no final do ano a RE/MAX contava com 87 franchisados, 81 agências abertas e 520 vendedores associados. Em 2002, a RE/MAX investiu 8.700.000 € no mercado imobiliário português.

Em Portugal, a RE/MAX já criou 600 postos de trabalho e uma das suas apostas é a formação dos profissionais da rede. De acordo com Manuel Alvarez, o Master Franchise da RE/MAX em Portugal, "Os excelentes resultados obtidos são fruto do nosso investimento em formação. No ano passado os franchisados e associados assistiram a mais de 100 dias de cursos de formação".

## O CENTRO DAS CALDAS DA RAINHA



A ERGUIGEST, Projectos e Empreendimentos Imobiliários é a empresa responsável pelo projecto, construção e comercialização do novo centro comercial das Caldas da Rainha.

O CALDASSHOPPING, assim se designa o empreendimento, tem data prevista de abertura ao público no próximo mês de Novembro.

Situado no centro da cidade, junto às principais infraestruturas laborais e comerciais, este centro pretende destacar-se pela sua diferenciação, quer em termos arquitectónicos quer

em termos de oferta de lojas aí presentes.

Uma aposta na diversificação, na qualidade e nas marcas. Nesta perspectiva, estão abertas as inscrições para ocupação de lojas e escritórios.

Para mais informações contactar 262 845 179.



O Grupo onebiz ([www.onebiz.pt](http://www.onebiz.pt)), maior grupo Português de franchising na área da consultoria, anuncia a criação estratégica do serviço integrado de consultoria em franchising através da Teamvision-Franchise Services.

A Teamvision emerge dentro dos serviços do grupo, numa perspectiva de apoiar empresas franchisadoras ou projectos de franchising de raiz, pretendendo ser uma empresa de referência na área da consultoria em franchising.

O franchising é um modelo de negócio que permite expandir uma marca de forma sustentada, através de uma metodologia testada e com um know-how exclusivo, sistematizado em manuais operativos. Este modelo de negócio permitirá às empresas Portuguesas expandirem os seus

conceitos em Portugal e a nível Internacional, sendo este um dos desafios da Teamvision enquanto entidade consultora.

A Teamvision presta serviços de planeamento estratégico e estudos de mercado, desenvolvimento de conceitos de franchising, captação e selecção de franchisados, auditorias de rede, orientação e aconselhamento sobre franchising, formatação de manuais operativos, apoio no plano de financiamento do projecto de franchising, gestão de marketing e publicidade das redes de franchise e apoio à expansão e internacionalização.

A Teamvision partilha com os seus parceiros metodologias de trabalho adaptadas à realidade de cada negócio, acompanhando o processo de implementação de forma a garantir

a sua sustentabilidade. A Teamvision pretende ser um recurso muito valioso para os empresários, no que diz respeito ao apoio e acompanhamento objectivo e profissional na área do franchising.

O partner responsável por este projecto é o Dr. José Lopes, o qual desenvolveu funções de consultoria dentro do grupo desde 1998, passando a Managing Director da Teamvision.

**PARA MAIS INFORMAÇÕES CONTACTE:**

Teamvision/Grupo onebiz

José Lopes

Praceta D. Nuno Álvares Pereira, 20 DB

4450-218 Matosinhos

Telefone: 229 395 009 e Fax: 229 372 350

E-mail: [info@teamvision](mailto:info@teamvision)



PUB

## Distribuição de Publicidade com cobertura nacional a 100%



**BAAM**

Comunicação e Imagem, Lda.

**Lisboa | Porto | Braga | Leiria | Faro**

**SERVIÇOS COMERCIAIS | LIGUE GRÁTIS 800 20 44 70**

Tels.(Geral) 253 30 90 80    Telefax 253 30 90 81    E-mail. [info@baam.pt](mailto:info@baam.pt)    [www.baam.pt](http://www.baam.pt)





# Crescer a valer!

Da educação aos tempos livres, do vestuário aos brinquedos, passando pelo mobiliário, nada é deixado ao acaso quando falamos de crianças. Num mercado em constante mudança nada escapa aos milhares de empreendedores, atentos a todos os pormenores, explorando todas as necessidades de consumo, adequando novas ideias e novos conceitos ao novo panorama social.

## Uma questão de educação

Como é evidente, a preocupação dos pais é constante quando se trata da educação e bem estar dos seus filhos. Com o conceito de "aprendizagem" totalmente modernizado, deitada por terra a ideia do conhecimento como uma obsessiva retenção de conceitos meramente teóricos, cresce nos pais a necessidade de proporcionar às crianças todo um conjunto de actividades de forma a estimular focos de interesse que se traduzam numa mais valia no seu dia a dia.

Assim, assumindo a educação como um forte vector de mudança no futuro, diversas marcas apostam na formação e ocupação de tempos livres das crianças, reforçando a aprendizagem continua, acompanhando as novas tendências, métodos e tecnologias, indo ao encontro das novas necessidades, envolvidos na ideia de que quanto mais motivada, envolvida e estimulada uma criança se encontrar, mais e melhor aprendizagem será retida.

Foi dentro deste contexto que diversas

marcas resolveram entrar no mercado, promovendo a educação dos mais jovens, atendendo aos mais variados aspectos como a idade ou a motivação de cada criança em particular.

Baseada nestes conceitos surge no ano de 2002 a academia **Morangos**. Susana Nobre e Alexandrina Augusto lançam mãos a um projecto vocacionado a prestar todo o apoio pedagógico a crianças entre os 4 e os 12 anos. O seu acompanhamento nos estudos é uma prioridade, mas um vasto conjunto de actividades como inglês, informática, música, dança ou artes plásticas não de todo postas de parte. O objectivo é tão somente juntar o útil ao agradável, conjugando entretenimento e aprendizagem num clima alegre e descontraído.

Se está a pensar em investir neste negócio, pode desde já contar com formação específica e apoio continuo,



software de suporte e uma política de marketing comum. A vocação para trabalhar com crianças é fundamental, daí que a experiência no ramo do ensino seja um factor particularmente relevante na selecção dos franchisados. O investimento é de 20.000€ incluindo direitos de entrada, softwares, formação inicial e continua e material publicitário e de uso corrente. O investimento total ronda os 60.000€ incluindo obras ou remodelações no espaço e mobiliário. Quanto ao espaço não deve ser inferior a 200 m<sup>2</sup>. Os royalties são de 6% e a taxa de publicidade de 2% sobre o total da facturação. O contrato tem duração de 5 anos, sendo renovável por iguais períodos.

E se falamos de ensino, não podemos deixar de referir o inglês e informática como duas das actividades extracurriculares mais procuradas para as crianças em idade escolar e não só. Nomes como **English4U** ou **Navegadores** não nos passam já despercebidos, respondendo a um mercado cada vez mais interessado em ensinar o poder de uma nova língua e ou a utilização das novas tecnologias desde muito cedo ao publico mais jovem.

**English4U** apresenta-se como um exemplo a seguir no ensino de línguas a crianças a partir dos 3 anos. Contando com uma equipa de professores originários dos países cujo idioma leccionam, caracteriza-se pelo seu estilo inovador na forma de ensinar. A sua imagem depressa se associa a momentos de descontração

e animação, suscitando aos mais novos a curiosidade na aprendizagem de um novo idioma motivando-os na busca de novos conhecimentos.

Como zonas de localização a marca dirige-se sobretudo para centros urbanos de preferência perto de infantários e escolas. A dimensão do espaço nunca deverá ser inferior aos 80 m<sup>2</sup>. O direito de entrada é de 10.000€, sendo os royalties de exploração de 10% e o de publicidade de 2%. O contrato terá a duração de 5 anos, sendo renovável pelo período de 1 ano.

Quanto ao ensino da informática a **Navegadores** respondeu do modo mais eficaz á crescente curiosidade que a informática e as novas tecnologias suscitam nos mais pequenos. Empenhados no ensino de crianças a partir dos 3 anos de idade, a **Navegadores** destaca-se também pelo apoio prestado a muitas instituições de ensino ao implementar a informática como uma actividade extracurricular dentro dos próprios estabelecimentos, dando assim possibilidade ás crianças mais desfavorecidas de usufruírem destes serviços.

O investimento para a abertura de uma unidade da marca é de 7500€. O potencial franchisado poderá contar com exclusividade regional e terá todo apoio a nível de gestão com reuniões periódicas para acompanhamento e troca de experiências. O software educativo inicial, o material publicitário e informático é oferecido aos franchisados a preço de revenda. Os royalties são de 7% sobre o volume de facturação, sendo a taxa de publicidade de 3%.

### **Na diversão está o ganho**

E porque um sorriso vale mais que mil palavras, com a proliferação dos serviços de formação surgem também em Portugal os serviços de lazer infantil, fazendo a alegria de miúdos e graúdos. Os parques temáticos surgem como uma excelente forma de diversão, com grandes espaços coloridos, alegres e divertidos, apelando á imaginação e fantasia com o objectivo de estimular as capacidades psicomotoras das crianças sem negligenciar factores tão importantes como a qualidade ou a segurança.

O **Chiqui Park** inaugurou o mercado quando em 1998 instala a sua primeira unidade em Matosinhos, mas depressa se expandiu por zonas como Guimarães, Braga, Setúbal ou Gaia. Com um conjunto de profissionais e monitores a acompanhar as actividades, nenhum aspecto é deixado ao acaso em prol da segurança dos mais pequenos. Contudo, não tardaram a surgir novas marcas dispostas a uma concorrência cerrada. O **Indiana Bill** é disso um exemplo, tendo iniciado a actividade no Porto, cidades como Aveiro e Braga podem já usufruir destes espaços de diversão. Especialmente dirigido ao público dos 2 aos 12 anos, além do espaço de diversão adequado a cada idade, conta também com áreas específicas como bar ou zona de aniversários fomentando a interacção e os actos sociais entre crianças.

### **Do vestuário ao mobiliário**

Apostando nas crianças como público alvo dos seus projectos, não foram poucas as marcas que em regime de franchising se empenharam em mudar o cenário há muito esgotado de áreas como o vestuário ou o mobiliário infantil. Na verdade, não foi difícil perceber que as alternativas não eram muitas quando se falava de roupa ou de um espaço próprio á medida de cada idade onde a criança se pudesse movimentar e identificar. Se a adaptação ás mudanças é uma condição para vencer, nomes como **La Compagnie des Petites** ou **Just 4 Kids** encontraram nas crianças um solo fértil com toda a força para crescer. O objectivo era simples: abrir um novo mundo aos mais pequenos com padrões de conforto e qualidade.

**La Compagnie des Petites**, cadeia de pronto a vestir de origem francesa, instala-se em Portugal em 1996, ados



contando hoje com 16 unidades franchisadas espalhadas por todo o país. Destinada a vestir crianças dos 0 aos 10 anos, aposta na qualidade e originalidade das suas colecções, acompanhando as mudanças dos tempos e das vontades. Envolvida num universo exclusivamente infantil, a qualidade dos seus produtos a preços moderados e a perfeita conjugação roupa/acessórios constituem os pontos fortes da marca.

Todos os potenciais investidores devem contar com um investimento total a rondar os 67.338 €, sendo o direito de entrada de 7.481,97 €. Os royalties de exploração são de 3.5% com IVA sobre as vendas. O contrato tem a duração de 5 anos.

**Just 4 kids**, um franchising português de mobiliário infantil apresenta-se como uma marca de sucesso comprovado no nosso país. Implantada em Portugal desde 2000, após 3 anos de actividade são já 11 as lojas ao nosso dispor de norte a sul do país.

Uma gama de mobiliário completa de acessórios, cor e imaginação marcam a preferência pela **Just 4 Kids**, bastando adaptar alguns módulos multifuncionais aos que já existem para que o conforto reine no quarto das crianças da mais tenra idade até à adolescência.

Tudo isto, aliado a um baixo custo de investimento, com um investimento total de 49.000€, com direitos de entrada, stocks e obras de adaptação incluídos, fazem desta marca um franchising de todo atractivo. Para além disso, há que realçar a



inexistência de royalties e contar com todo o apoio profissional na instalação e lançamento de cada loja. Quanto ao espaço este não tem necessariamente que se localizar nos grandes centros e a área deve estar compreendida entre 60 e 100 m<sup>2</sup>.

### **Um futuro risonho . . .**

Perante tudo isto, é com agrado que constatamos o crescimento de diversas redes de franchising que viram no universo infantil um mundo por explorar, despertando assim para o desenvolvimento, melhorando a par e passo a qualidade de vida dos mais novos. O cenário revelou-se favorável a quem apostou na criatividade para fazer valer o seu potencial, a quem ousou entender, estudar e pensar como crianças, partilhando com elas os mesmos sonhos e os mesmos desejos de crescer, aprender e sobretudo acreditar num futuro melhor, num futuro sempre mais risonho nos negócios e na vida.

PUB

**FERREIRA CAR**

www.ferreiracar.com

www.franchising.pt

PUB

**Quinta de S. Vicente**

www.quintasaovicente.com





## Uma Aposta na Formação

“  
Escola de línguas  
Native teachers  
Gosto muito de cá estar  
Limpa  
Irrepreensível  
Simpática  
Happy school  
4 divertidos professores de inglês  
Um exemplo de escola  
”

(Daniela Relvas, uma menina de dez anos que aprende inglês na English4U respondeu quando lhe pediram para escrever alguma coisa sobre a escola)

A noção de que vivemos tempos em que no Mundo - e particularmente na Europa - as fronteiras se esbatem a uma velocidade vertiginosa; que, como tal, o conhecimento de idiomas é uma ferramenta não só importante, mas crescentemente imprescindível e cada vez mais factor de inclusão ou exclusão social (pelo seu conhecimento ou desconhecimento, respectivamente), aliado ao “profundo desejo de um dos sócios em contribuir para a formação de crianças” esteve na base da criação da Net 2002, empresa que detém a marca English4U, explicou Raquel Almeida da Silva ao *franchising.pt*

“Surgiu-nos a ideia de formar um projecto diferente, voltado para o público, que tirasse partido do know-how científico e profissional dos membros integrantes da equipa fundadora”, conta a directora da English4U. Rapidamente se definiu dois públicos alvo: as crianças e as empresas. Porquê a opção pelo

franchising? “É a forma mais rápida de expansão!”, resumiu Raquel Silva. [ver em “3 P...”]

O facto de especialistas defenderem que este integra-se num grupo de tendências de negócios à prova de recessão (“todos os negócios relacionados com crianças, por extensão terão anos de ouro”, Geraldine Correia *in* Ideias & Negócios) também contribuiu par o lançamento da English4U.



A empresa formou-se em 2002 em Espinho, onde está sediada. Recentemente entrou em funcionamento a primeira unidade franchisada em Vila Nova de Gaia e está em negociação a possibilidade de ainda este ano abrir uma unidade nos Açores, na ilha de S. Miguel.

Segundo Raquel Silva, o investimento para montar uma estrutura que a English4U “mãe” exige varia entre 15.000 e 25.000 euros (incluindo

aqui o direito de entrada), dependendo da área da loja.

Os royalties são 10% sobre a facturação bruta, isenta de IVA “e estabelecemos um fundo para publicidade de 2%”, esclarece. A estrutura deve ter uma dimensão mínima de 80 m2, situar-se em centros urbanos com um mínimo de 5000 habitantes, perto de infantários ou escolas.

“Consideramos que a English4U é já uma aposta ganha”, diz Raquel Almeida da Silva, directora de franchising da empresa. Este optimismo resulta do feed-back das crianças e das “várias propostas de abertura de novas unidades” que têm recebido, algumas das quais chegaram a recuar porque “não temos a menor dúvida que os nossos alunos só merecem o melhor”, conta a responsável.

A procura da excelência é uma característica da English4U. “Atendendo à proliferação de escolas um pouco por todo o lado, apenas um critério nos pode distinguir dos demais: a qualidade”, diz Raquel Silva [ler “3 P...”]

E quanto ao futuro do negócio? “Estamos convictos que não podemos falhar. Vamos apostar tendo por base três critérios: qualidade, profissionalismo e inovação”, revelou, confiante, ao *Franchising.pt*

### 3 Perguntas a... Raquel Silva, directora de franchising do "English4U"

**Franchising.pt: Porquê a opção pelo franchising, julgo que simultaneamente com a criação da própria empresa?**

**Raquel Silva:** É a forma mais rápida de expansão! Actualmente os desafios económicos são inúmeros e incluem o desenvolvimento dos sistemas tecnológicos, organizacionais e produtivos, a globalização da economia, concorrência, competitividade, descentralização, etc.. Mais a mais, vive-se um período marcado pelo aumento da taxa de desemprego e de recessão. Atendendo a que o franchising assenta num modelo de gestão global de diferentes áreas, tais como recursos humanos, marketing e financiamento (entre outras), achamos que a possibilidade das

peças criarem o seu próprio posto de trabalho, sendo proprietários de algo seu, partilhando recursos, como os mencionados, seria uma mais valia não só para as partes interessadas como para a própria economia e país.

**Franchising.pt: Porquê os requisitos que recomendam para os vossos franquistas? (Salas de aula com luz directa; preferencialmente r/c; professores de nacionalidade ou bilingues?)**

**Raquel Silva:** Atendendo à proliferação de escolas que vão surgindo um pouco por todo o lado, apenas um critério nos pode distinguir dos demais: a qualidade.

Acreditamos que não é só a boa qualidade dos docentes o factor que determina a taxa de sucesso dos alunos. A boa qualidade do ensino e a receptividade ao mesmo também passam pela qualidade do ambiente. Insistimos e fazemos ponto de honra

em que as nossas salas de aula tenham as melhores e mais adequadas condições, propícias a um ensino de elevada qualidade, onde o aluno se sinta seguro, à vontade, feliz e disposto a aprender.

Obviamente estes critérios de qualidade obrigam a ter uma boa iluminação (e nada melhor que a luz solar directa), uma decoração agradável sem que seja motivo de distração. O factor segurança também não foi esquecido. Onde estudem crianças, sobretudo as mais pequenas, as escadas serão sempre um factor de risco e de preocupação, motivo pelo qual damos preferência a salas situadas no r/c de qualquer edifício.

Quanto à cidadania dos professores... quem melhor que um cidadão estrangeiro credenciado, para ensinar a sua própria língua e cultura?

**-Em relação aos professores, quantos são ao todo e contam com a colaboração de quantos estrangeiros?**

O número de professores é variável. Há que entender que este projecto não se destina única e exclusivamente a crianças a partir dos 3 anos, mas também à formação de quadros de empresas, assim como de qualquer potencial interessado. Como regra queremos que cada aluno seja o nosso "Aluno". Se por exemplo um cliente





nos pede um curso de Mandarim, de Polaco ou de Suomi, procuraremos satisfazer as suas necessidades.

Em relação aos professores, actualmente contamos com 10 dos quais 1 inglês, 2 sul africanos, 2 italianos, 1 francês, 1 português (bilingue - francês), 1 alemão, 1 espanhol, 1 russo (bilingue - ucraniano) os quais ministram os diferentes idiomas (Inglês, Francês, Alemão, Italiano, Castelhana, Russo, Português para Estrangeiros) não só nas nossas unidades, mas também nas instalações de empresas que efectuaram contratos connosco.

Em resumo, temos um professor cidadão português e 9 professores cidadãos estrangeiros ou com dupla nacionalidade.

PUB



**Não corra riscos de acidentes ao volante, nem se arrisque a ficar sem carta!**

Aproveite esta oportunidade única e peça AGORA o seu fantástico

**Kit Mãos-Livres sem Fios**  
O Último Grito em Tecnologia.

Atenção: Preço Promocional com Stock Limitado

Apenas **19,90 Euros** com oferta dos portes de envio  
(IVA incluído)

Pague apenas quando receber o seu produto:  
**entregas rápidas**



## FRANCHISING & NEW BUSINESS: SANGUE NOVO NA ÁREA



Já está nas bancas o nº 1 da revista Franchising & New Business, uma publicação da editora Quiosque Tejo, que terá uma periodicidade bimestral. À frente dos destinos da revista, encontra-se uma equipa de créditos firmados, liderada pelo reputado jornalista Fernando Magueta.

Consciente do valor da Franchising & New Business para a dinamização do mercado nacional e da informação sobre o sector do franchising, o portal [www.franchising.pt](http://www.franchising.pt) e a sua também recente criação "Franchising Digital Magazine" apoiam a sua divulgação e colaborando, nomeadamente na cedência de conteúdos e no Conselho Editorial.

A revista Franchising & New Business está disponível ao preço de capa de 3 €, contando com um Directório de Marcas grátis.

O portal [www.franchising.pt](http://www.franchising.pt) e a Franchising Digital dão as boas vindas e desejam todo o sucesso à revista que, a manter a qualidade deste primeiro número terá certamente o êxito garantido.

**NÃO PERCA A OPORTUNIDADE! RECORTE, PREENHA E ENVIE JÁ.**

**Sim, quero assinar a revista Franchising & New Business por um período de:**

- 2 anos (12 edições) com desconto de 20% por 28,80€ (2,40€ ex.)  
 1 ano (6 edições) com desconto de 10% por 16,20€ (2,70€ ex.)

Nome \_\_\_\_\_

Data de Nascimento \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_ Profissão \_\_\_\_\_

Morada \_\_\_\_\_

Código Postal \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_ Telefone \_\_\_\_\_

E-mail \_\_\_\_\_

Envio o cheque n.º \_\_\_\_\_ no valor de \_\_\_\_\_ €, do banco \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_ à ordem de Quiosque Tejo, Lda. \_\_\_\_\_

Faço uma transferência bancária no valor de \_\_\_\_\_ €, para a conta n.º 003500330001062393004 da Caixa Geral de Depósitos, em nome da Quiosque Tejo, Lda.

Envio Vale Postal no valor de \_\_\_\_\_ €, à ordem de Quiosque Tejo, Lda., para a morada:  
 Rua Chão do Conde, 5-G • 2890-096 Alcochete.

Assinatura \_\_\_\_\_





## ALMA: O Segredo do Negócio

Estas palavras apareceram-me ontem, quando regressava a casa para jantar. Estava a conduzir, cansado, olhando através do vidro aberto este inesperado verão-novembro. Pensei então, num assomo filosófico que há muito me não sucedia, que só existia o que fazia parte dos seres humanos e aquilo que lhes não pertencia. Isto é, que só havia o interior e o exterior ao homem. Rapidamente percebi que, no entanto, o exterior cabia, quantas vezes, no interior do homem. Claro que assim era. Mas, e o interior do homem, seria ele parte integrante do seu exterior? Apreciei mais a carne assada que o arroz que a acompanhava. Sim, enquanto lavava os dentes, pois se o homem está sempre a deixar a sua marca em tudo o que toca... Nem sempre o faz é da melhor forma. Ou da forma mais estimulante.

Ao meu lado está a universidade e alcanço-a enquanto inspiro fundo um delicioso aroma a terra molhada. Caminho de forma lenta e tento perceber as motivações dos que comigo se cruzam: estudantes jovens com as mãos direitas erguidas segurando um objecto ao qual dão muita

atenção, um cinquentão com ar de ex-punk que conversa com o cigarro enquanto mira a calçada, um casal de emigrantes de leste, muito carinhosos, aos beijinhos e abraços. É. Somos todos muito diferentes uns dos outros e ainda bem que assim acontece. É a diversidade que nos engrandece.



No final do meu passeio dou comigo a tomar café e a cair na realidade de novo. Penso então nos novos negócios dos homens novos, como estes que comigo habitam este espaço. Digo em voz

baixa, como quem conversa com um cigarro, que os negócios deveriam ter sempre em atenção uma determinada ideia de diversidade, na atenção a prestar aos públicos e na forma de realizar a inovação. Gosto de pensar que é possível fazê-lo em conformidade com uma outra ideia, um outro conceito, o de portugalidade. Ou seja, julgo ser necessário para o nosso desenvolvimento económico e social que apostemos em ideias boas, mas que o façamos tendo em conta a nossa identidade. Deixando uma marca de modernidade, de inovação e de carácter. Sem recorrência sistemática às ideias dos outros. Mas isto, parece-me evidente, passa por uma aposta determinada, intransigente, na educação dos mais novos. São eles quem terão de perceber claramente a necessidade imperiosa de criarmos/sedimentarmos a nossa marca no mercado global. Uma marca que nos distinga, que nos promova, que nos orgulhe. Faça chuva ou faça sol. A empregada de piercing no nariz piscou-me o olho à saída.



## BOTAMINUTO

Tel. 214 447 902  
Fax 214 447 904  
botaminuto@sapo.pt

BOTAMINUTO é a única marca do sector a operar em Portugal em regime de Franchising.

Os nossos serviços:

- Conserto de calçado
- Conserto de malas
- Venda de acessórios
- Cópias de chaves
- Cópias de comandos
- Venda de pequenas ferragens
- Impressão de carimbos/cartões,
- Impressão de matrículas/placas.

O seu conceito inovador, baseado na qualidade e na rapidez, mas também no aconselhamento, tem na sua escola de formação um elemento fundamental. A imagem simpática das suas lojas e a satisfação dos clientes, que têm dificuldades em conseguir uma prestação de serviços tão qualificada, granjeia-lhe de imediato a adesão do público.

Isto possibilita que, num espaço de 6 meses, a BOTAMINUTO tenha aberto lojas em alguns dos principais centros comerciais: Lisboa (Amoreiras Shopping Center e Galerias Atrium Saldanha), Oeiras (Oeiras Parque), Algés (Dolce Vita Miraflores) e Porto (Shopping Cidade do Porto), e prevê novas aberturas na Amadora, Setúbal, Viseu, Leiria, Porto, Viana do Castelo e Coimbra.



Centro de Tratamento Automóvel

## PRECISION TUNE

### AUTO CARE

Tel. 218 114 100  
Fax 218 114 199  
www.precision.pt  
alexandre.tirano@precision.pt

A Precision é um franchise de serviços de diagnóstico, manutenção e reparação automóvel. Os serviços prestados são multimarca e vão desde mudanças de óleo a diagnósticos de motor. As oficinas Precision são verdadeiros centros de tratamento automóvel, que se diferenciam pela tecnologia e pelo relacionamento com o cliente.

Com efeito, o modelo da Precision aposta forte na tecnologia e, em consequência, os seus centros são amplamente equipados. Esta aposta no know-how pressupõe uma elevada capacidade de formação dos técnicos.

Quanto ao relacionamento com os clientes, a Precision inspira-se na chamada distribuição moderna e introduz no sector da assistência automóvel a experiência da banca, das telecomunicações e da distribuição alimentar. A influência destes sectores é visível a vários níveis: no ambiente da loja, na política transparente de preços, nos pacotes e menus de produto e em toda a linguagem de comunicação utilizada pela Precision. Os Centros Precision colocam toda a atenção na satisfação do cliente, indo ao encontro das suas necessidades de conveniência, competência, transparência e simpatia.



## LA COMPAGNIE DES PETITS

Tel. 223 744 432  
Fax 223 791 747  
www.lacompagniedespetits.com  
lacompagniedespetits@shape.pt

Se pretendem criar a vossa empresa de franchising, contactem a La Compagnie des Petits.

La Compagnie des Petits é uma cadeia de pronto a vestir para crianças dos 0 aos 10 anos.

As colecções estão todas baseadas nos princípios de "conjugação", que permitem formar conjuntos completos, muito criativos.

La Compagnie des Petits provou que duma maneira geral o seu conceito é sedutor.

Sedutor pela originalidade das suas colecções que reflectem as mudanças da época e que se transmite às novas gerações de mães e crianças.

Sedutor pela qualidade dos seus produtos que cumprem com preços moderados e fazem roupa e acessórios totalmente irresistíveis.

Sedutor, enfim, pelo universo lúdico voltado exclusivamente para as crianças.



## JUST4KIDS

Tel. 212 260 525  
Fax 212 291 990  
www.just4kids.pt  
franchising@just4kids.pt

Um franchising português que surgiu no início do ano 2000 e que em apenas 3 anos de actividade conta já com 11 lojas abertas de norte a sul do País (Algés, Almada, Coimbra, Covilhã, Faro, Fogueteiro, Leiria, Massamá, Matosinhos, Setúbal e Telheiras)

O conceito incorpora móveis dinamarqueses e uma vasta e completa gama de acessórios para decorar com muita cor e imaginação o quarto dos mais pequenos.

Desde que nascem até à adolescência os quartos "vão crescendo com eles" bastando para tal modificar ou adicionar alguns módulos aos já existentes. Um conceito aliciante aliado a um baixo custo de investimento total (49.000 €): incluindo direitos de entrada, stocks e obras de adaptação. A inexistência de royalties, o apoio profissional na instalação e no lançamento de cada loja são argumentos fortes para o investimento na Just4Kids. A localização do espaço, com áreas compreendidas entre 60 e 100m<sup>2</sup>, não tem de ser necessariamente de ser em zonas nobres.

**Just4Kids - Móveis que crescem com eles..... CRESÇA VOCÊ CONNOSCO!**

Anuncie na

franchising**DIGITAL**

O Seu Negócio Agradece!