

A 1ª Revista Digital
em Portugal do Portal
www.franchising.pt

FEDM

Edição Nº 12 / 2007

FRANCHISING Digital MAGAZINE

BESTDRY

Para lavar...
sem água

HOME INSTEAD
com conceito
Senior Sitting

GRUPO ONEBIZ
entra em
novo mercado

Distribuída
a **10.000**
assinantes

*Arranque para
o sucesso*

Edição exclusiva

franchising.pt
portal dos sucesso

CONHEÇA AS GRANDES NOVIDADES EM DESTAQUE

ACCIVE INSURANCE ANUNCIA NOVA PARCERIA



Companhia de Seguros Prévoir Vie aumenta oferta de produtos vida da rede Accive

Inserida na estratégia de desenvolvimento comercial da Accive Insurance – Corretores de Seguros, assente em protocolos com as melhores seguradoras a actuar no mercado nacional, comunicamos o desenvolvimento de uma parceria comercial com a Companhia de Seguros Prévoir Vie.

A Companhia de Seguros Prévoir Vie – Groupe Prévoir, SA (Sucursal), iniciou a sua actividade em Portugal em Setembro de 1996. Há mais de 90 anos que o Grupo Prévoir se dedica exclusivamente ao seguro de pessoas, permanecendo fiel à sua missão inicial – propor às famílias garantias contra os riscos da existência.

Com a distribuição feita através da rede de parceiros Accive, os produtos mistos Prévoir – nas áreas de vida risco e financeira – estão disponíveis a preços e condições particularmente

competitivas e com todas as vantagens fiscais inerentes aos seguros de vida.

Novos produtos Prévoir comercializados na rede Accive:

Prévoir Criança
Prévital
Prévoir Gerações
PPR/E
Prévoir Reforma 2
Prévoir Solução 5

Sobre a Accive

Criada em 2003 no seio do Grupo Onebiz, a Accive Insurance cresceu no mercado de seguros com uma rede de parceiros franchisados, estando presente em Portugal com mais de 30 escritórios e consultores especi-

alizados neste mercado.

A Accive oferece um leque global e integrado de soluções em seguros para empresas e particulares:

- Protecção do Património Empresarial
- Protecção dos Colaboradores da Empresa
- Responsabilidade da Empresa perante Terceiros
- Seguros de Lucros Cessantes
- Seguros Auto
- Seguros Habitação
- Responsabilidade Civil
- Viagem
- Saúde
- Vida

A Accive Insurance é uma empresa do Grupo Onebiz, líder em serviços em sistema de franchising, que desenvolve diversas áreas de negócio como Serviços Financeiros, Consultoria e Serviços de Educação Infantil e Marketing. Presente em Portugal, Espanha, França, Itália, Alemanha, Grécia, Chipre, Polónia, Hungria, Ucrânia, Reino Unido, Líbano, Angola, Moçambique e Brasil, o Grupo fechou o ano 2006 com um volume de negócios de 8,5 milhões de euros. ■



FICHA TÉCNICA

Director
José Azevedo
jose.azevedo@franchising.pt

Editora
Cenária - Comunicação e Multimédia
geral@cenaria.pt

Redactores e colaboradores
Dúmia Ferreira, Guilherme Soares e Miguel Duarte

Departamento Comercial
Marcelo Marques
marcelo.marques@franchising.pt

Assinaturas
www.franchising.pt

Grafismo
Cenária - Comunicação e Multimédia

Periodicidade
Bimestral

Propriedade



MRW INAUGURA NOVA PLATAFORMA EM BARCELONA



A MRW, líder ibérico no transporte urgente de documentos e pequenas encomendas, deslocalizou a plataforma logística de Barcelona para uma nova nave, junto ao aeroporto, o que trouxe claras melhorias ao nível da localização, equipamento e área. Um investimento de 17 milhões de euros que visa fazer face ao sustentado crescimento que a rede tem registado, assim como garantir e incrementar os níveis de qualidade e eficácia que a rede de transportes urgentes presta aos seus clientes.

Situada no Polígono Mas Blau II, junto ao aeroporto de Prat de Llobregat, em Barcelona, a nova plataforma logística tem uma área de 13.000m².

As mais recentes instalações da companhia receberam um moderno e sofisticado sistema de classificação e separação automática de envios; um para encomendas, com 73 saídas, e outro para envelopes MRW, com 118 saídas. Este sistema tem capacidade para descarga simultânea de 19 furgões.

As plataformas logísticas desempenham um papel fundamental na logística da rede MRW, já que são os pontos onde se encontram e intercambiam envios em diversas franjas horárias, para os mais diversos destinos ibéricos e mundiais. São

assim factores críticos na agilidade, eficácia e rapidez da rede.

A empresa conta actualmente com 775 lojas franchisadas (das quais 72 em Portugal) e 41 plataformas logísticas, repartidas por Andorra, Espanha, Gibraltar e Portugal. As plataformas ocupam uma superfície superior a 90.000m².

A MRW comemora este ano o seu 30º aniversário. MRW, há 30 anos a gerar confiança. ■



E tem 775 lojas franchisadas na Península Ibérica

A MRW acaba de atingir as 775 lojas franchisadas, reforçando a liderança no ranking das empresas do sector de transporte urgente com maior implantação na Península Ibérica. A abertura, em Junho, de quatro novas lojas em Espanha (Alacant, Barcelona -2- e Valência) e uma em Portugal (Valadares), permitiu atingir a meta das 775 lojas.

Presente em Andorra, Espanha, Gibraltar e Portugal, nos últimos anos, a rede MRW seguiu uma linha de crescimento sustentado, que permitiu abrir uma média de 26 novas lojas franchisadas por ano. O mesmo é dizer que, a cada 14 dias, uma nova loja MRW abre as suas portas.

Este crescimento contínuo é

espoletado, principalmente, pela iniciativa dos franchisados, que, querendo estar cada vez mais próximos dos seus clientes, dilatar os prazos de recolha e encurtar os de entrega, abrem novas lojas nas zonas que já detêm. Com o aumento da capilaridade, aumenta-se a proximidade, o que conduz a um contacto mais estreito e personalizado entre cliente e franchisado.

O crescimento da rede ibérica de franchising, é ainda fruto do êxito do negócio, testado e com 30 anos de existência, que se comemoram este ano.

A MRW é caracterizada pela sua fidelidade aos mais rigorosos padrões

de qualidade, e pela ampla gama de serviços e prestações complementares. A rapidez, aliada à qualidade dos serviços e cobertura integral do território ibérico, posicionam a marca como líder na sua área de actividade.

Para apoio a esta estrutura de lojas franchisadas, a marca espanhola de courier possui actualmente 41 plataformas logísticas repartidas pela Península Ibérica, que conjuntamente, totalizam mais de 90.000m² de área.

A rede portuguesa tem actualmente 72 lojas franchisadas, posicionando-se como líder na prestação de serviços para empresas, em regime de franchising. ■

PANO BOUTIQUE COM OFERTA DE ADESÃO



São inúmeros a querer integrar o grupo Pano Boutique e nós estamos muito gratos por isso.

A fim de demonstrar o nosso apreço, temos o prazer de oferecer ao 10 primeiros candidatos uma dedução de 1000 € sobre o pack II e de 3000 € sobre o pack III para qualquer reserva

de território antes de 31 de Julho de 2007.

Para este propósito, agradecemos que entrem em contacto com o Master do vosso país e utilizem o código REM0707P.

Esta oferta é independente de quaisquer negociações que possam já estar em curso.

Informamos que o nosso serviço de logística e expedição estará encerrado de 04 a 31 de Agosto de 2007. Apenas procederemos às entregas das boutiques em Setembro. ■



GRUPO ONEBIZ ENTRA NO MERCADO DE MARKETING E MÉDIA



Com a compra da 4Best, o Grupo dá o primeiro passo numa área com muitas perspectivas de negócio.

A 4Best (www.4best.pt) é a mais recente aquisição do Grupo nortenho Onebiz. A empresa de Design, Web & Marketing recém participada pelo Grupo, que é reconhecido no sector do franchising pelo seu empreendedorismo e criação de novos negócios, detém vários portais especializados em Franchising, para o mercado português, um espanhol para o mercado deste país, além do bizfranchising.com, dirigido ao mercado internacional para a entrada de novos negócios em Portugal.

Segundo João Ferreira, Manager da 4Best, com a evolução da Internet, as

PME´s portuguesas posicionam-se na Internet com um site institucional, como o cartão de visitas virtual da empresa: "A Internet é um meio de comunicação com características específicas e completamente distintas de todos os meios tradicionais e é sem dúvida o meio mais abrangente para comunicar".

O posicionamento da 4Best no mercado, sobretudo no franchising, e também os resultados obtidos nos últimos anos – o crescimento da facturação foi superior à 25%, como o aumento das visitas aos sites, mais de 1,2 milhões – vêm de encontro com a estratégia base definida pelos administradores da Onebiz, António Godinho e Pedro Santos, em conquistar e manter a liderança no sector de franchising, sendo este um factor fundamental para avançar com a participação na 4Best.

Áreas de actuação da 4Best: web: desenvolvimento de websites à medida, optimização de websites na web, re-design; Design: criação e desenvolvimento de marcas; e-Marketing: criação e envio de newsletters digitais, revistas em formato electrónico, publicidades digitais; Consultoria: campanhas de marketing e comunicação. ■



NOVAS INAUGURAÇÕES EM BARCELOS E AMARES



* Aberturas reafirmam potencialidades de "conceito de proximidade"

A Laforêt Immobilier Portugal acaba de abrir ao público duas novas agências no Minho, projectos imobiliários que nascem nos concelhos de Amares e Barcelos e no seguimento da excelente receptividade do conceito de origem europeia junto do mercado minhoto.

Para os franqueados João Ribeiro e Carlos Simões, gerentes das agências Laforêt Barcelos e Amares, respectivamente, estes novos investimentos reflectem a aceitação dos princípios da marca - EFICIÊNCIA, TRANSPARÊNCIA E CONVÍVIO - um

"espelho" de todo o trabalho desenvolvido pela Laforêt nos primeiros anos de actividade em Portugal. "O respeito e a satisfação dos clientes motivam a aposta contínua num crescimento sustentado, assegurando a presença da marca em mercados distintos, posicionando-a como a "resposta certa" para todos os negócios imobiliários. Resultado do "conceito de proximidade" internacionalmente testado, privilegiamos cada vez mais o acompanhamento do cliente em cada transacção de compra, venda ou arrendamento de um imóvel, mais-valias que demonstram o nosso savoir-faire em cada parceria", concluem.

Com 12 agências em funcionamento - Algés, Aveiro, Amares, Barcelos, Cascais, Coimbra Almedina, Lisboa Av. Roma, Lisboa Campo de Ourique, Lisboa Expo, Portimão, Porto (Campo Alegre) e Vila Verde - e 6 em fase de abertura - Almancil, Braga (Sé), Braga (S. Vitor), Parede, Ponte de Lima e Porto Parque da Cidade -, a estratégia

da Laforêt passa agora pela consolidação da rede e abertura de futuras agências na região do Ribatejo, Grande Lisboa, Alentejo e Algarve.

Projectado desde 1991 para as especificidades do mercado imobiliário europeu, a Laforêt Immobilier - criada em 1981, em França conta actualmente com mais de 800 unidades e uma notoriedade superior a 82% - avança com a exportação do conceito francês de mediação imobiliária para Portugal, tendo traçado o objectivo de encontrar 130 parceiros e assegurar a presença nas principais cidades portuguesas, até ao final de 2012. ■



GMAC Imobiliária Portugal com nova loja em MIRAFLORES



GMAC Imobiliária Portugal, rede pertencente ao grupo General Motors, tem em funcionamento mais uma Loja, agora na zona de Miraflores.

A GMAC Imobiliária Miraflores já abriu as portas. Liderada por Barbara Pereira e Paulo Pires, esta Loja da GMAC Imobiliária Portugal está determinada em alcançar o sucesso apostando, para isso, num serviço de qualidade e na potencialidade do mercado.

Com um excelente conhecimento da zona, uma das grandes apostas desta nova unidade da rede é a comunicação e o permanente contacto com o cliente.

"Vamos estar permanentemente junto de potenciais clientes, dando a conhecer os nossos serviços, através de diversos meios de comunicação, nomeadamente no nosso site, portais na internet, jornais nacionais e locais e comunicação directa com a população".

A inauguração de mais esta loja enquadra-se na estratégia de expansão da rede para este ano, que consiste em marcar presença de Norte a Sul do país fortificando o número de

Lojas na zona da Grande Lisboa. Novas aberturas estão previstas a breve trecho nomeadamente a GMAC Imobiliária Campo de Ourique, Madeira, Parede, Albufeira, Armação de Pêra e Laranjeiras.

Desenvolvendo a sua actividade no segmento estratégico do mercado imobiliário residencial, escritórios e comercial a GMAC Imobiliária Miraflores aposta na diferenciação através da prestação de um serviço de qualidade, consubstanciado no Premier Service, sendo esta uma das mais valias credíveis para a fidelização do cliente, bem como para a conquista de um lugar de destaque face à concorrência. ■

RECITONER ESTABELECE PROTOCOLOS



Protocolo com a APCL

A 20.03.2007 a RECITONER e a APCL – Associação de Paralisia Cerebral de Lisboa, assinaram um protocolo que concederá donativos à APCL por cada tinteiro ou toner reciclado vendido pela Recitoner e seus associados.

No canto inferior direito da frente de cada embalagem, destaca-se claramente uma foto gentilmente cedida pela Instituição na sua actividade.

Toda a rede RECITONER pretende publicamente expressar os seus agradecimentos à APCL por nos permitir contribuir para tão nobre causa e transmitir os nossos parabéns à APCL pela sua acção profundamente louvável e humanitária.

Protocolo com a A.M.I.

A 15.06.2007 a RECITONER e a AMI (Fundação de Assistência Médica Internacional, Organização Não Governamental portuguesa de utilidade pública, convencionaram uma parceria para angariação de donativos através da venda de tinteiros e toners reciclados.

A rede Recitoner deseja expressar o seu reconhecimento à AMI por nos permitir ajudá-la na sua imensa dedicação abnegada e grandiosa tarefa de auxílio aos Povos mais carentes do nosso Planeta. ■



DERMOCLINICS COM RITUAIS INOVADORES



Imagine uma atmosfera acolhedora, onde a luz é dada apenas pelas velas que se encontram estrategicamente colocadas. No ar permanece um aroma a frutos silvestres, que despertam os seus sentidos. É neste cenário que a DermoClinics o convida a experimentar o ritual Frescura da Fruta do Ártico, onde o arando é o ingrediente especial e principal.

Além do seu aroma agradável e das sensações inovadoras que proporciona na pele, o arando tem ainda outros benefícios. O seu efeito anti-microbiano há muito foi provado: as bactérias ficam inofensivas com proanhocyan (taninas condensadas), uma substância contida nos arandos Americanos. Estes também contêm

sódio, fósforo e um conteúdo elevado de potássio e vitamina C, tornando o seu efeito antioxidante e rejuvenescedor tão admirável.

O ritual tem início com a limpeza da pele. Com um gel de banho aromático transparente que contém extracto de arando e hidratantes naturais, alcança-se uma limpeza de corpo revigorante. Segue-se a esfoliação com uma pasta pronta a ser utilizada, que é feita de componentes secos do arando. Esta contém arandos esmagados e pulverizados, óleo de semente de uva e cristais de açúcar, para uma esfoliação perfeita e suave.

O passo seguinte é uma massagem de relaxamento. Utiliza-se um óleo com o aroma do limão, que contém óleo de semente de uva e óleo essencial de limão e tem a extraordinária capacidade de melhorar o humor!

Segue-se o envolvimento corporal que pode ser feito com um gel vermelho frutado para aplicação em todo o te

corpo. Este gel contém extracto de arando e proporciona uma sensação de frescura e bem-estar durante vinte minutos. Em alternativa, pode ser utilizada uma máscara de corpo que aquece e proporciona um conforto especial. Esta máscara contém alginatos, extracto de arando e proteína de trigo, que conferem à pele uma textura suave e delicada.

Para finalizar, é aplicada uma loção em spray aromática para corpo, que é o ingrediente ideal para a massagem final. O resultado: uma pele hidratada e mimada e, acima de tudo, um corpo muito relaxado! ■



HABICAST INAUGURA AGÊNCIA NA COVILHÃ



A Habicast, maior rede portuguesa de franchising imobiliário, dá mais um grande passo na sua expansão em território nacional, mais precisamente no seio da Beira Interior.

Depois de na última semana ter anunciado a inauguração das suas lojas no Carregado e em Braga, e da

previsão de mais 3 aberturas nas próximas semanas, vem anunciar o arranque da sua agência na Covilhã, na freguesia de Santa Maria, junto ao maior centro comercial da Beira Interior, "Serra Shopping".

Esta é uma aposta em grande de uma equipa dirigida por Vitor Nunes - Director Comercial desta agência, que optou por levar a Habicast até à "porta da serra", destacando entre muitas vantagens comerciais, o know-how que a marca tem no mercado imobiliário português.

Segundo Vitor Nunes "a Habicast

proporciona aos seus franchisados uma constante inovação de produtos e serviços imobiliários, de modo a garantir a satisfação das necessidades dos nossos futuros clientes, e destacando-se assim da restante concorrência.", conclui.



MASTERTICKET abre unidade em SETÚBAL



Continuando a sua fase de expansão, a Masterticket abriu mais uma nova unidade franchisada que irá cobrir o concelho de Setúbal.

As responsáveis pela unidade de Setúbal, Sra. Elsa Costa e Ana Costa, irão brevemente iniciar uma campanha publicitária em alguns estabelecimentos comerciais da

região.

A Masterticket brevemente abrirá mais 3 a 4 unidades franchisadas em Portugal e iniciará a sua expansão no mercado espanhol.

A optimização dos talões de caixa como novo formato de publicidade leva a uma nova forma das empresas comunicarem com os clientes, facto esse que está a ser a chave do sucesso para este enorme crescimento da Masterticket em Portugal.

Na verdade, a Masterticket torna-se uma poderosa ferramenta de comunicação porque permite a

divulgação de informações relevantes dos seus anunciantes aos seus potenciais clientes, de uma forma ágil e eficaz com baixo custo por contacto.

A Masterticket é uma excelente oportunidade para todas as pessoas que estejam a pensar em criar o seu próprio negócio, uma vez que é uma marca consolidada e em condições de partilhar o seu sucesso com pessoas com capacidade de trabalho e vontade de realização profissional.

Não necessita de loja ou armazém, não tem royalties e tem uma elevada margem de crescimento.

PÁTIO DO RECREIO abre nova loja em TORRES VEDRAS



O Pátio do Recreio – Actividades Educativas e Material Didáctico, inaugura mais uma loja de artigos para crianças, desta vez em Torres Vedras.

Este novo espaço dispõe de uma área comercial com brinquedos em

madeira e tecido, material didáctico, telas pintadas à mão, livros infantis, organização de festas de aniversário, entre outros. Esta nova loja Pátio do Recreio dispõe também de uma área de actividades educativas e lúdicas onde as crianças podem fazer desenhos, jogos e muitas outras brincadeiras diariamente e ateliers em datas específicas.

Este novo espaço tem como intuito tornar-se um espaço de inovação e

referência no sector com uma oferta diferenciada pela qualidade superior dos seus artigos, no qual será sempre dada a primazia à exploração e experimentação dos artigos pelas próprias crianças e seus agentes educativos.

O Pátio do Recreio situa-se na principal zona comercial de Torres Vedras. Com morada na Rua Paiva de Andrada, 3 B, 2560-357 Torres Vedras (Junto à Praça do Império).

HOME INSTEAD lança novo conceito: o SENIOR SITTING



Há já muitos anos que se recorre ao Baby Sitting para tomar conta dos mais novos. Agora, a Home Instead Senior Care introduziu este conceito para a população sénior. Complementando um normal acréscimo de serviços durante os períodos de férias – quando as famílias se ausentam e precisam de alguém que cuide dos seus membros mais idosos ou dependentes - a empresa lançou o Senior Sitting, um serviço inovador cujo objectivo é manter a união das famílias nos períodos de lazer.

Nem sempre os seniores podem cumprir a totalidade dos programas de férias. As caminhadas, visitas a museus ou jantares prolongados podem ser verdadeiramente extenuantes. Mas isso não significa que tenham de abdicar de todo um período de lazer e dos momentos agradáveis que se proporcionam em férias. O Senior Sitting pretende criar uma alternativa, assegurando o acompanhamento dos mais idosos ou dependentes nos períodos em que lhes é mais difícil acompanhar os restantes familiares, deixando as famílias disponíveis para actividades mais exigentes em termos físicos, mas simultaneamente descansadas por saberem que a segurança dos seus membros seniores está assegurada.

As colaboradoras da Home Instead Senior Care – as CAREGivers – têm formação especializada e estão aptas a desenvolver uma série de

actividades com os seniores. Tudo para que os mais velhos ocupem o seu tempo da melhor forma.

O serviço de Senior Sitting é particularmente relevante durante o Verão, principalmente quando as famílias planeiam as suas férias em função dos seus familiares mais velhos, chegando mesmo a abdicar de programas mais ambiciosos. Agora já não há qualquer motivo para deixar de ir de férias, pois poderão deixar os seus familiares em casa ou levá-los consigo, sabendo que a Home Instead Senior Care lhes proporciona esquemas de apoio adequados a cada situação - e que os seus familiares irão ter os melhores cuidados possíveis!

As famílias poderão recorrer ao Senior Sitting pelo período que mais lhes convier, desde apenas algumas horas até várias semanas. A Home Instead Senior Care oferece igualmente serviços de apoio permanente, com a presença continuada de CAREGivers em casa dos seus clientes.

Mais informações sobre o serviço de Senior Sitting podem ser obtidas através do 808 252 000 ou no site www.homeinstead.pt.

Sobre a Home Instead Senior Care
A Home Instead Senior Care é uma empresa de prestação de serviços não-clínicos de acompanhamento e apoio doméstico para os idosos e dependentes. Criada em 1994, a Home Instead Senior Care possui actualmente cerca de 700 escritórios, com presença em Portugal, Estados Unidos, Canadá, Japão, Austrália, Irlanda, Nova Zelândia, Inglaterra, Taiwan, Espanha e Suíça. Foi considerado o melhor franchising americano em 2001, na área do Apoio Social, e tem ganho diversos prémios empresariais e comunitários, nomeadamente uma importante distinção relacionada com o seu programa de apoio a doentes de Alzheimer. No ano

Portugal foi o primeiro país europeu a acolher a Home Instead Senior Care. Neste momento existem onze escritórios em actividade, que asseguram os serviços nas áreas de Oeiras, Cascais, Leiria, Monção, Santarém, Madeira (Funchal), Setúbal, Açores (Ponta Delgada), Almada, Torres Novas e Lisboa. Durante o ano de 2007 estão previstas novas aberturas. ■



SEGURANÇA ALIMENTAR CHEGA A POLÓNIA VIA PORTUGAL



Bioqual dá continuidade ao processo de expansão internacional

O HACCP é o sistema internacionalmente aceite e documentado pelo REGULAMENTO N.º 852/2004 de 29 de Abril de 2004 relativo à higiene dos géneros alimentícios, e foi definido com o objectivo de apoiar as organizações a gerir os perigos que afectam a segurança alimentar. Neste sentido, a empresa portuguesa Bioqual, que oferece serviços em

controlo da qualidade e segurança alimentar, iniciou sua expansão no mercado polaco, sendo o empresário Pawel Faszczka a representar a marca na Polónia.

Com esta recente ida da marca para o mercado Polaco, a Bioqual dá continuidade ao processo de expansão internacional da marca, uma vez que pretende vir a seleccionar Masters franchisados para diversos países, tendo como próximos objectivos a Espanha e o Brasil.

Sobre a Bioqual

A Bioqual é uma marca de origem portuguesa, apresentando-se como a solução aos problemas de segurança e qualidade alimentar levantados nas áreas da hotelaria, restauração e indústrias alimentares, numa conjuntura caracterizada por uma

crescente desconfiança e cepticismo por parte dos consumidores. Sendo assim, a Bioqual poderá ser o parceiro ideal para aqueles estabelecimentos que pretendam cumprir a legislação, aumentar a confiança e satisfação dos clientes, diminuir custos sem reduzir a qualidade e otimizar a rentabilidade da área da cozinha.

A Bioqual é uma empresa do Grupo Onebiz, líder em serviços em sistema de franchising, que desenvolve diversas áreas de negócio como Serviços Financeiros, Consultoria e Serviços de Educação Infantil e Marketing. Presente em Portugal, Espanha, França, Itália, Alemanha, Grécia, Chipre, Polónia, Hungria, Ucrânia, Reino Unido, Líbano, Angola, Moçambique e Brasil, o Grupo fechou o ano 2006 com um volume de negócios de 8,5 milhões de euros. ■

CONCURSO INÉDITO PARA PROGRAMA DE EMAGRECIMENTO EM CASAL



Projecto de Emagrecimento do casal é a nova iniciativa do CEMR, decidido a comprovar a eficiência do seu mais recente serviço – A Nutrição ao Serviço da Estética, um aconselhamento de nutrição complementado com tratamentos específicos de estética. Durante os 3 meses de Verão, Manuela Rebelo convida os casais a participarem num desafio especial: perder 20 kg por casal num prazo de 2 meses, sendo que vence o primeiro que atingir o objectivo com maior eficiência.

“Queremos consciencializar as pessoas para que tratem do corpo com a ajuda de uma dieta equilibrada preparada à medida de cada um e com o apoio de

peças especializadas, pois torna-se muito mais eficaz do que dietas desequilibradas à boca do Verão”, afirma Manuela Rebelo e a competição é extensível a todos os casais que queiram participar, dentro ou fora do círculo de actuais clientes CEMR, sendo que a máxima “Cada Cliente é um Cliente e é Único” será aplicada a todos os participantes.

As consultas serão GRATUITAS, sendo que a 1ª será feita logo após a inscrição, para que sob a avaliação da Nutricionista do Centro seja traçado o plano de perda de peso individual numa missão a cumprir a dois, uma vez que “as pessoas se sentem mais motivadas a perder peso quando acompanhadas”, como afirma Manuela Rebelo, sublinhando ainda que “foi por este motivo que tivemos esta ideia de lançar

o desafio ao casal, para que juntos possam cumprir um objectivo que no final será benéfico para ambos”.

Por forma a haver um controlo fidedigno das perdas de peso, haverá consultas semanais de verificação dos progressos obtidos pelos concorrentes, feitas no mesmo dia para todos os casais, às quais os concorrentes, logo no acto da inscrição, deverão assumir o compromisso de honra de comparecerem e, para que a competição seja o mais autêntica possível, os concorrentes não poderão usar qualquer tipo de fármacos ou outros suplementos naturais que ajudem à perda de peso. As inscrições devem ser remetidas até 31 de Julho, por e-mail para geral@estetica-manuelarebele.com, com o Nome da dupla e nº de contacto mais directo. ■

IMÓVEIS DE LUXO COM INAUGURAÇÃO NO SEIXAL



A imóveisdeluxo imobiliária Portugal acaba de inaugurar um novo escritório no Seixal, que passou a estar aberto ao público a partir do dia 19 de Julho deste ano.

A inauguração deste novo escritório enquadra-se na estratégia de expansão desta rede imobiliária que pretende marcar presença em todo o território português, quer no Continente, quer nas Ilhas.

Estão previstas mais cinco aberturas de novos escritórios até ao mês de Outubro.

Marco Morais e Mónica Morais são os novos franchisados responsáveis pelo escritório do Seixal.

Bastante empenhados em trabalhar neste sector, possuem em vasto conhecimento da zona onde habitam.

Marco Morais, gestor responsável pelo escritório, que desenvolveu com grande sucesso grande parte da sua carreira profissional na consultadoria, poderá, de forma eficiente, prestar um atendimento personalizado e altamente qualificado a todos os clientes que procurem acompanhamento durante um processo de transacção imobiliária.

Para Marco Costa, Director-Geral da imóveisdeluxo imobiliária Portugal, a inauguração deste escritório é "o fortalecer sustentado da marca, pois assim estamos cada vez mais perto dos nossos clientes". Sobre os franchisados, afirmou estar seguro das suas qualidades "Todos apresentam um currículo exemplar que vai certamente enriquecer a mediação imobiliária".

Na inauguração, estiveram presentes vários convidados que quiseram homenagear e congratular os novos franchisados.

A imóveisdeluxo imobiliária Portugal é uma excelente oportunidade para todas as pessoas que estejam a pensar em criar o seu próprio negócio.

Uma vez que é uma marca consolidada e em condições de partilhar o seu sucesso com pessoas com capacidade de trabalho e vontade de realização profissional.

(www.imeveisdeluxo.com)



CURVES ABRE ESCRITÓRIO EM GUIMARÃES

CURVES, a maior rede de centros fitness do mundo, exclusivos para mulheres, acaba de abrir o seu novo escritório em Portugal mais concretamente em Guimarães. Este conta já com 5 pessoas que prestam apoio aos franchisados de Portugal. A partir de agora, tudo o que esteja relacionado com Operações, Apoio Informático e Venda de Franchises,

será gerido de forma independente em Portugal, sem necessidade de recorrer à central em Espanha.

CURVES anuncia, com satisfação, as 3 próximas aberturas no Barreiro, Coimbra e Albufeira, antes de Novembro deste ano. Para mais informações sobre o CURVES visite www.curveseurope.com ou contacte com Miguel Rocha (Representante de Vendas em Portugal) através do número de Tlm: 961721777, para agendar uma reunião informativa.



VIVAFIT investe 2,5 milhões de euros no primeiro semestre



Vivafit Portugal, a maior rede de centros de treino em Portugal, abriu 21 novas unidades no primeiro semestre de 2007, o que representa um investimento de mais de 2,5 milhões de euros. Pioneira na introdução em Portugal do conceito de treino rápido só para mulheres, a Vivafit dispõe de 56 centros activos em Portugal¹ e, em Janeiro de 2008, abre a primeira unidade em Espanha.

Vivafit, a maior rede de centros de treino em Portugal, abriu 21 novas unidades no primeiro semestre de 2007, totalizando 56 centros activos. Face a 2006, os primeiros seis meses de 2007 representam um crescimento de 60% que se traduz num investimento superior a 2,5 milhões de euros e a uma facturação total da rede de 7 milhões de euros mais 130% que em idêntico período de 2006.

Até final de 2007, a marca pretende abrir um total de 45 novos centros em Portugal e, em Janeiro de 2008, está prevista a abertura da primeira unidade em Espanha. A rede fechou o ano de 2006 com 35 centros activos e alcançou uma facturação de 6 milhões de euros que em 2007 deverá ascender a 14 milhões de euros. O investimento total da Vivafit em novas aberturas ascenderá, até final de 2007, a cerca de 5 milhões de euros.

"O mercado encontra-se numa fase de crescimento que acompanha a

tendência de crescimento em toda a Europa. Segundo um estudo recente da IHRSA2 para a Europa, o mercado europeu cresceu 6% em 2006 em número de utilizadores, com uma média de 8% da população inscrita em clubes de fitness. Em Portugal, essa média é de 5,2% da população, o que ainda deixa muito espaço para crescer na conquista de novos utilizadores", refere Pedro Ruiz, CEO da Vivafit Portugal.

Segundo dados da AGAP Associação de Empresas de Ginásios e Academias de Portugal, em 2006 o mercado de centros de fitness em Portugal cresceu 116%, evoluindo de um total de 600 para 1300 clubes. Para 2007, as projecções da associação são mais moderadas e apontam para um incremento de 15% no número de novos centros a abrir portas. O número total deverá ascender a 1500 unidades.

"O crescimento do sector de fitness em Portugal está a ser impulsionado pelo crescimento das redes de franchising, com uma oferta mais direccionada para as necessidades do mercado como é o caso do segmento dos centros de treino só para mulheres liderado pela Vivafit. Em termos globais de mercado, reportando aos dados de fecho de 2006, a rede Vivafit detém uma quota de cerca de 3% em número de unidades operacionais. Face às estimativas de crescimento do sector para 2007, as novas aberturas da Vivafit até Dezembro deste ano apontam para que a marca atinja uma quota de mercado de cerca de 6%", acrescenta Pedro Ruiz.

O conceito Vivafit baseia-se num modelo de treino fácil e rápido em

apenas 30 minutos, direccionado exclusivamente para senhoras. Os centros estão dimensionados para um total de 500 sócias/centro e oferecem um circuito de treino composto por 10 máquinas hidráulicas intercaladas por plataformas. Cada sessão de treino tem a duração de 30 minutos e compreende três voltas ao circuito. As máquinas hidráulicas utilizadas neste modelo de treino são fáceis de utilizar (não têm cargas que exijam regulação) e adaptam-se a qualquer mulher; a resistência gerada pela máquina é proporcional à intensidade de treino imposta por cada utilizadora.

Além do treino de 30 minutos, os centros Vivafit dispõem de estúdios dedicados à prática de Pilates: um treino de alongamento e fortalecimento dos músculos das costas e abdominais.

Os centros Vivafit funcionam das 09h30 às 20h30, de 2.ª a 6.ª feira, sem restrições de acesso às sócias. A proximidade, a flexibilidade de horários, a eficácia do treino na perda de peso objectivo de mais de 90% das utilizadoras, e o ambiente exclusivamente feminino e personalizado são mais-valias dos centros Vivafit face às necessidades da consumidora feminina.

Vivafit é uma marca portuguesa líder em treino rápido para mulheres que oferece um novo conceito de treino completo em 30 minutos, adaptável às necessidades e limitações de cada mulher.

Rapidez, flexibilidade, profissionalismo e atendimento personalizado a preços acessíveis são as máximas dos centros de treino Vivafit.

PUB

DESTINIA
com
aquí começa a sua viagem!

quer voar ao melhor preço?

tarifa plana de taxa de reserva: **10 €**



KONOPIZZA COM ABERTURA EM SESIMBRA



No passado dia 30 de Junho, foi inaugurada em Sesimbra, na Avenida 25 de Abril, Edifício Sesimbra Village – Loja 6C, mais uma Konopizza – Café, sob a direcção da franchisada Orlanda May. Esta é a 3ª unidade inaugurada da rede de franchising especializada em pizzas com formato de cone.

Pertencente ao Distrito de Setúbal, Sesimbra é sede de um município com 194,98 km² de área e 37 567 habitantes. Todos os anos, Sesimbra atrai milhares de turistas nacionais e estrangeiros, quer pelas suas belezas naturais (praia e serra), quer pelo seu

património monumental e artístico, que faz com que muitas pessoas elejam esta vila como destino preferido para as suas férias.

Para Orlanda May, responsável pela Konopizza de Sesimbra “a Konopizza é um conceito bastante inovador. É uma novidade, o que faz suscitar a curiosidade de muitas pessoas em experimentar uma pizza com um formato diferente de uma outra pizza tradicional. A escolha de Sesimbra para fixar uma unidade Konopizza deveu-se, sobretudo, ao facto de este ser um local de grande afluência turística, durante todo o ano, e com muita gente jovem predisposta para a novidade, o que nos trará bastantes clientes”.

Este franchising de origem Italiana, traz a Portugal um novo conceito na

área da restauração. A pizza tem o formato de um cone que é recheado com ingredientes frescos, seguindo o pedido do cliente, e é cozinhado num forno especial que em três minutos produz uma pizza quente e crocante, com todo o sabor de uma pizza italiana.

Para os próximos meses já está prevista a abertura de mais uma unidade da Konopizza, desta vez, em S. João da Madeira. ■



NOVAS AGÊNCIAS FITAMÉTRICA



Está previsto para o próximo mês de Agosto a abertura de 2 novas unidades franchisadas da rede imobiliária Fitamétrica.

A Agência 19 Carcavelos e a Agência 20 Estoril são as novas apostas de uma rede em franca expansão.

Brevemente novas aberturas em pontos estratégicos na zona da Grande Lisboa.

Formação FITAMÉTRICA para exames InCI

Tem início a 7 de Agosto a próxima formação de preparação dos colaboradores fitamétrica inscritos no exame de angariadores/ mediadores imobiliário para comprovação de capacidade profissional a decorrer no InCI no próximo dia 8 de Setembro.

«Esta acção de formação é essencial na preparação para o exame de acesso

à actividade de angariação e mediação imobiliária uma vez que denotámos com as acções anteriores, uma taxa de aprovação na ordem dos 100% e consequentemente um acréscimo de confiança e produtividade na conduta profissional dos nossos colaboradores. » afirma Sónia Pinto, directora jurídica da marca

Esta acção é mais um complemento do plano de formação previsto para este ano, que visa todas as áreas necessárias para o correcto exercício da actividade, de forma a garantir a qualidade e o profissionalismo inerentes à marca. ■

INOVAÇÃO NA 5ª CONVENÇÃO LOJA DO CONDOMÍNIO



A última convenção da Loja do Condomínio ficou marcada pela apresentação de novos projectos relacionados com as áreas da comunicação, tecnologia, formação e editorial.

Tendo como cenário a cidade de Peniche, nos dias 14 e 15 Setembro, a Loja do Condomínio realizou a sua 5ª Convenção Nacional e 1ª Convenção Ibérica LDC, com a presença de toda a rede nacional e internacional da marca.

Na convenção foram apresentadas várias novidades, para a rede Loja do Condomínio, ligadas às áreas da comunicação, tecnologia, formação e editorial, das quais se destacam:

- Lançamento do produto "Condomínio Seguro", que consiste na integração da oferta do seguro multiriscos condomínio nos serviços Loja do Condomínio.

- Apresentação da nova imagem da

Loja do Condomínio, que brevemente irá rejuvenescer todas as unidades da marca.

- Parceria com a Universidade Autónoma de Lisboa (UAL), com o objectivo desta entidade participar na realização das acções de formação inicial e contínua de franchisados, gestores de condomínio, coordenadores de loja e consultores comerciais.

- Pré-lançamento do LDC TV, um canal web que estará disponível no site www.ldc.pt, com informações sobre o franchising, serviços e notícias da Loja do Condomínio.

- Programa de certificação para todas as Lojas do Condomínio, para que a qualidade seja, cada vez mais, um valor de peso no posicionamento da marca no mercado.

- Novo sistema de comunicação directa que permite a ligação gratuita, a partir do site www.ldc.pt, a todas as Lojas do Condomínio.

O momento mais alto do evento foi marcado pela apresentação do livro "Bem-Vindo ao Condomínio", da

autoria da Dra. Helena Portugal, Directora de Formação da Loja do Condomínio e Administradora da Franquiger, S.A. Este livro tem como intuito dar a conhecer as regras de bem viver em condomínio, a todo o público em geral, profissionais especializados na administração de condomínios ou apenas condóminos.

O balanço desta 5ª Convenção Nacional e 1ª Convenção Ibérica LDC foi bastante positivo. Para Paulo Antunes, presidente do Conselho de Administração da Franquiger, S.A., "É com muito orgulho que vejo que a Loja do Condomínio se apresenta como um projecto gerador de valor, potenciando, cada vez mais, a nossa liderança de mercado. O investimento feito em novos produtos e tecnologia vai permitir mais qualidade e acessibilidade de serviços, e satisfação dos clientes. Também a presença dos representantes da LDC Espanha reforçaram o dinamismo e a troca de experiências entre os dois mercados (Portugal e Espanha)."

VR BUSINESS BROKERS ganha primeiro mandato de compra para o mercado português



A VR BUSINESS BROKERS – rede internacional de «franchising» especializada na intermediação de PME's – anuncia que celebrou um mandato para representar um comprador, de origem espanhola, que pretende adquirir hotéis portugueses com mais de 100 quartos e com

classificação turística de quatro a cinco estrelas. O mesmo investidor, doravante representado em Portugal pela VR BUSINESS BROKERS, está também comprador de projectos de promoção imobiliária. O grupo espanhol em questão está disponível para investir em Portugal até um máximo de 36 milhões de euros. O mandato celebrado entre este comprador de negócios e projectos turísticos e a rede portuguesa da VR BUSINESS BROKERS é o primeiro reflexo da instalação da maior rede mundial de «business brokers» no nosso País, que abriu no início de

Setembro o seu «master franchising» em Portugal.

Para Pedro Marques, director-geral da Business Brokers, «este é o primeiro grande investidor estrangeiro que trazemos para Portugal e estamos convictos de que rapidamente fecharemos negócios a seu favor. Por outro lado, este mandato evidencia que a entrada da VR Business Brokers em Portugal vai dinamizar o mercado de Fusões&Aquisições, permitindo a entrada mais ágil de grandes investidores e grupos internacionais no mercado português».

Por Guilherme Soares

BestDry já está em Portugal para lavar os carros... sem água!



Os portugueses, já se sabe, estimam os seus automóveis como se de uma extensão de si se tratasse. Não raro, têm até mais cuidados com a máquina de quatro rodas do que com a sua própria "máquina". A verdade é que, agora, têm mais uma razão para isso. É que a BestDry, empresa brasileira de "estética automotiva", abriu este ano uma loja em Portugal, em Lisboa, e pretende alargar o conceito para outras zonas do país.

A BestDry oferece um leque abrangente de serviços voltados para a estética e conservação dos carros. Como explicou ao franchising.pt Joaquim Sérvulo Correia, gestor de negócios automotivos e Master-Franchise BestDry Serviços de Estética Automotiva, "na BestDry são utilizados produtos biodegradáveis, homologados pelos principais fabricantes de automóveis mundiais" o que confere "excelência na qualidade".

Uma das imagens de marca da BestDry é a lavagem do automóvel... sem água. Isso mesmo! O processo é simples: recorre-se a uma cera líquida, cerca de 200ml por lavagem, que cria uma película protectora e reforça o brilho, "evitando-se com isso o desperdício de cerca de 350 litros de água em cada carro", detalhou o gestor.

A ideia da lavagem sem água,

explicou, ocorreu no decurso de uma estadia no Brasil. Apercebendo-se das "potencialidades do método de limpeza de viaturas sem o uso de água, visto que este bem, torna-se cada vez mais escasso e precioso", constituiu, no regresso a Portugal, a sociedade BestWash, Limpeza Ecológica de Viaturas que, a par da gestão directa de uma loja, situada no estacionamento do Hospital CUF Descobertas em Lisboa, pretende expandir o conceito. A BestWash celebrou com a BestDry em Março de 2006, um contrato de franquia Master, pelo qual adquiriu o direito de explorar, em Portugal e Espanha, o sistema BestDry.

A ideia de franchisar o conceito surgiu pela noção de que este é "um negócio ecologicamente correcto". A grande vantagem de ser um franchisado da

Bestdry, para Sérvulo Correia, "é fazer parte de uma cadeia que procura a excelência em todas as suas actividades, ao visar a consolidação de uma imagem consistente, profissional e distinta no mercado".

Segundo o gestor de negócios, o que diferencia a BestDry de outros conceitos similares é a qualidade dos produtos, as margens de lucro na ordem dos 85%, o Manual BestDry (100 páginas onde se detalha tudo sobre a parte administrativa, dos recursos humanos, do atendimento ao cliente, a parte operacional e a identidade visual). "Arrisco considerar este franchising o mais completo neste segmento de negócio", afirmou.

Principais serviços. O serviço mais atractivo para o cliente ("que se fideliza de imediato") é, sem dúvida, a Lavagem BestDry: lavagem externa



detalhada que substitui o uso da água pela tal cera líquida especial, remove a sujidade e cria uma película protectora na pintura; e limpeza detalhada interna com desodorização de tecidos. Mas há muitos outros serviços: revitalização e protecção de pintura (polimento), lavagem especial do carro branco, enceramento, hidratação do cabedal, higienização do ar-condicionado, higienização interna completa, impermeabilização

de estofos e vidros e lavagem de motor a seco.

O objectivo passa por “adequar tudo o que diga respeito a franchisar, adquirir know how do dia-a-dia”. Segundo o gestor, “estava na hora de divulgar a marca. Estou bastante satisfeito com o número de contactos obtidos numa única semana através do . Farei de tudo para demonstrar que o conceito BestDry veio para conquistar a Península Ibérica e que existe toda

uma equipa, tanto aqui como no Brasil, pronta a corresponder a esse desafio”, afirmou.

“Papinha” feita não chega. Quando questionado sobre os requisitos básicos para potenciais interessados, o responsável respondeu sem rodeios: “Não partir do pressuposto que ao ter a ‘papinha’ toda pronta e testada, não se torna necessário dedicar tempo e empenhar-se continuamente no negócio” (ver mais em 3 perguntas a...).

Em termos de investimento, o responsável explicou que há 4 modalidades de franchising: Personal, Partner, Plus e Premium. O investimento total respectivamente é de: 4000 €, 7000 €, 15000 €, 40000 €. Quanto aos direitos de entrada estes fixam-se, para a respectiva modalidade, em: 2000 €, 5000 €, 10000 €, 15000 €. O contrato é de 5 anos, renovável. ■



Discurso Directo

Joaquim Sérvulo Correia, gestor de Negócios Automotivos. Master-Franchise BestDry, Serviços de Estética Automotiva.

1. *franchising.pt* - Quais os requisitos básicos necessários para quem se queira “aventurar” neste negócio e começar a trabalhar por conta própria?

Joaquim Sérvulo Correia - “Possuir um espírito de empreendedorismo, ser aprovado na formação e por fim não partir do pressuposto que ao ter a ‘papinha’ toda pronta e testada, não

se torna necessário dedicar tempo e empenhar-se continuamente no negócio”.

2. *franchising.pt* - Em quanto tempo o franchisado vê o seu investimento ter retorno?

Joaquim Sérvulo Correia – “O retorno do investimento depende da postura do franchisado e do seu empenho em fidelizar e conquistar novos clientes. Diria que em média demora menos de um ano”.

3. *franchising.pt* - De quantos funcionários precisa uma loja BestDry? Qual é a dimensão mínima e máxima?

Joaquim Sérvulo Correia – “As lojas vão de 50 a 200 m². A lavagem BestDry (externa e interna) processa-se em torno dos 30 minutos com 2 funcionários. No caso da revitalização e protecção de pintura (polimentos) cerca de 3 horas. A capacidade de recepção é de 60 carros por dia”. ■





TURN&WIN
 Tel. 229 446 921
 FAX 229 471 828
 info@turnandwin.com
 www.turnandwin.com

A Turn&Win é uma organização especializada em recuperação e reestruturação de empresas e o conceito surgiu da necessidade da revitalização do tecido empresarial português, no momento em que é preciso redefinir a estratégia e actuar rapidamente para sobreviver no mercado.

Com o objectivo desenvolver o processo de recuperação das empresas que se encontram em situação temporária de fragilidade, a Turn&Win analisa o potencial de viabilidade da revitalização dessas empresas, de modo a alcançar novamente o equilíbrio económico-financeiro, voltando a prosperar e a gerar valor a todas as entidades com interesse na empresa: sócios ou accionistas, credores, colaboradores, fornecedores e o Estado.

“A recuperação da empresa é a alternativa que gera o maior ganho para todos os agentes de mercado. Acreditamos que um negócio em funcionamento vale mais que a liquidação dos seus activos.”
 A missão da Turn&Win traduz-se no compromisso com o cliente para o desenvolvimento sustentável do seu negócio, através da implementação de novas ferramentas e instrumentos de gestão.



BIOTRUST
 Tel. 224 836 264
 96 163 83 64
 biotrust_franchising1@yahoo.com
 www.biotrust.pt

A política comercial da Biotrust Lda.: está centrada no estabelecimento de parcerias com os clientes, para que, em conjunto, sejam desenvolvidas e implementadas soluções tecnológicas inovadoras que satisfaçam as suas necessidades e interesses comerciais de ambas as partes.

A estratégia comercial, pode então ser entendida como a determinação das finalidades e objectivos básicos de médio e longo prazo de uma empresa normal, complementada com a adopção de linhas de acção e afectação dos recursos necessários para a persecução desse escopo e propósitos.

E é precisamente através da criação de uma rede independente, e exclusiva de lojas franchisadas que a colocação dos nossos produtos electrónicos, esta a ser realizada por toda a EUROPA.

Somos o melhor FRANCHISING TECNOLÓGICO presentemente a nível EUROPEU !

Alta tecnologia a preços de fábrica.



MORANGOS
 Tel. 229 388 497
 FAX 229 372 350
 academia@morangos.net
 www.morangos.net

Academia Morangos (www.morangos.net) é um conceito nacional de academias infantis a desenvolver-se em sistema de franchising.

Depois da inauguração da sua academia piloto no mês de Setembro, em Matosinhos, a Academia Morangos arranca a sua expansão em franchising com a abertura das suas primeiras unidades franchisadas, no início do próximo ano.

A academia proporciona um ambiente estimulante e criativo a nível intelectual, social, emocional e físico, através de um espaço especialmente pensado para crianças entre os 4 e 12 anos. Este espaço encontra-se dotado das mais rigorosas normas de segurança e bem estar.

A Academia Morangos desenvolve as seguintes actividades: sala de estudo, inglês, informática, artes plásticas, dança e música.

A Academia Morangos estabeleceu um plano de implementação e expansão do seu conceito em todo o território nacional. Estando previsto a abertura de 20 unidades Morangos nos próximos 3 anos, em Portugal.



MASTERTICKET
 Tel. 220 310 058
 96 291 71 45
 franchising@masterticket.biz
 www.masterticket.biz

O enorme crescimento do mercado publicitário, levou ao surgimento de novos meios alternativo de publicidade.

Numa perspectiva de permanente adaptação às constantes revoluções publicitárias, a MASTERTicket surge como um meio de comunicação altamente eficaz e com elevado retorno para os anunciantes.

O nosso conceito? Genuíno... Usar os talões como um meio, e não como um fim em si.

Uma solução de publicidade original e inovadora que a MASTERTicket desenvolve em Portugal. Publicidade colorida nos talões de caixa, à qual ninguém ficará indiferente.

A MASTERTicket é uma excelente oportunidade para todas as pessoas que estejam a pensar em criar o seu próprio negócio, uma vez que é uma marca consolidada e em condições de partilhar o seu sucesso com pessoas com capacidade de trabalho e vontade de realização profissional.



DEVONSHIRE ART PUBLISHERS
 Tel. 213 013 223
 96 464 73 55
 devoncards@mail.telepac.pt

A Devonshire: A Devonshire / Plan-It Cards está presente no Reino Unido, Espanha, Bélgica, Holanda, Portugal e Canadá. Os cartões têm uma elevada qualidade e um design que os distingue da concorrência. Existem cerca de 500 desenhos diferentes.

O Negócio: O negócio dos cartões de felicitações assenta num processo muito simples com base na distribuição e exposição dos cartões em lojas aderentes. Ao Franchisado é garantido um território exclusivo, onde angaria e contracta as lojas para exposição e venda dos cartões, à consignação. Alguns exemplos de lojas onde se vendem os cartões: Papelarias; Livrarias; Lojas de cartões; Lojas de prendas e bijuterias; Floristas; Pequenos supermercados ou mercearias; Estações de Serviço; Lojas de Lotaria e Totoloto; Estações de Correio; Tabacarias; Farmácias; e muitos outros locais



ESINOW
 Tel. 229 395 009
 FAX 229 372 350
 info@esinow.net
 www.esinow.net

Na vanguarda da evolução das Tecnologias de Informação e da Comunicação (TIC), a esinow responde com eficácia e na melhor relação custo/benefício às exigências de modernização das organizações, ajudando os seus clientes e parceiros a criar vantagens competitivas.

A esinow é uma infoConsultora independente, com clientes e parceiros satisfeitos, distinta pela sua cultura, reconhecida como socialmente responsável, hábil a inovar e a acompanhar as expectativas do mercado. Tem como missão ser reconhecida como a "one-stop shop" de valor acrescentado na resolução de problemas na área das infoTecnologias e do infoConhecimento.

A esinow faculta aos seus parceiros o seu modelo único de negócio, acordos privilegiados com fornecedores, Tecnologias e Conhecimento de suporte, formação e suporte de excelência.



EZ TRADE CENTER
 Tel. 229 395 009
 FAX 229 372 350
 info@eztradecenter.com
 www.eztradecenter.com

O EZ Trade Center – Especialistas em Compras surge com o objectivo de proporcionar serviços de consultoria ao nível das compras internacionais, com um serviço de qualidade superior, apostando na personalização e especialização desta função empresarial cada vez mais sensível e decisiva para as empresas, na busca incessante por vantagens competitivas no mercado. Neste contexto, pretende-se ir ao encontro das necessidades de optimização da função compras do universo empresarial português, garantindo o menor preço.

O EZ Trade Center é um centro de negócios à escala global, com tecnologia aplicada ao comércio internacional, vocacionado para o sourcing, trading e procurement de produtos e gestão de operações de negociação internacional.

É composto por Consultores independentes, experientes e vocacionados para um relacionamento próximo com cada cliente.



PRECISION OFICINA AUTOMÓVEL
 Tel. 213 000 700
 FAX 213 000 701
 precision@precision.pt
 www.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.



IMÓVEISDELUXO
Portugal
Tel. 960 289 794
dep.comercial@imoveisdeluxo.com
www.imoveisdeluxo.com

A imobiliária IMOVEISDELUXO Portugal é um projecto que tem como finalidade principal explorar uma lacuna existente no mercado imobiliário de luxo no território Português e também nos Países Lusófonos.

É uma forte aposta num nicho de mercado que tem vindo a aumentar exponencialmente, todos os anos.

A IMOVEISDELUXO Portugal conduz consigo uma nova concepção de mediação imobiliária que irá agitar o mercado nacional. A IMOVEISDELUXO Portugal opera somente de imóveis de luxo.

A previsão é abrir 20 escritórios até 2009, começando por Lisboa, Porto e Algarve e Madeira, até cobrir todo o território nacional.

A vantagem competitiva da IMOVEISDELUXO Portugal pressupõe antes de mais uma grande oportunidade e constitui em Portugal um enorme mercado praticamente inexplorado. Este tipo de oportunidade reserva as suas maiores vantagens àqueles que as desenvolvem em primeiro, pois, como aconteceu com o Portal imoveisdeluxo.com ocupou o seu espaço de mercado (que actualmente está em crescimento).



NBB – National Business Brokers
Tel. 229 395 009
Fax 229 372 350
franchising@nbbrokers.com
www.nbbrokers.com

A NBB – National Business Brokers (www.nbbrokers.com) é a primeira rede de franchising em Portugal, a actuar exclusivamente na área de “business brokerage”, ou seja na intermediação da compra e venda de empresas.

A NBB faculta aos seus parceiros franchisados o seu método e know-how próprios na área de business brokerage, avaliação de empresas e consultoria. O apoio prestado ao parceiro é disponibilizado por vários departamentos de suporte e acompanhamento: Departamento de Practice Management (Plano de negócio NBB, Gestão e controlo da unidade NBB, Recursos Humanos), Departamento de Client Processing (Avaliação empresas, Business Brokerage, CBR, Softwares, Consultoria; Departamento de Marketing e Call Center: Mailing, Telemarketing, Base de dados, Goldmine, Portal, Design Gráfico e Publicidade Local), Departamento de Logística (Materiais de uso corrente, Materiais de marketing), Departamento de Formação e Animação Rede (Formação inicial de novos partners, Formação avançada, Seminários/Workshops, Encontros Regionais, Convenção).

As características necessárias para futuros parceiros são fundamentalmente as de formação académica de nível superior e experiência na área de gestão, os quais respeitem os princípios de ética, profissionalismo e espírito empreendedor.



PÁTIO DO RECREIO
Tel. 935 520 250
Fax 261 867 095
franchising@patiodorecreio.com
www.patiodorecreio.com

O Pátio do Recreio (www.patiodorecreio.com) é um Franchising de origem Portuguesa com um conceito original e especializado em Actividades Educativas e Materiais Didácticos destinados a crianças, pais, educadores, técnicos da área educativa e instituições ligadas à educação.

O Pátio do Recreio tem na sua vertente comercial um espaço destinado à exposição e comercialização de artigos didácticos e pedagógicos com forte incidência nos brinquedos em madeira e tecido.

Na sua vertente lúdico-pedagógica, tem como principal objectivo a ocupação dos tempos livres das crianças, através da ajuda nos trabalhos de casa (Hora de aprender) e realizando actividades de jogos, desenhos, modelagem com plasticina, leitura e outras brincadeiras (Hora do Recreio).

No Pátio do Recreio as crianças são uma prioridade, assim, todos os artigos e materiais didácticos utilizados e comercializados respeitam as normas europeias mais exigentes em termos de qualidade e segurança.



EXCHANGE
Tel. 707 200 345
Fax 223 722 112
franchising@exchange.pt
www.exchange.pt

A ExChange é uma marca da Changebiz, empresa que resulta de uma parceria de sucesso entre o grupo Onebiz, referência no desenvolvimento de marcas de franchising em Portugal, e da GE, multinacional americana presente em mais de 100 países. Fundada em 2002, com expansão do negócio através do modelo de franchising, a ExChange está presente em Portugal com cerca 100 lojas. Com um crescimento de 100% em 2006, formalizou 205 milhões de capital financiado, garantindo assim a liderança de um mercado em plena expansão em Portugal.

Área de negócio: Consultoria Financeira

A ExChange, como especialista em financiamentos, apresenta produtos e serviços, em condições exclusivas, para os seus clientes. O facto de ser independente, dá o privilégio de poder apresentar a melhor solução, garantindo uma poupança real mensal, bem como um serviço de consultoria e aconselhamento único.

Tem como missão o exercício de aconselhamento independente, especializado em financiamento destinado a particulares, profissionais e empresas. O valor acrescentado vai além da poupança mensal.

quer voar ao melhor preço?

- taxa de reserva única: 10€
- pesquisa mais fácil e rápida
- melhores preços
- mais clareza



Destinia
com

hotéis - vôos - viagens - aluguer de automóveis - fóruns

aqui começa a sua viagem!

G **GRANDE**
OPORTUNIDADE.com

Compre a preços de fábrica

> visite-nos agora

Aprenda inglês a partir de sua casa com o curso

NEW BBC ENGLISH

método desenvolvido pela

BBC

INSCREVA-SE JÁ!

torne-se um profissional da Rede com o

CURSO SUPERIOR DE INTERNET E COMÉRCIO ELECTRÓNICO

Acesso 24 horas ao nosso campus virtual

Em menos de 4 meses

Com um completo material didáctico

ACEDE A UNA DAS PROFISSÕES MAIS BEM REMUNERADAS