

A 1ª Revista Digital  
em Portugal do Portal  
[www.franchising.pt](http://www.franchising.pt)

# FEDDM

Edição Nº 13 / 2008

FRANCHISING DIGITAL MAGAZINE

LIPOTHERM  
CENTER

SNS - SPORTS  
NUTRITION  
CENTER

SOLÉMIO

MUST TELECOM

MONTRA VIP

PROSPACTIVE

e muito mais...

ANO  
NOVO

Distribuída  
a 12.000  
assinantes

2008

NOVOS NEGÓCIOS

Edição exclusiva

franchising.pt  
portal dosucesso

CONHEÇA AS GRANDES NOVIDADES EM DESTAQUE

## LIPOTHERM CENTER chegou a Portugal!



A Avenida da Liberdade, em Lisboa, recebeu a abertura do primeiro espaço LIPOTHERM CENTER em Portugal. Um verdadeiro conceito de Beleza, Saúde e Bem-Estar, que reúne no mesmo espaço tratamentos de perda de volume, tratamentos corporais, faciais e terapias holísticas SPA.

LIPOTHERM CENTER oferece um serviço diferenciado face a outras ofertas existentes no mercado, cobrindo um mercado latente onde se procura melhorar os cuidados estéticos e a qualidade de vida dos seus clientes. Mulheres e homens de qualquer idade e de várias condições económicas poderão encontrar nestes estabelecimentos uma oferta de serviços de qualidade superior bem como uma imagem sofisticada e elegante aliada a um ambiente de excepção.

O centro dispõe de várias zonas, diferenciadas por conceitos de serviços. No circuito de perda de volume o cliente poderá usufruir de um mínimo de 25 tratamentos mensais, que poderá aumentar em

função das necessidades de cada cliente, com as últimas técnicas em perda de volume, remodelação corporal, saúde, bem-estar e estética, por um custo mensal realmente irrelevante, face à qualidade e quantidade de serviços proporcionados. Neste circuito são combinados os tratamentos de pressoterapia, termolipólise, crioterapia corporal e facial, electroestimulação, manta de sudção e lifting facial, aplicando em todos eles a mais recente tecnologia em equipamentos de electroestética num ambiente pleno de conforto e funcionalismo. Com esta actividade, mensalmente poderá ajudar o seu corpo a destruir gorduras excessivas,

a activar a sua circulação sanguínea e linfática, tonificar os músculos, melhorar o seu peso e reduzir volume, atenuando também os sinais de envelhecimento... em definitivo, poderá incrementar a sua saúde, beleza e bem-estar.

Além do circuito colectivo, LIPOTHERM CENTER conta com salas individuais para tratamentos faciais e corporais específicos, com equipamentos de última geração. Nestes serviços serão abordados especialmente problemas estéticos e de saúde com massagens por sucção, ultrasons, electroestimulação, drenagem linfática, entre outros, garantindo e maximizando a qualidade dos resultados obtidos na remodelação



### FICHA TÉCNICA

**Director**  
José Azevedo  
jose.azevedo@franchising.pt

**Editora**  
Cenária - Comunicação e Multimédia  
geral@cenarea.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



corporal, lipoescultura, definição de contornos, celulite, ginástica e treino físico.

Para que possa ter uma oferta global de serviços, LIPOTHERM CENTER dispõe ainda de um leque alargado de



cuidados de bem-estar e relaxamento que ajudarão a melhorar significativamente a sua forma física e psíquica. Entre as diversas terapias disponíveis poderá usufruir de massagens holísticas, envolvimentos corporais e tratamentos hidroterapêuticos complementados com aromaterapia, cromoterapia e musicoterapia, tudo com a assinatura das marcas cosméticas DECLÉOR e GERMAINE DE CAPUCCINI.

LIPOTHERM CENTER Portugal com sede em Lisboa é o Master Franchising do conceito já implantado em Espanha com grande sucesso. Os centros pioneiros têm a sua localização nas comunidades de Madrid, Andaluzia, Maiorca e Valência e actualmente o franchising encontra-se em processo

de grande expansão.

Da experiência acumulada desde a abertura do centro piloto, constata-se que a gama de serviços que se oferece e os respectivos custos dos mesmos, geram um equilíbrio sustentado da relação qualidade – preço, pelo que proporcionam uma resposta extremamente positiva por parte dos clientes. ■



## Imóveisdeluxo® cria novo Departamento de Hotéis, Resorts e Lazer



A Imóveisdeluxo® criou um departamento de Hotéis, Resorts e Lazer, sob a responsabilidade de Manuel Viana. Este recente departamento surge na sequência da forte procura no sector do imobiliário de luxo e acaba por reflectir a importância, cada vez maior, que é dada ao sector turístico no mercado imobiliário português.

Assim, o departamento de Hotéis, Resorts e Lazer tem como principal objectivo profissionalizar o mercado de mediação de unidades hoteleiras, resorts e projectos de lazer, em

representação dos seus investidores. Além disso, é também intenção da consultora representar investidores nacionais e estrangeiros nas suas aquisições em Portugal, Brasil, Angola, Cabo Verde, Espanha, UK. Tendo em conta a ideia de que cada negócio tem um impacto na oferta turística da respectiva região e do país em geral, a Imóveisdeluxo® promete que irá agir com grande sentido de responsabilidade, enriquecendo o seu leque de oferta com serviços de consultoria, análise, viabilidade, avaliações e “corporate finance” para o sector de hotelaria, lazer e turismo. Refira-se que esta nova modalidade da actividade da consultora, vem assim aproveitar a sinergia resultante dos restantes escritórios Imóveisdeluxo® espalhados pelo País na comercialização de unidades

hoteleiras.

Apesar de ser muito recente, este novo Departamento já conta com 5 unidades hoteleiras em carteira, para venda no território português, mais quatro resorts no Brasil.

Para Marco Costa, Director Geral da Imóveisdeluxo®, o crescimento acelerado do Grupo deve-se ao diferencial estabelecido pela empresa via Franchising. “As oportunidades oferecidas para a prestação dos nossos serviços aos investidores e a nossa posição de destaque neste segmento, vêm garantindo bons resultados”. O executivo salienta ainda que a fórmula encontrada para prosperar se deve também à visão do grupo de estabelecer relações de longo prazo com “players” estratégicos. ■

## SPORTS NUTRITION CENTER - UMA SAUDÁVEL INOVAÇÃO



A SNC inova mais uma vez o mercado dos Suplementos Nutricionais, com a implantação de duas unidades "store in store". Este formato de loja-quiosque foi introduzido no Rio de Janeiro em 2007, e já atraiu atenção de outros franchisados da marca, pelo facto da sua simplicidade e o baixo custo de manutenção.

A SNC Sports Nutrition Center criou uma grande aproximação entre a nutrição desportiva e o público consumidor geral, há dez anos. Foi uma grande inovação para um segmento de mercado até então pouco explorado. Anteriormente, os consumidores de Suplementos eram

exclusivamente atletas, como explica Fábio Ramos, director comercial da empresa: "Criamos uma grande popularidade para os suplementos nutricionais na década de 90, com a colocação de grandes lojas especializadas em centros comerciais, dotadas de forte comunicação visual, visando chamar a atenção dos transeuntes".

Hoje, o cliente comum, sedentário ou desportista eventual, tem acesso aos benefícios dos emagrecedores, multi-vitamínicos ou proteínas especiais para aumento de massa muscular, todos productos naturais e sem contra-indicações. O que antes era um comércio muito segmentado, quase como um segredo, hoje atrai os olhos dos frequentadores de diversos centros comerciais, motivados pela busca crescente da boa saúde e da estética física, em todo o mundo.

Os consumidores aumentam a cada ano a passos largos, numa média de 12% anuais de novos clientes, motivo de comemoração para a rede que continua ano a ano a bater seus recordes em vendas. ■



## MRW abre 74ª loja em Portugal



A MRW, líder ibérico no transporte urgente de documentos e pequenas encomendas, acaba de inaugurar, em Sacavém, a 74ª loja franchisada da rede portuguesa. A abertura está assente na estratégia de expansão da marca para o nosso país, que tem por objectivo reforçar a capilaridade e excelência dos serviços de transporte urgente prestados pela empresa. Os clientes MRW desta cintura de Lisboa, até agora servidos pela loja franchisada de Alverca, passam a contar com mais uma loja na zona, o que lhes proporciona um serviço de

maior proximidade, por forma a responder às crescentes exigências de uma área do concelho de Loures em franco desenvolvimento.

A mais recente loja MRW em Portugal, que serve localidades como Prior Velho, Sacavém ou Santa Iria de Azóia, vem reforçar a presença da marca no distrito de Lisboa, onde actualmente possui 18 lojas franchisadas.

Loja MRW de Évora com nova localização

A MRW acaba de mudar de instalações em Évora, de forma a fazer face ao sustentado crescimento da marca nesta região do Alto Alentejo e às expectativas, face ao mercado, para os próximos anos.

O crescente desenvolvimento, e vitalidade económico-social deste

distrito, aumentaram a apetência da região no que toca à procura de transportes urgentes de documentação e pequena paqueteria.

Alguns dos argumentos que levaram o franchisado MRW em Évora a aumentar o investimento nesta região, no sentido de poder responder com maior eficácia às crescentes solicitações e exigências dos clientes. ■



## LAFORÊT PREPARA-SE PARA INAUGURAR MAIS 4 AGÊNCIAS NA REGIÃO MINHO



A rede de agências prepara-se para inaugurar até ao final do mês de Janeiro mais quatro agências sob a insígnia Laforêt Immobilier, as localidades que irão receber mais um

amigo no imobiliário são: Braga S. Lázaro, Guimarães, Braga S. Vicente e Póvoa de Lanhoso. Com estas aberturas, a marca passa a contar com 18 unidades em funcionamento.



Estes novos parceiros passarão a beneficiar da notoriedade que a marca beneficia nessa região, assim como da experiência adquirida dos membros da rede já instalados, permitindo a todos iniciativas de negócio partilhados.

A Laforêt consolidará a sua presença na região Minho, durante o primeiro trimestre de 2008, com a abertura de mais duas agências, para as localidades de Ponte de Lima e Viana do Castelo.

## MASTERTICKET abre mais uma unidade. AGORA NA AMADORA!



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

O responsável pela unidade da Amadora, Sr. Marco Pequito, irá 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.

## "OFEREÇA UM SAPATO, RECEBA UM SORRISO"



A BOTAMINUTO lançou uma Campanha de Solidariedade a nível nacional com início no dia 01 de Janeiro e com duração até 15 de

Fevereiro e que visa promover a responsabilidade social sob o lema "Ofereça um sapato, receba um sorriso".

Esta acção visa fazer a recolha, após a época natalícia, de calçado em bom estado para posteriormente o distribuir por instituições necessitadas. A esta acção estão associadas duas entidades de relevo, o Lions Club que será responsável pela

escolha das instituições e consequentemente acompanhamento e a GLS que se encarregará da recolha e entrega dos sapatos.

A campanha será divulgada por todo o país, tanto nos nossos pontos de venda como em alguns meios locais com os quais temos parcerias. Como tal, vimos solicitar a v/ participação na divulgação desta campanha única e nunca feita em Portugal.

## ABERTURA DO PRIMEIRO ESPAÇO SOLÉMIO



A Solémio caracteriza-se pela irreverência e originalidade. Pretende, sem falsas modéstias, tornar-se na maior cadeia de lojas de Óculos de Sol a actuar em Portugal. A expansão da marca vai contar com lojas próprias e lojas franchisadas quer no mercado nacional quer no mercado internacional.

Tem como base dois conceitos de

realização inovadora no nosso país, Solémio - Sun Store (loja) e Solémio - Sun Station (quiosque).

Abriu no dia 8 de Novembro o seu primeiro quiosque no novo centro comercial Porto Gran Plaza.

Espaços arrojados, dinâmicos e envolventes, direccionados para a vanguarda da moda, vão no mínimo, despertar curiosidade.

A Solémio destaca-se ainda por graduar óculos de sol, efectuar venda de produtos de contactologia, óculos pré-graduados e acessórios. ■



## MUST TELECOM INAUGURA UMA NOVA LOJA MUST 100%, EM LOURES



Dia 14 de Dezembro, foi inaugurada mais uma loja Must Telecom, desta vez em Loures, na Rua Vasco da Gama, N°5- Infantado. A Inauguração contará com a presença de Mário Pires, Director Geral do Grupo Telestre, assim como toda a equipa Must Telecom.

Os operadores de Telecomunicações, assim como os representantes das principais marcas, estarão também presentes.

O novo espaço Must Loures trará vantagens e novidades a todos os seus clientes, disponibilizando uma vasta gama de serviços:

• Espaço com Design Moderno e actual- loja Must 100% O novo espaço tem por objectivo transmitir uma imagem mais vigorosa da marca Must Telecom.

• Gama completa de produtos e acessórios

Apresentação alargada de produtos com todo o tipo de acessórios, telefones livres e telefones dos operadores.

• Atendimento personalizado Apoio aos clientes na escolha dos equipamentos mais adequados às suas necessidades.

• Configuração e parametrização de telemóveis e pda´s Internet, email, gps, mms....

• Assistência Técnica Certificada Das principais marcas do mercado (Nokia, Sony, LG, Samsung, HTC...)

• Preços competitivos

• Pagamento de facturas e recargas

- Emissão de 2as vias de cartões
- Avaliação de telefones usados em função da marca, modelo e estado geral do equipamento
- Telemóveis usados (com garantia) ■



## Turn&Win aumenta volume de negócios em cerca de 200%



A Turn&Win, empresa especializada na recuperação, a curto prazo, da situação financeira, económica e social de empresas em temporária fragilidade, continua a sua estratégia sólida de crescimento. Em 2007 a empresa terminou o exercício com um volume de negócios a rondar os

1.000.000€, fruto da actividade dos seus 11 escritórios em Portugal.

Esta marca é detida pelo Grupo Onebiz, líder na expansão de conceitos de negócio em sistema de Franchising, a Turn&Win tem como objectivo para 2008 atingir os 20 escritórios franchisados, encontrando-se a auscultar o mercado no sentido de encontrar parceiros dispostos a juntarem-se à rede.

Dotando as empresas com ferramentas de gestão capazes de recuperar o equilíbrio financeiro, a

Turn&Win actua de forma a aumentar, a longo prazo, a sua competitividade, produtividade e rentabilidade.

Entre os serviços e condições privilegiadas que disponibiliza às empresas, destacam-se:

- Estudo de viabilidade
- Renegociação das dívidas
- Negociação de passivos bancários
- Recuperação de crédito
- Reestruturação da empresa
- Alienação de activos
- Procedimento extrajudicial de conciliação

## Vex anuncia parceria com coffee&pot



A Vex irá instalar hotspots wireless em todas as lojas da cadeia coffee&pot. Esta nova parceria da Vex com a coffee&pot representa a criação de 7 novos hotspots espalhados por diferentes pontos do país, tais como: Lisboa, Gaia e Covilhã, entre outros.

Este é mais um passo significativo na estratégia de expansão da Vex em Portugal, que visa proporcionar mobilidade a cada vez mais pessoas, aumentando e facilitando o acesso à Internet de alta velocidade em

diversos locais públicos, permitindo também inúmeros serviços de valor acrescentado.

“Saudamos a entrada da coffee&pot na rede mundial de hotspots da Vex. Com o seu profissionalismo e visão serão um importante aliado na luta contra o flagelo do “piggybacking” (acesso a uma rede sem fio sem autorização) nas redes Wi-Fi nacionais” afirma João Ferreira, Representante da Vex em Portugal.

Desta forma, os clientes usufruem das vantagens do acesso à Internet sem a necessidade de se ligarem por cabo. Em Portugal, os hotspots da Vex estão também distribuídos por outros ramos da restauração, hotelaria, grandes

superfícies e em todos os aeroportos nacionais.

Para Jaime Silva, um dos responsáveis da marca, esta parceria “permite disponibilizar um serviço valorizado pelos nossos Clientes, essencialmente um público urbano, jovem, informado, que procura na coffee&pot um espaço de conforto, produtos e serviço de qualidade a um preço equilibrado.”

Para utilizar o serviço, basta estar num hotspot Vex com um notebook ou PDA equipado com o recurso Wi-Fi. Assim, numa cafetaria coffee&pot, deverá simplesmente seleccionar a rede “Vex” e aparecerá a página de autenticação, onde deverá apenas seleccionar o operador ou ISP e inserir o nome de utilizador e password.

## VR BUSINESS BROKERS reúne colaboradores ibéricos



A VR BUSINESS BROKERS PORTUGAL marcou presença na 2ª Convenção Ibérica da rede em 2007, no início de Dezembro em Toledo, Espanha. Este evento, que contou com cerca de 70 participantes, entre brokers, colaboradores e convidados, serviu

para apresentar os resultados da rede em 2007 e os principais casos de sucesso dos vários escritórios.

A nível de resultados, a VR BUSINESS BROKERS anunciou ter em carteira cerca de 325 mandatos de venda na península ibérica, representando 560 milhões de euros. A expansão a curto prazo da rede para Itália, Brasil e Argentina foi um dos objectivos apresentados, facto que vem reforçar o posicionamento da VR BUSINESS BROKERS como «player» internacional de referência. Para além

dos EUA, a VR BUSINESS BROKERS está presente em Portugal, Espanha, Colômbia, Venezuela e a partir de Janeiro de 2008 no Chile.

No final do evento, Pedro Marques, director geral da VR BUSINESS BROKERS Portugal, frisou que a «actividade de fusões e aquisições no segmento das PME's, tem cada vez mais um carácter internacional, pois os investidores procuram oportunidades em mais do que um continente sendo crescente o recurso a redes internacionais».

## AGÊNCIA DE VIAGENS LANÇA REDE DE FRANCHISING INOVADORA



A empresa Montra Vip –Operador Turístico, Lda, agência de viagens recentemente criada com sede em Águeda, está a lançar no mercado uma rede de franchising dedicada à venda de viagens com total mobilidade.

A ideia é a criação de uma agência de viagens totalmente diferente e inovadora do praticado até agora. Esta agência, irá ter uma forte componente tecnológica, em que para além do

próprio espaço físico, há a possibilidade de existirem pessoas a vender porta a porta, a amigos, a familiares, a vizinhos ou a colegas, todo o tipo de pacotes turísticos, bilhetes de avião, avião e hotel, escapadelas, fins-de-semana, entre as várias ofertas que uma agência tem para oferecer.

Como tal, a cada pessoa franchisada será atribuído um computador portátil com acesso à Internet móvel, um terminal de pagamento Multibanco móvel e um telemóvel. Desta forma poderá deslocar-se facilmente para vender todos os serviços prestados por uma agência de viagens.

Desta forma, a Montra Vip pretende criar um novo conceito de venda de viagens e um novo conceito para a criação de rede de vendas.

Todo este modelo assentará num suporte on-line, com um programa em que não obriga o franchisado a ter conhecimentos de programas específicos das agências de viagens, mas sim conhecimentos de internet na óptica do utilizador.

O investimento é bastante reduzido, pois ao pagar o direito de entrada (5.000,00€), a Montra Vip disponibiliza aos Franchisados todos os instrumentos para desenvolverem o seu negócio.

PUBLICIDADE

Produtos de graça para você provar em casa em troca de uma opinião.

Registre-se AGORA gratuitamente

Test & Vote



## DERMOCLINICS NO PARQUE DAS NAÇÕES COMEMOROU UM ANO



Foi há um ano que a DermoClinics do Parque das Nações abriu as suas portas. Domingo, dia 13 de Janeiro, a clínica comemorou o primeiro aniversário. E, para comemorar tão importante data, está reservado um fantástico desconto de 25% em todos

os programas de tratamentos de corpo, rosto ou depilação definitiva!

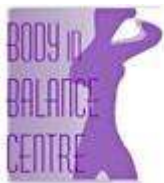
Até ao final do mês de Janeiro, todos os programas de tratamentos de corpo, rosto ou depilação definitiva terão um fabuloso desconto imediato de 25%! Uma espectacular oferta para todos os clientes que quiserem aproveitar o início do ano para conseguirem o corpo perfeito ou uma pele lisa, sem rugas e sem pêlos.

A DermoClinics do Parque das Nações tem ao dispor diversos tratamentos para combater, por exemplo, a

celulite, obesidade, rugas, acne, entre muitos outros problemas. O diagnóstico (que inclui uma avaliação à pele do rosto e à celulite) é gratuito e sem qualquer compromisso.

Além disso, existe ainda a área de SPA, que oferece massagens (por exemplo, massagem de relaxamento ou massagem das pedras quentes) e também envolvimentos corporais (com diversas opções, entre as quais se contam o envolvimento em chocolate, citrinos, especiarias, arando ou chá verde). ■

## Body in Balance Centre apresenta o seu conceito em Franchising



O Body in Balance Centre apresentou o seu conceito de Franchising no dia 25 de Janeiro, o evento teve lugar no Farol Design Hotel, e que contou com a

presença de vários VIP's. O Franchising Body in Balance Centre foi desenvolvido em colaboração com a consultora Teamvision, e a marca inicia agora a sua expansão neste sistema, procurando parceiros Franchisados que contribuam para o crescimento e reconhecimento da marca a nível nacional. ■



## GMAC Imobiliária com mais 3 Lojas em funcionamento



A GMAC Imobiliária Madeira abriu as portas a 10 de Dezembro de 2007. Liderada por Luís Miguel Ornelas, esta Loja da GMAC Imobiliária está determinada em alcançar o sucesso apostando, para isso, num serviço de qualidade e na potencialidade do mercado do Arquipélago da Madeira.

A inauguração destas novas lojas enquadra-se na estratégia de

expansão da rede para este ano, que consiste em marcar presença fortificando o número de Lojas na zona da Grande Lisboa, Ilhas e Algarve. A esta data são já 14 lojas a operar, com as aberturas de lojas nas Laranjeiras, Torres Vedras, Armação de Pêra previstas para Fevereiro de 2008.

Virginia Rocha e Miguel Nunes são os responsáveis pela Loja da Parede. Com um vasto conhecimento da zona que lhes está atribuída a GMAC Imobiliária Parede quer garantir para os seus clientes serviço de qualidade e programas de acompanhamento eficazes. A Loja está aberta ao público

desde o passado dia 15 de Dezembro de 2009.

A mais recente loja a ser inaugurada, no dia 20 de Dezembro de 2007, foi a GMAC Imobiliária Albufeira. Jorge Bartolomeu é o gestor responsável por esta Loja. Desenvolveu, com grande sucesso, parte da sua carreira profissional na mediação imobiliária e comanda agora os destinos desta nova unidade que na zona de Albufeira vai levar o "Premier Service" a todos os clientes que procurem acompanhamento e qualidade durante um processo de transacção imobiliária. ■

## Imobiliária "Motivo Certo" vai franchisar marca



MOTIVO CERTO – Mediação Imobiliária, é uma marca que pretende ser líder no mercado da mediação imobiliária.

É um conceito totalmente inovador de serviço neste sector. O seu método único de trabalho, destaca-se pelos resultados obtidos em termos de vendas e notoriedade.

Tendo iniciado a sua actividade em 1998, a marca MOTIVO CERTO – Mediação Imobiliária encontra-se em fase de expansão, usando para isso o franchising, baseando a sua actividade num conceito totalmente inovador, cuja principal preocupação assenta em dois pilares fundamentais:

### - INVESTIDOR - Franchisado

Criação de auto-emprego, fornecendo as ferramentas necessárias para que o investimento e a aposta na MOTIVO CERTO – Mediação Imobiliária, seja um sucesso.

### - CLIENTES

A satisfação dos clientes, através de um serviço personalizado, permitindo que cada cliente encontre o imóvel dos seus sonhos, ao melhor preço.

A MOTIVO CERTO – Mediação Imobiliária opera em todos os ramos

do sector imobiliário, sendo a sua actividade principal a mediação na compra e venda de imóveis novos e usados, trespasse e arrendamento de propriedades e dispõe de uma carteira superior a 1.000 imóveis.

O seu principal objectivo é o de satisfazer as necessidades dos seus clientes, disponibilizando os serviços provenientes das fortes parcerias com grandes instituições, de forma a lhes proporcionar as melhores condições. O cliente é acompanhado permanentemente, em cada passo do processo de mediação.

A missão da MOTIVO CERTO – Mediação Imobiliária consiste em proporcionar ao cliente uma experiência de compra única, baseada na qualidade dos serviços disponibilizados e na confiança estabelecida.

O objectivo de expansão para o 1º ano é o de abrir 10 unidades e chegar ao fim de 2009 com 30 unidades. De momento estão a decorrer negociações para a abertura da 1ª unidade Franchisada no Algarve, no concelho de Lagos.

Como prioridade territorial, a expansão deverá ocorrer através da abertura de lojas por proximidade.

O mais difícil para um investidor que vai iniciar a sua actividade é o de ter a sua carteira de imóveis para venda. Para abreviar esse período, a estratégia de abertura de novas

unidades, tem como objectivo a proximidade de lojas, de forma a existirem franjas de territórios.

Assim sendo, o Franchisado poderá começar a promover e vender imóveis desde o 1º dia, reduzindo substancialmente o tempo para começar a recuperar o seu investimento.

AUSÊNCIA\* de Royalties e Taxa de Publicidade

Outras das inovações é a ausência de Royalties e Taxa de Publicidade, que em muitos casos são motivo de estrangulamento da tesouraria do Franchisado, pois nem sempre é fácil fazer vendas nos primeiros meses.

O investimento em publicidade nacional será da responsabilidade do Master.

o investimento inicial para aderir à Motivo Certo é de 15 mil euros por loja (sendo 5 mil euros como direitos de entrada), uma verba que, segundo a empresa, pode ser recuperada em três meses.

A Motivo Certo, que para já tem apenas uma loja aberta (Mem Martins), definiu como zonas prioritárias para a expansão Sintra, Colares, Cacém, Massamá, Queluz, Amadora, Alfragide, Lisboa, Odivelas, Loures, Sacavém, Algés, Carnaxide, Paço de Arcos, Oeiras, Carcavelos, Parede, Estoril, Cascais, Alcabideche e Quinta da Beloura (Sintra). ■

## CONCEITO "LOW COST" CHEGA ÀS ÓPTICAS



Foi inaugurada dia 19 de Dezembro, em Paredes, distrito do Porto, a primeira loja Optical Low Cost que pretende implantar no nosso país um novo conceito de lojas de óptica e revolucionar esse sector do mercado com preços muito abaixo da média.

Segundo Maria da Graça Talasi, responsável pela área de franchising, este é um "conceito totalmente novo em Portugal, criado por mim e pelo meu marido". A Optical Low Cost está sediada na Marinha Grande, onde tem uma loja de demonstração. "Vendíamos óculos aos clientes, mas com os pedidos dos franchisados, não temos muito tempo para responder a tudo. Agora serve de demonstração para os futuros candidatos", explicou ao franchising.pt

Este novo conceito de loja pratica preços muito abaixo da média do mercado – "um mercado com um grande futuro", diz - mantendo um elevado padrão de qualidade dos produtos e serviços prestados.

Segundo aquela responsável, "o franchisado é um trabalhador

independente que tem o benefício de uma estrutura organizada, com apoio a todo momento e incentivo no desenvolvimento da sua nova actividade".

Com a Optical Low Cost "tem acesso a um conjunto de produtos e serviços diferenciados para os seus clientes e os nossos preços de baixo custo demarcam-se dos das grandes marcas".

Aos cinco primeiros franchisados da marca do futuro "Optical Low Cost" haverá um desconto de 10 mil euros na abertura da sua loja.

A Optical Low Cost surgiu em Setembro de 2007, porque "os preços do mercado são muitos caros. Criamos um conceito para que todos terem acesso à óptica com preços "low cost", adiantou Maria da Graça Talasi. A ideia de franchisar o conceito prendeu-se com a necessidade de o desenvolver mais rapidamente.

Para a empresária, a grande vantagem de ser um franchisado da Optical Low Cost tem a ver com o benefício dos baixos preços de venda negociados pela rede, além de "poder dedicar-se unicamente à venda e aos seus clientes sem pensar na parte técnica", como por exemplo o recorte e montagem das lentes.

A Optical Low Cost assegura assistência técnica, comercial e

marketing permanente, formação completa adaptada a cada franchisado.

Em termos de investimento, a responsável precisou: "para os cinco primeiros 44500 euros, royalties mensais 5 %, publicidade 2 % e um contrato de 7 anos", sendo que em apenas dois anos deverá ter o retorno do investimento. O número de funcionários depende do tamanho da loja: "um para uma loja até 60 m2, dois se maior", disse.

A Optical Low Cost pretende abrir 10 lojas durante 2008, sendo que a primeira loja franchisada vai abrir no dia 19 de Dezembro 2007, em Paredes. ■



PUBLICIDADE

torne-se um profissional da Rede com o

**CURSO SUPERIOR DE INTERNET E COMÉRCIO ELECTRÓNICO**

Acesso 24 horas ao nosso campus virtual

**ACEDA A UMA DAS PROFISSÕES MAIS BEM REMUNERADAS**

## PROSPACTIVE DESENVOLVE COMERCIALMENTE A SUA EMPRESA



A PROSPACTIVE, NÚMERO UM no desenvolvimento comercial das PME na Europa, está, agora, também em PORTUGAL, para o ajudar nessa tarefa ...

A Prospactive é um franchise de origem francesa (com sede em Dijon) e conta com uma experiência de mais de 10 anos no desenvolvimento comercial das PME. Hoje em dia, tem mais de 50 franchisados na a Europa e também, em Marrocos.

A PROSPACTIVE, exerce a sua actividade vocacionada para as PME de todos os sectores de actividade.

Na maioria das vezes, o sector comercial das PME, apresenta algumas deficiências em resultado de:

- > Muitos dos dirigentes, estarem direccionados para os "afazeres" técnicos;
- > O elevado preço a pagar por um

director comercial especializado, não convida à sua contratação;

- > Não têm necessidade de ter um director comercial a tempo inteiro;
- > Não têm meios/suportes (ferramentas comerciais/informáticas, etc) para desempenhar a melhor performance comercial.

É aqui que a PROSPACTIVE actua...

Como um parceiro comercial capaz de diagnosticar, fazer a prospecção, definir, planificar em detalhe, aconselhar, desenvolver acções comerciais, fazer a gestão de informação comercial, acompanhando todas as etapas com grande rigor e profissionalismo, sempre em estreita

colaboração com o dirigente da empresa.

Estamos ao lado da empresa para melhorar e desenvolver a sua performance comercial.

Fazemos todo o desenvolvimento comercial pela empresa e só deixamos a venda e a negociação por sua conta. Com a PROSPACTIVE...

A empresa não necessita de ter um director comercial a tempo inteiro para poder ter um desenvolvimento comercial adequado ao seu tipo de negócio.

A utilização de ferramentas inovadoras na gestão de toda a informação comercial, permitem à empresa ter informação, em tempo real, de toda a sua actividade.

O grupo de especialistas e de parcerias que a PROSPACTIVE disponibiliza aos seus clientes, contribuem também para o SUCESSO e DESENVOLVIMENTO da actividade comercial. ■



PUBLICIDADE

Aprenda inglês a partir de sua casa com o curso

**NEW BBC ENGLISH**  
Multimedia System  
método desenvolvido pela

60 milhões de alunos em 17 países

77 anos de experiência

87% de eficácia nos exames da Universidade de Cambridge

Aproveite as condições especiais de financiamento!

**BBC**  
a melhor instituição mundial de ensino



## OAT ataca mercado internacional



A OAT, empresa portuguesa líder no conceito Home Fashion, continua a sua estratégia de internacionalização da marca, estando em simultâneo no mês de Janeiro nas Feiras de Colónia,

Birmingham e Paris, lançando assim as novas colecções integrantes do Catálogo 2008.

Em 2007, a empresa facturou 4 milhões de euros sendo que 75% da facturação está na exportação com a conquista de novos mercados entre eles a Arábia Saudita, Bahrain, Bélgica, Bulgária, Chipre, Colômbia, Dubai, Egipto, Escócia, Estónia, Gabão, Letónia, Malta, México,

Polónia, Porto Rico, Rússia, Turquia e Ucrânia.

Após um ano de consolidação no mercado europeu (sobretudo no mercado de Espanha, Itália, França e Inglaterra) e após 6 meses de exposição permanente em Hightpoint, a OAT registou um crescimento consecutivo nos últimos 5 anos. ■

## CONCELHO DE SINTRA RECEBE MAIS UMA LOJA DO CONDOMÍNIO



Os condóminos do concelho de Sintra poderão contar, já a partir de amanhã com mais uma Loja do Condomínio. A nova unidade será inaugurada amanhã, a partir das 18h, e ficará situada na Avenida de Liberdade, nº33 A, Queluz – Monte Abraão (Telefone: 214 352 771, e-mail: [queluz@ldc.pt](mailto:queluz@ldc.pt)), sob a direcção dos empresários Carlos Soeiro e Edmundo Soeiro. Esta será a 70ª loja desta rede especializada em administração de condomínios.

Queluz integra uma das 20 freguesias que constituem o concelho de Sintra e é considerada uma cidade-satélite de Lisboa. Abrangendo uma área de 3,6 Km2, conta com cerca de 78 040 habitantes e, no que respeita ao carácter sócio-económico, a freguesia de Queluz caracteriza-se por uma actividade essencialmente de comércio e serviços.

Os franchisados optaram pelo negócio da administração de condomínios e pela marca Loja do Condomínio porque "Queluz é uma das cidades mais populosas do nosso país, com um número de condomínios bastante

elevado o que nos faz ter boas perspectivas de negócio. Queremos dinamizar e criar uma mais valia nesta zona, através de uma marca de prestígio que oferece um variado leque de serviços, aos nossos clientes, que cada vez têm menos tempo para se dedicarem aos assuntos do condomínio.", referem Carlos e Edmundo Soeiro.

A Loja do Condomínio encerra o mês de Janeiro com a abertura de mais quatro unidades, em território nacional as lojas de Peniche e Queluz, e em Espanha Linares e Las Palmas. ■

PUBLICIDADE

# Quinta de Lages



[www.quintadelages.com](http://www.quintadelages.com)



## ERGOVISÃO

Tel. 232 188 600  
961 721 906  
FAX 232 188 650  
geral@ergovisao.pt  
www.ergovisao.pt

A marca ERGOVISÃO, representada pela firma ERGOVISÃO – Comércio e Indústria de Óptica, S.A., foi criada em 2002, embora tenha já surgido fruto de duas décadas de existência.

A equipa ERGOVISÃO garante a todos os seus clientes um serviço de qualidade, colocando à sua disposição um atendimento especializado e personalizado, em todas as ópticas do Grupo.

O nosso Grupo tem um objectivo claro: tornar-se no maior Grupo Independente de Portugal. É um objectivo algo ambicioso mas acreditamos ser possível alcançá-lo com muito esforço, dedicação empenho e principalmente com o apoio de uma boa equipa de colaboradores.



## SOLÉMIO

Tel. 232 188 600  
961 721 906  
Fax 232 188 650  
olivier.coroado@ergovisao.pt  
www.solemiosun.com

A insígnia SOLÉMIO, representada pela firma Solmio, S.A., criada em 2007, surge fruto da experiência adquirida pelo Grupo Ergovisão com vista a introduzir no mercado um novo conceito de óptica, os quiosques e lojas SOLÉMIO.

A unidade a criar no âmbito deste projecto que usará a marca comercial e insígnia SOLÉMIO, obedecerá a uma série de requisitos ao nível de design e arquitectura tendentes à sua uniformização em rede.

Pretende-se criar um conceito de loja posicionado num segmento de mercado médio, onde os principais valores de aquisição sejam a compra por impulso, o factor moda, qualidade e as marcas representadas, o design, sustentados pelo atendimento, o serviço prestado e por uma imagem de marca arrojada e bem construída em termos de estratégia de marketing.



## OPTICAL LOW COST

Tel. 244 560 089  
FAX 244 838 041  
info@optical-lowcost.eu  
optical-lowcost.eu

O franchising "Optical Low Cost" é considerado a excelente oportunidade de negócio.

Este novo conceito de loja pratica preços muito abaixo da média do mercado, mantendo um elevado padrão de qualidade dos produtos e serviços prestados.

O franchisado é um trabalhador independente que tem o benefício de uma estrutura organizada, com apoio a todo momento e incentivo no desenvolvimento da sua nova actividade para obter bons resultados.

O seu profissionalismo é demonstrado desde logo, no estágio inicial, com a sua formação.

Sendo um empresário responsável, respeita e defende as normas de funcionamento do Franchising. Os demais parceiros de negócio e acima de tudo os interesses e direitos ao consumidor.

A fórmula de sucesso do Franchising assenta numa relação de confiança e colaboração, entre Franchisador e Franchisado.



## LIPOTHERM CENTER

Tel. 21 315 33 66  
franchising@lipothermcenter.pt  
www.lipothermcenter.pt

LIPOTHERM CENTER oferece um serviço diferenciado face a outras ofertas existentes no mercado, cobrindo um mercado latente onde se procura melhorar os cuidados estéticos e a qualidade de vida dos seus clientes. Mulheres e homens de qualquer idade e de várias condições económicas poderão encontrar nestes estabelecimentos uma oferta de serviços de qualidade superior bem como uma imagem sofisticada e elegante aliada a um ambiente de excepção.

O centro dispõe de várias zonas, diferenciadas por conceitos de serviços.

lidada e em condições de partilhar o seu sucesso com pessoas com capacidade de trabalho e vontade de realização profissional.

UM FRANCHISADO LIPOTHERM CENTER disporá de todo um conjunto de serviços e apoio constante, desde a formação do conceito e protocolos de tratamentos, ao apoio administrativo e informático, beneficiando dum Marketing Centralizado da Marca.



## SNC – SPORTS NUTRITION CENTER

Tel. + 55 21 24 217 544  
+ 55 21 24 219 055  
fabio@sncshop.com.br  
www.sncshop.com

### Liderança de mercado

A SNC desponta como a maior rede de franchise especializada em Nutrição desportiva do mundo. Desde sua fundação em 1991 como pioneira do segmento, posicionou-se como líder constante de mercado, trazendo para o cliente a inovação e a cultura do "Sports Nutrition". A SNC introduziu no ano de 2001 uma linha de productos próprios exclusiva, além de abrir o mercado para o sistema de franchising.

### Beleza e Saúde

O consumidor de hoje zela por sua saúde. Ele quer se sentir bem, quer viver mais, quer estar em forma e com boa aparência. Segundo estudos realizados em 40 países, cada vez mais se gasta uma maior fatia dos rendimentos com beleza e saúde. Impulsionado por uma demanda crescente, a explosão do mercado de suplementos alimentares e vitaminas atinge hoje 17,4 bilhões de dólares em todo o mundo.



## VR Business Brokers

Tel. 256 284 652  
256 289 610  
FAX 256 284 653  
info01@vrbbportugal.com  
www.vrbbportugal.com

A VR BUSINESS BROKERS é pioneira e líder internacional na actividade de «business brokerage» de PME's (intermediação de negócios). A companhia foi criada no final dos anos 70 em Boston e conta agora com mais de 120 escritórios nos Estados Unidos, América Latina e Europa (Espanha e Portugal). Com três mil brokers e colaboradores e mais de 70 mil empresas já negociadas, a VR BUSINESS BROKERS chega a Portugal com o objectivo de ser também aqui líder nesta área de negócio e dar resposta a todos os que procuram comprar ou vender empresas, actuando na procura de oportunidades de negócio em Portugal, segmento de fusões e aquisições de PME's, direccionando-se a empreendedores, grupos empresariais e capitais de risco.

Os parceiros da VR deverão ser pessoas dinâmicas e empreendedoras, com excelentes capacidades interpessoais e de negociação, capazes de administrar o seu próprio escritório em regime de Franquia, sendo necessário ter experiência mínima de 3 a 5 anos na área financeira, ou na área comercial e/ou de marketing, na captação de clientes, interesse global ao nível empresarial focalizado nas empresas PME's.



## PROSPACTIVE

Tel. 214 353 752  
933 636 342  
FAX 214 356 022  
anabela.lelis@prospactive.com  
www.prospactive.com

A PROSPACTIVE, NÚMERO UM no desenvolvimento comercial de empresas na Europa, está também em Portugal.

A Experiência, o Know-How, as Ferramentas e Meios, exclusivos da rede, permitem às PME, de todos os sectores de actividade, um desenvolvimento e acompanhamento comercial eficaz.

Este conceito nasceu em França, há 10 anos e os seus promotores desenvolveram, uma série de ferramentas e métodos, em permanente actualização, capazes de assegurar o crescimento comercial das PME.

Em 2004, a PROSPACTIVE, já dotada de um conhecimento profundo de todos os sectores de actividade, ferramentas e métodos 100% aprovados, desenvolve uma rede de franchisados, que neste momento se encontra em pleno crescimento: cerca de 50 franchisados em França e um objectivo de 100 para 2008.

O seu crescimento sustentando, está a permitir e estimular a sua expansão por toda a Europa.



## AXT CAPITAL

Tel. 217 976 092  
FAX 217 976 091  
geral@axtcapital.com  
www.axtcapital.com

A AXT Capital é uma marca registada, a operar em Portugal, na área da Consultoria Financeira.

A sua missão consiste no aconselhamento, relativamente à aquisição de crédito, reestruturação de dívidas e investimento de produtos financeiros.

A Rede AXT Capital proporciona aos seus clientes soluções bancárias à medida, com as melhores condições financeiras.

### Porquê investir neste sector?

Na Europa, o sector de aconselhamento financeiro encontra-se numa fase de maturidade e tem um peso importante na actividade económica. É frequente um cidadão europeu deslocar-se a uma empresa de consultoria financeira, quando decide contrair um empréstimo ou renegociar as suas dívidas.

Desta forma, é possível comparar as vantagens oferecidas pelos diferentes bancos e instituições financeiras.

Em Portugal, este sector está a dar os primeiros passos mas é muito frequente ver pessoas e empresas, a recorrer às consultoras financeiras. Esta área de actividade apresenta, na verdade, um enorme potencial de crescimento, permitindo aos empreendedores desenvolver um negócio de sucesso.



## VEIGAS Imobiliária

Tel. 219 540 290  
Fax 210 173 911  
franchising@veigas.eu  
www.veigas.eu

Veigas Imobiliária é uma marca de referência na mediação imobiliária com um conceito inovador e absolutamente nacional: a propriedade, o conceito, a metodologia de trabalho e a tecnologia.

Surgiu em 1997 com distinção e em 2004, já com 14 agências próprias a funcionar, a marca rapidamente se transformou num franchising de sucesso. Ao longo dos últimos anos tem registado um crescimento contínuo sendo actualmente a primeira rede de franchising em mediação imobiliária no contexto nacional.

A política da Veigas Imobiliária de zona exclusiva permite uma relação de maior proximidade com a população local e um conhecimento profundo do mercado, garantindo soluções à medida dos clientes.

O investimento contínuo na formação dos seus colaboradores visa também garantir o melhor atendimento ao cliente. Para o efeito foi criado na sede o Instituto Veigas, onde cada profissional cumpre um plano de formação e apreende o know-how essencial à sua actividade.

A Veigas Imobiliária prima também por um serviço de excelência através de um acompanhamento em absoluto de todos os processos, desde a fase inicial até à fase da escritura.



## LAFORÊT PORTUGAL

Tel. 22 609 80 11  
Fax 22 606 30 56  
info@laforet.pt  
www.laforet.pt

Laforêt pertence a um dos primeiros grupos de serviços no ramo imobiliário da Europa, o Grupo Francês Vendôme Rome.

A diversidade de competências, a força dinâmica dos seus métodos, bem como a experiência das suas equipas explicam o rápido e sustentado desenvolvimento da Laforêt.

Em Portugal, a Laforêt pretende integrar parceiros com dinâmica e visão estratégica a fim de partilhar e beneficiar da força do grupo e para que se estabeleça, assim, uma das maiores e mais profissionais redes de agências de mediação imobiliária do país.

Tendo em conta a quantidade de empresários interessados em aderir à Laforêt em Portugal, a rede arranca com um número alargado de unidades franqueadas. Para os próximos sete anos as previsões apontam para que se atinjam cerca de 130 agências em Portugal continental e arquipélagos dos Açores e da Madeira. O alcance deste objectivo não enfrentará grandes dificuldades dadas as vantagens do sistema Laforêt e o interesse que a marca tem suscitado junto do mercado.

Por estes motivos, em Portugal, a Laforêt pretende integrar parceiros a fim de partilhar e beneficiar da força do grupo e para que se estabeleça, assim, uma das maiores e mais profissionais redes de agências de mediação imobiliária do país. Tornar-se parceiro da Laforêt é apostar numa carreira profissional promissora e num negócio de sucesso comprovado.



## MONTRA VIP

Tel. 234 180 090  
914 024 877  
Fax 234 180 099  
nunomatos@montravip.com  
www.montravip.com

A Montra Vip nasce em 2007, fruto de uma oportunidade de negócio que constatámos que poderia ser uma mais valia ao mercado das agências de viagens, mercado esse que se encontra saturado com bastantes unidades abertas. Assim sendo, a ideia foi a criação de uma agência de viagens totalmente diferente e inovadora do praticado até agora. Esta agência, irá ter uma forte componente tecnológica, em que para além do próprio espaço físico, há a possibilidade de existirem pessoas a vender porta a porta, a amigos, familiares, vizinhos ou a colegas, de todo o tipo de pacotes turísticos, bilhetes de avião, avião e hotel, escapadelas, fins-de-semana, entre as várias ofertas que uma agência tem para oferecer.

Como tal, a cada pessoa franchisada será atribuído um computador portátil com acesso à Internet móvel e um terminal de pagamento Multibanco móvel. Desta forma poderá deslocar-se facilmente para vender todos os serviços prestados por uma agência de viagens.

Desta forma, pretendemos criar um novo conceito de venda de viagens e um novo conceito para a criação de rede de vendas.

Todo este modelo assentará num suporte on-line, com um programa em que não obriga o franchisado a ter conhecimentos de programas específicos das agências de viagens, mas sim conhecimentos de internet no ponto de vista do utilizador.



## HABICAST Imobiliária

Tel. 219 587 120  
FAX 219 587 138  
info@habicast.pt  
www.habicast.pt

A Habicast, fundada em 1996, iniciou em 2002 o seu processo de expansão em regime de franchising.

Actualmente, a marca conta com mais de 60 lojas de Norte a Sul do País, entre próprias e franchisadas, sendo já a maior rede nacional de franchising imobiliário.

Na senda da inovação, a marca desenvolveu um sistema comercial próprio e original, quer na actividade imobiliária propriamente dita, quer na prestação de serviços financeiros próprios aos seus clientes. Assim, a Habicast está vocacionada para solucionar qualquer problema imobiliário e/ou financeiro decorrente de um processo de compra e venda, através do seu sistema e da sua equipa de profissionais devidamente qualificada e em constante formação.

A Habicast proporciona assim um negócio seguro, cujo retorno pode ser assegurado nos primeiros meses de actividade, com um investimento inicial de 30.000 € (direitos de entrada incluídos).