

# franchising DIGITAL

nº4 junho/julho 2004

M A G A Z I N E

*DAILY-PRICE*

Um novo conceito  
de reciclagem

*NAS BANCAS!*

Franchising &  
New Business nº 5  
com novo visual

Distribuída  
a **5.500**  
assinantes

*Um acordo de vontades:*

## O CONTRATO

*de franchising*

*Edição exclusiva*

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

CONHEÇA AS GRANDES NOVIDADES EM DESTAQUE



Caro assinante,

Em mais uma edição da Franchising Digital Magazine fazemos uma ligeira abordagem ao contrato de franchising. Sendo este o vínculo legal entre franchisados e franchisadores, a sua análise pormenorizada e cuidada torna-se como sabe imprescindível para o sucesso da relação entre as duas entidades envolvidas. E porque passou mais uma exposição de franchising e com ela algumas novidades, trazemos para si nesta edição outras novidades e oportunidades

de negócio que entraram no portal do sucesso desde a última FDM. Em relação ao tempo fora do normal entre a última FDM e esta, gostaria de informar que tomamos a decisão de atrasar o lançamento desta devido às inúmeras pestes de vírus informáticos que apareceram nos últimos meses na Internet. Espero que esta Franchising Digital Magazine lhe seja proveitosa e que encontre negócios interessantes, pois ela é feita para si.

Votos de bons negócios

José Azevedo

## FICHA TÉCNICA

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

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

*Redactores e colaboradores*  
Dúmia Ferreira, Miguel Soares e Guilherme Soares

*Departamento Comercial*  
Marcelo Marques  
marcelo.marques@franchising.pt

*Assinaturas*  
www.franchising.pt

*Grafismo*  
Cenária - Comunicação e Multimédia

*Periodicidade*  
Bimestral

*Propriedade*



## Marca portuguesa inicia expansão internacional



A marca Bioqual, que oferece serviços em controlo da qualidade e segurança alimentar, iniciou sua expansão no mercado internacional. A marca seleccionou Spiros Kontos para Master Franchise na Grécia. Spiros é consultor em qualidade e segurança alimentar, com grande conhecimento e experiência na área, sendo

presidente da associação Grega de "Food Technologists". Com o recém lançamento da marca no Grécia, inicia-se assim o processo de expansão internacional da Bioqual, uma vez que pretende vir a seleccionar Masters franchisados para diversos países, tendo como próximos objectivos a Polónia e o Brasil.

## Clínica do BemEstar em Expansão



Após a consolidação da sua sede em Coimbra a Clínica do BemEstar deu início ao seu plano de expansão, tendo já aberto unidades franchisadas em Aveiro e Lisboa, estando previstas aberturas, a curto prazo, noutras capitais de distrito. A equipa da Clínica do BemEstar está presente em todas as fases de desenvolvimento do projecto, acompanhando os seus franchisados quer na preparação da

abertura (selecção dos locais, arquitectura, informática, negociação com fornecedores, formação de todos os colaboradores, planos de marketing e de gestão) quer na fase de exploração, através de uma assistência permanente e dinâmica. A sua actividade é altamente rentável e o período de recuperação do investimento é muito curto.

## Esinow em Sesimbra



Esinow.net, marca de serviços infotecnológicos, seleccionou um novo parceiro franchisado para Lisboa, Sesimbra. O responsável pelo projecto é Nuno Oliveira, 38 anos, com experiência relevante na área das tecnologias de informação. O novo Parceiro alarga deste modo a área de actuação da Esinow à margem sul.

A Esinow foi lançada em Janeiro de

2004 e faz parte do Grupo Onebiz. Emergiu de um Spin-off do Departamento de Sistemas de Informação de uma das empresas do grupo, funcionando como departamento interno às necessidades das empresas do grupo e externamente aos clientes que precisavam concentrar os seus fornecedores numa única solução.

PUB


 Um conceito diferente no mundo da estética para mais informações sobre o franchising ligue **808 20 20 10**

## Fiducial comemora cinco anos em Portugal



Tudo começou há cinco anos atrás, quando António Godinho e Pedro Santos, actuais administradores do Grupo Onebiz, negociaram nos Estados Unidos a licença para Master Franchise da marca "Century Small Business Solutions", com o objectivo

de explorar um serviço de contabilidade e apoio à gestão de qualidade, especialmente desenhado para as pequenas e médias empresas portuguesas. Um ano após a implementação em Portugal, a "Century Small Business Solutions" é adquirida pelo grupo Francês FIDUCIAL. Com este passo, estava dado o mote para um crescimento significativo quer em termos de clientes, quer de unidades franchisadas, tanto em Portugal,

como um pouco por todo o mundo onde a FIDUCIAL está representada. A FIDUCIAL está sediada em Nova Iorque e têm cerca de 1.200 escritórios a nível mundial. Estando presente em 77 países, possui em Portugal uma rede de escritórios que emprega cerca de 200 colaboradores, com um total de facturação durante o ano de 2003 de mais de 2,5 milhões de euros.

## Nova loja MRW em Valongo



A MRW, líder ibérico no transporte urgente de documentos e pequenas encomendas, abre amanhã a sua 63ª loja em Valongo. Esta nova unidade MRW, que servirá o concelho de Valongo, vem reforçar a presença da marca na região do grande Porto e resulta da divisão da zona de Gondomar, que anteriormente servia

estes dois concelhos. Com a política de divisão de zonas, a empresa espanhola de courier, procura, através do aumento da capilaridade da rede de franchising, estar cada vez mais próxima do cliente, aumentar o seu bom desempenho e assim potenciar o crescimento da marca em Portugal.

PUB

## Distribuição de Publicidade com cobertura nacional a 100%



### BAAM

Comunicação e Imagem, Lda.

Lisboa | Porto | Braga | Leiria | Faro

SERVIÇOS COMERCIAIS | LIGUE GRÁTIS 800 20 44 70

info@baam.pt

www.baam.pt



A marca FORMIGA teve a sua origem em 2002, introduzindo em Portugal um conceito de loja de brinquedos e produtos de qualidade com uma forte componente ecológica e educativa para as crianças dos 3 meses aos 15 anos de idade. Previamente, os promotores do projecto efectuaram uma rigorosa análise do mercado de comércio de brinquedos e produtos didácticos, principalmente nos países da Europa central, concluindo que faltava no mercado português um conceito de lojas ecológicas semelhantes às existentes nesse país. As lojas da marca têm uma vasta gama de artigos dirigidos a

crianças desde dos 3 meses de idade até aos adultos. Entre estes últimos, destacam-se os encarregados de educação, educadores de infância e professores. O cliente da loja Formiga encontra brinquedos, artigos de decoração, puericultura, material didáctico de materiais naturais (madeira e tecido) e móveis de alta qualidade, fabrico de origem nórdica, para a criação de um ambiente infantil agradável. Além de brinquedos de madeira, bonecos de tecido, são comercializados outros produtos dedicados à descoberta por parte dos mais novos do meio ambiente e do ensino da ciência e tecnologia.



As CLÍNICAS VISAGE pertencem ao Grupo Visage, que tem direccionado todos os esforços num único sector e em todas as nuances do mesmo: A estética (Formação de estética; Representação e distribuição de cosméticos e equipamentos profissionais de estética e Clínicas Médico-Estetas em regime de franchising.

Direccionadas para um público exigente que procura acima de tudo qualidade, as CLÍNICAS VISAGE caracterizam-se pelo seu elevado profissionalismo, constante actualização e modernização de técnicas e equipamentos, espaços agradáveis, e pela oferta de um vasto leque de serviços e soluções à medida de cada um dos seus Clientes. Estas não abrangem apenas a área da estética propriamente dita, como também contam com a área médica em diversas especialidades. O leque de serviços é realmente extenso

e completo, desde a vertente da saúde, relaxamento, estética passando também pelo desenvolvimento pessoal e moda (maquilhagem profissional, análise de cor...). Para além destes elementos de segurança para qualquer investidor, falta lembrar dois pontos de grande interesse: As Clínicas Visage, não são um mero conceito isolado de Clínicas Médico-Estetas; como alicerce existe todo um background que transpira experiência, prestígio no mercado, e amplo espaço de manobra no sector da estética. Neste projecto em específico, está em causa o nome de um grupo e não de uma mera Clínica de estética, e este será sempre defendido pelo empenho, profissionalismo e elevada qualidade. Uma empresa. Uma atitude.



Em atividade desde o ano de 1993, a MOLDURA MINUTO é uma empresa inovadora e pioneira em Portugal no ramo do emolduramento rápido.

Num esforço mútuo de uma equipa de profissionais qualificados, sustentada por uma tecnologia de vanguarda e uma imagem apelativa, a rede de lojas moldura minuto desempenha nos dias de hoje um papel competitivo, em associação com a Moldartpóvoa - actual líder no mercado nacional.

Mediante um longo e rigoroso processo de experimentação, orgulhámo-nos de deter o total conhecimento do sector, ao qual adicionámos o saber fazer que nos é peculiar.

A moldura minuto proporciona aos seus franchisados a formação adequada, sustentada por um "Manual de Procedimentos" que visa transmitir os conhecimentos da actividade, proporcionando a ideal gestão do seu negócio.

Tornando-se nosso franchisado, ser-lhe-á ainda facultado um total apoio antes, durante e após a abertura do seu estabelecimento.

Faça também parte da nossa rede nacional de lojas e torne-se mais um caso de sucesso.



DAILY PRICE – A reciclagem digital como negócio.

Em 1995, Hans-Hermann Pein iniciou a expansão na Alemanha da rede Daily Price, que se dedica à compra e venda de DVD's, CD's e VIDEOJOGOS em 2ª mão. Actualmente somos líderes no mercado europeu de compra e venda, com mais de 900 lojas Daily Price, o que nos torna numa fantástica e rentável alternativa ao comércio tradicional e convencional existente.

O cliente Daily Price encontra assim, uma alternativa rentável que lhe permite reciclar ao vender-nos o material que já não usa e ao mesmo tempo adquirir títulos diferentes a preços muito competitivos, sem ter de recorrer a práticas ilegais, como sejam a pirataria ou a descarga fraudulenta de arquivos multimédia através da Internet.

A Daily Price é um novo negócio para um novo cliente cujos hábitos evoluíram com mais rapidez que a própria indústria, cansado do consumo tradicional, imerso numa dinâmica de usar e deitar fora, com uma mentalidade muito prática: consumir mais entretenimento por menos dinheiro.

Sempre actualizada com a última tecnologia, a Daily Price continuará a mudar a concepção de home-entertainment.

A Daily Price é actualmente líder de mercado nos vários países da Europa onde se encontra. A Daily Price também é uma empresa consolidada no mercado internacional, através da qualidade, dos resultados, da experiência e da garantia de êxito das suas mais de 900 lojas. Daily Price - mais diversão por menos dinheiro



A CELLULEM BLOCK abriu o seu primeiro Centro de Estética, Beleza e Bem-Estar em 1993, sendo actualmente uma rede internacional constituída por mais de 100 centros, distribuídos por diversos países. No passado mês de Março iniciámos a nossa expansão em Portugal, onde planeamos abrir 50 novos centros nos próximos 4 anos.

Actualmente em expansão, o mercado da estética está a tornar-se cada vez mais atractivo e rentável. Neste mercado a Cellulem Block apresenta-se como uma empresa sólida, com resultados comprovados e experiência de mais de 10 anos na Península Ibérica. O seu elevado sucesso deve-se ao seu conceito completamente inovador, sem concorrência no mercado, e ao uso da última tecnologia em Centros de estética.

Na Cellulem Block colocamos ao dispor das nossas clientes um serviço

moderno, inovador e de qualidade a um preço fixo impensável de apenas 65€ por mês. Todas as nossas clientes podem frequentar o centro 4 vezes por semana e fazer mais de 80 sessões de tratamentos mensais. A Cellulem Block tem desta forma como principais diferenciais, o facto de possuir: - Um conceito diferente no mundo da estética; - A mais moderna e inovadora tecnologia; - Preço acessível para todas as pessoas.

O sucesso dos nossos centros confirma o êxito do conceito Cellulem Block.

Como franchisado, não deixe passar esta oportunidade única, você contará com o apoio, suporte e experiência de profissionais qualificados que contribuirão directamente para o sucesso do seu negócio.

Cellulem Block - Um conceito diferente no mundo da estética agora também ao seu alcance.



A OCASIÃO DO SOFÁ é um franchising de venda de Sofás e Complementos, as suas lojas caracterizam-se por ter uma grande variedade de produtos, sendo lojas com áreas nunca

inferiores a 450 m2. Temos uma produção própria de sofás o que nos garante um produto exclusivo. Temos actualmente 22 lojas em Portugal e 16 em Espanha.



## Franchising: Um acordo de vontades

Ao pensarmos no sistema de franchising como um sistema de negócios e como um meio facilmente utilizado na expansão de actividades, envolvendo dois agentes comerciais, com diferentes perspectivas e voltados para um mesmo fim, depressa nos apercebemos da importância do contrato como forma de regular acções, competências, deveres e obrigações de franchisadores e franchisados, reforçando deste modo o vínculo entre eles. Na verdade, o contrato de franchising mais não é do que um acordo que expressa as diferentes necessidades e perspectivas de ambas as partes. Se por um lado o franchisador, detentor da marca, do produto e de um mercado já conquistado, pretende expandir a sua actividade sem suportar os custos de tal investimento, facultando a licença ao uso de sinais distintivos da marca; por outro lado temos o franchisado que assegurando autonomia económica e independência jurídica está disposto a investir, remunerando o franchisador, actuando sob a sua orientação, usufruindo do prestígio, imagem e nome da marca no mercado, tirando por sua vez partido da experiência, know-how, assistência técnica e apoio transmitido pelo franchisador.

Elaboração do contrato: todo o cuidado é pouco!

Ao falarmos de contratos de franchising convém não esquecer que este surge da necessidade de prática de negócios nos termos já referidos não estando regulamentado de forma expressa na lei, daí que se apresente como um contrato atípico que se rege por



clausulas contratuais de diferentes tipos, de diferente natureza, em função da importância do produto e do interesse das partes, existindo liberdade na definição da sua estrutura. Assim, todo o cuidado é pouco na sua elaboração, afinal ele vai ser "lei" na relação franchisador/franchisado. Uma redacção clara e explícita, focando com precisão

todos os direitos e deveres das partes, bem como o objecto do negócio em causa torna-se essencial. Franchisador e franchisado devem também identificar-se de igual modo com o conteúdo do contrato não o considerando apenas como um mero documento subestimando a sua real importância. É importante que as partes envolvidas tenham consciência da adaptabilidade destes contratos á actividade em questão, não existindo um modelo que funcione em todas as circunstâncias e em qualquer actividade. Contudo, a experiência aponta para determinados aspectos que em caso algum devem ser esquecidos na elaboração do contrato.

Do ponto de vista do franchisado há que ter em atenção as condições relacionadas com a cedência da marca e sinais distintivos devendo este certificar-se dos legítimos representantes da marca. A exclusividade territorial é também uma questão relevante, onde o franchisado deve salvaguardar o seu direito exclusivo de actuação em determinada área. A transmissão de conhecimentos técnicos e prestação de assistência por parte do franchisador é outro aspecto a constar no contrato, bem como as obrigações do franchisador quanto á promoção e lançamento de novos

produtos, marketing e publicidade. O franchisado deve ainda ter em conta que caso exista alguma cláusula aprovada pelo franchisador, nada o impede de promover iniciativas publicitárias ficando as suas acções plenamente legitimadas. Regra geral, e por disposição contratual, deve o franchisado contar ainda com o pagamento de uma taxa destinada a fins publicitários, quantia essa determinada em função do seu volume de negócios. A par da taxa de publicidade estipulada, o contrato deve ainda referir as contrapartidas pagas ao franchisador, a sua quantia e as formas de pagamento. Muitos são os casos onde fica acordado o pagamento do “direito de entrada” no início da actividade, e o pagamento dos royalties, prestações de carácter periódico assentes geralmente no volume de negócios. A durabilidade do contrato é outra questão para a qual o franchisado deve estar atento, salvaguardando uma durabilidade sempre superior ao tempo estimado para o retorno do investimento em causa.

Do ponto de vista do franchisador, é essencial que o contrato estipule a obrigação do franchisado em acatar as suas orientações no exercício da actividade em geral, mas deve também ser totalmente explícito no que se refere ao conjunto de produtos a comercializar, ao stock



mínimo, aos preços a praticar, e á possibilidade de impedimento de comercialização de certos artigos que não os expressamente autorizados. Para além disso a questão territorial deve também ser sujeita a análise. Nenhum contrato deve deixar de referir o território exacto em que o franchisado vai exercer actividade, existindo por vezes cláusulas a assegurar uma exclusividade recíproca onde o franchisador se obriga à não contratação de concorrentes na zona de exclusividade do franchisado, que por sua vez se vê impedido de vender quaisquer produtos concorrentes. E porque “o segredo é a alma do negócio”, não pode o franchisador ignorar um ponto particularmente relevante em franchising – o sigilo, garantindo a existência de cláusulas

que obriguem o franchisado a sigilo absoluto quanto ás orientações e informações transmitidas pelo franchisador no exercício da actividade.

Muito embora estes aspectos sejam comuns a muitos contratos, focando aspectos relevantes de actuação das partes envolvidas, estas têm total liberdade de, nos limites da lei, fixarem o seu conteúdo incluindo as cláusulas que achem necessárias ao bom desempenho do seu papel e ao desenvolvimento da actividade em geral. O cumprimento das obrigações assumidas revela-se fundamental para a vigência do contrato, funcionando como motivo da cessação o desrespeito pelas obrigações a que as partes estão vinculadas. Toda e qualquer acção

PUB



**NORBRASS**  
Modelismo Ferroviário de Precisão

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



pode ser legitimada desde que existam cláusulas que a fundamente.

A livre concorrência em franchising  
Perante o exposto anteriormente ficamos com a plena noção de que o contrato de franchising deve proteger uma série de interesses, contudo não é menos verdade que muitos são os contratos cujo conteúdo em muito limitam a livre concorrência. São restrições respeitantes sobretudo à exclusividade territorial, à obrigação do

concorrentes sai favorecida, bem como a consequente concorrência entre marcas e sistemas de distribuição. E nesta perspectiva o franchising não se desvia de todo da política económica ao permitir que pequenos comerciantes entrem no mercado. Assim, certas circunstâncias admitem a obrigação de não concorrência que se verificará quando o quota de mercado do fornecedor tendo em conta toda a actividade da rede não for além dos 30%, e durante a vigência do

Mas nunca esta obrigação poderá ultrapassar o termo do contrato.

#### Recomendações finais

A celebração de um contrato é um acto que envolve reflexão, análise e responsabilidade seja da parte do franchisado como do franchisor. Tempo, esforço e investimento financeiro são factores a levar em conta, por isso, se está a pensar aderir a um negócio nunca de precipite, faça uma auto-análise quanto ao ramo, ao tipo de franchising, às condições do contrato. Contacte os responsáveis da empresa, reunindo o máximo de informação possível, assegure-se antes de qualquer assinatura de que todas as fontes de financiamento estão garantidas, contacte outros franchisados tirando com eles todos os pareceres que achar necessários. E por fim, mas não menos importante, o recurso a profissionais especializados, nomeadamente os serviços de um advogado.

Todas estas recomendações destinam-se a uma análise racional e o mais objectiva possível capaz de sanar dúvidas e ultrapassar ansiedades, evitando tomadas de decisão impulsivas e irreflectidas que possam por em causa a realização de um sonho e a criação de um negócio do qual todos se possam orgulhar.



franchisado adquirir mais de 80% das compras ao franchisor, à proibição de venda ou aquisição de produtos concorrentes do franchisor.

Mas, se o franchising pode à partida criar entraves à livre concorrência, a expansão de redes de distribuição de produtos e o aparecimento de novos

contrato a obrigação de não concorrência não ultrapassar os cinco anos.

Perante isto, o franchisado após a cessação do contrato passa a ser livre de vender e comercializar produtos concorrentes, salvo se o franchisor provar que tal afecta profundamente o seu know-how.

PUB



**MAIS DE 900 LOJAS DE COMPRA E VENDA DE CD'S, DVD'S E VIDEOJOGOS EM 2ª MÃO**

para mais informações sobre o franchising ligue

**808 20 20 10**

Por Guilherme Soares



## O mercado digital mais perto de si

Se é um habitual consumidor de música, filmes ou jogos; não quer recorrer a práticas ilegais como a pirataria ou por outro lado não disponha de hardware suficientemente potente para deixar o seu computador a fazer "downloads" a noite inteira (nem queira nele investir), e, por outro lado, tem nas prateleiras lá de casa aqueles CD's, DVD's ou videojogos que já não lhe dizem nada e que de bom grado os

poder trocar esses artigos que já não lhe interessam por novos títulos que a empresa alemã comercializa em segunda mão..

"Pretendemos que todos os CD's, DVD's e Videojogos que as pessoas já não usam ou que são repetidos e cuja única função é ocupar espaço na prateleira sem um motivo em concreto, mas que também não é lógico que os deitem fora, a Daily Price compra-os pelo melhor preço diário",

desenvolver a sua própria actividade ao mais alto nível com segurança e êxito.

Para eventuais interessados, a Daily Price estipula ser necessário um investimento inicial para uma loja padrão que poderá variar entre os 100 e os 200 mil euros, dependendo da dimensão da loja que deverá ter entre os 150 e os 200 m2. Este é o grande objectivo da empresa alemã criada em 1995 por Hans-Hermann Pein e que cinco anos depois começaria a expandir o negócio através do franchising.

A Daily Price é actualmente líder no mercado europeu de compra e venda destes objectos em segunda mão, com mais de 900 lojas, "o que nos torna numa fantástica e rentável alternativa ao comércio tradicional e convencional existente", defendem ao [franchising.pt](http://franchising.pt). Segundo os responsáveis em Portugal da Daily Price, este é um negócio que vai ao encontro dos clientes cujos hábitos evoluíram com mais rapidez que a própria indústria e que têm com uma mentalidade muito prática: querem consumir mais (entretenimento) por menos (dinheiro).



trocaria, tem uma solução. Para já apenas em Lisboa, onde a Daily Price está a preparar a abertura de duas unidades próprias na Expo e no Saldanha, mas a curto/médio prazo em todo o país, preferencialmente em capitais de distrito (o projecto de expansão contempla a abertura de 25 lojas pelo sistema de franchising), vai

explicaram os responsáveis ao [franchising.pt](http://franchising.pt).

Cada loja Daily Price é um negócio independente ligado ao grupo por um acordo de franchising que garante a cooperação central (marketing, organização, administração, central de compras, etc.), que permite



## Quinta de São Vicente

Visite-nos em

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

## 4 Perguntas a ...

1 - *franchising.pt* - Como é que se processa a compra e venda dos CD's, DVD's e Vídeojogos?

Daily Price - O cliente vende-nos o material, o que lhe permite reciclar o que já não usa e pode adquirir títulos diferentes a preços muito competitivos, sem ter de recorrer a práticas ilegais, como a pirataria ou a descarga fraudulenta de arquivos multimédia através da internet.

2 - Não temem que essas práticas continuem a prevalecer?

Nós perguntamos: porque é que isso ocorre realmente? Não preferiria vender esses DVD's, CD's e



Vídeojogos e levar outros em segunda mão, ou poder optar por receber dinheiro por eles? A Daily Price propõe a solução perfeita para renovar a sua discografia e resolver os seus problemas de espaço.

3- Os produtos que vendem são só em segunda mão?

Sim, comercializamos apenas CD's, DVD's e Vídeojogos em segunda mão. O nosso desenvolvimento e constante actualização de um software exclusivo é o responsável pelo sofisticado sistema operativo que gere o dia-a-dia de cada uma das lojas: compras, vendas, devoluções, actualização de dados e uma série de transacções internas que garantem a rentabilidade máxima do negócio: preços fixos, sem discussões e total garantia e qualidade dos produtos.

4- No vosso logótipo vem inscrita frase: "Save the planet, Save your money". O que pretendem dizer com a expressão?

"Pretendemos que todos os CD's, DVD's e Vídeojogos que as pessoas já não usam ou que são repetidos e cuja única função é ocupar espaço na prateleira sem um motivo em concreto, mas que também não é lógico que os deem fora, a Daily Price compra-os pelo melhor preço diário".



FRANCHISING & NEW BUSINESS: Nº 5 NAS BANCAS!



**NÃO PERCA A OPORTUNIDADE! RECORTE, PREENCHA E ENVIE JÁ!**

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

- 2 anos (12 edições) com desconto de 30% por 25,20€ (2,10€ ex.)
- 1 ano (6 edições) com desconto de 15% por 15,30€ (2,55€ ex.)

Nome:

Data Nasc.:  /  /  Profissão:

Morada:

Código Postal:  -  Telefone:

E-mail:

- Envie o cheque nº  no valor de  €, de banca  à ordem de Quiosque Tejo, Lda.
- Faça uma transferência bancária no valor de  €, para a conta nº 003500330001062393004 do Caixa Geral de Depósitos, em nome de Quiosque Tejo, Lda.
- Envie Vale Postal no valor de  €, à ordem de Quiosque Tejo, Lda., para a morada: Rua Chão do Conde, 5-G • 2890-096 Alcochete

Assinatura:

**Quiosque Tejo**  
Sociedade Editora de  
Publicações, Lda

Rua Chão do Conde - 5G  
2890-096 Alcochete

**Como assinar:**



**21 234 0571**



**21 234 0564**



**DAILY PRICE**  
 Tel. 808 20 20 10  
 Fax 213 142 972  
 www.daily-price.es  
 susana.martins@sapo.pt

#### Daily Price – A reciclagem digital como negócio

Em 1995, Hans-Hermann Pein iniciou a expansão na Alemanha da rede Daily Price, que se dedica à compra e venda de DVD's, CD's e VIDEOJOGOS em 2ª mão. Actualmente somos líderes no mercado europeu de compra e venda, com mais de 900 lojas Daily Price, o que nos torna numa fantástica e rentável alternativa ao comércio tradicional e convencional existente.

O cliente Daily Price encontra assim, uma alternativa rentável que lhe permite reciclar ao vender-nos o material que já não usa e ao mesmo tempo adquirir títulos diferentes a preços muito competitivos, sem ter de recorrer a práticas ilegais, como sejam a pirataria ou a descarga fraudulenta de arquivos multimédia através da Internet.

A Daily Price é um novo negócio para um novo cliente cujos hábitos evoluíram com mais rapidez que a própria indústria, cansado do consumo tradicional, imerso numa dinâmica de usar e deitar fora, com uma mentalidade muito prática: consumir mais entretenimento por menos dinheiro.

Sempre actualizada com a última tecnologia, a Daily Price continuará a mudar a concepção de home-entertainment.

A Daily Price é actualmente líder de mercado nos vários países da Europa onde se encontra. A Daily Price também é uma empresa consolidada no mercado internacional, através da qualidade, dos resultados, da experiência e da garantia de êxito das suas mais de 900 lojas. Daily Price - mais diversão por menos dinheiro



**OCASIÃO DO SOFÁ**  
 Tel. 229 442 585  
 Fax 229 442 589  
 www.ocasiadosofa.pt  
 pdduarte@iol.pt

A Ocasia do Sofá é um franchising de venda de Sofás e Complementos, as suas lojas caracterizam-se por ter uma grande variedade de produtos, sendo lojas com áreas nunca inferiores a 450 m2. Temos uma produção própria de sofás o que nos garante um produto exclusivo. Temos actualmente 22 lojas em Portugal e 16 em Espanha.



**LA COMPAGNIE DES PETITS**  
 Tel. 223 744 432  
 Fax 223 791 747  
 www.lacompagniedespetits.com  
 lacompagniedespetits@shape.pt

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

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

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

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

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

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

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



**CELLULEM BLOCK**  
 Tel. 808 20 20 10  
 Fax 213 142 972  
 www.cellulemblock.es  
 susana.martins@sapo.pt

A Cellulem Block abriu o seu primeiro Centro de Estética, Beleza e Bem-Estar em 1993, sendo actualmente uma rede internacional constituída por mais de 100 centros, distribuídos por diversos países. No passado mês de Março iniciámos a nossa expansão em Portugal, onde planeamos abrir 50 novos centros nos próximos 4 anos.

Actualmente em expansão, o mercado da estética está a tornar-se cada vez mais atractivo e rentável. Neste mercado a Cellulem Block apresenta-se como uma empresa sólida, com resultados comprovados e experiência de mais de 10 anos na Península Ibérica. O seu elevado sucesso deve-se ao seu conceito completamente inovador, sem concorrência no mercado, e ao uso da última tecnologia em Centros de estética.

Na Cellulem Block colocamos ao dispor das nossas clientes um serviço moderno, inovador e de qualidade a um preço fixo impensável de apenas 65€ por mês. Todas as nossas clientes podem frequentar o centro 4 vezes por semana e fazer mais de 80 sessões de tratamentos mensais. A Cellulem Block tem desta forma como principais diferenciais, o facto de possuir: - Um conceito diferente no mundo da estética; - A mais moderna e inovadora tecnologia; - Preço acessível para todas as pessoas.

O sucesso dos nossos centros confirma o êxito do conceito Cellulem Block.

Como franchisado, não deixe passar esta oportunidade única, você contará com o apoio, suporte e experiência de profissionais qualificados que contribuirão directamente para o sucesso do seu negócio.

Cellulem Block - Um conceito diferente no mundo da estética agora também ao seu alcance.



## CLÍNICAS VISAGE

Tel. 244 848 240/8  
Fax 244 848 249  
www.visage.pt  
franchisign@visage.pt

As CLÍNICAS VISAGE pertencem ao Grupo Visage, que tem direccionado todos os esforços num único sector e em todas as nuances do mesmo: A estética (Formação de estética; Representação e distribuição de cosméticos e equipamentos profissionais de estética e Clínicas Médico-Estetas em regime de franchising.

Direccionadas para um público exigente que procura acima de tudo qualidade, as CLÍNICAS VISAGE caracterizam-se pelo seu elevado profissionalismo, constante actualização e modernização de técnicas e equipamentos, espaços agradáveis, e pela oferta de um vasto leque de serviços e soluções à medida de cada um dos seus Clientes. Estas não abrangem apenas a área da estética propriamente dita, como também contam com a área médica em diversas especialidades.

O leque de serviços é realmente extenso e completo, desde a vertente da saúde, relaxamento, estética passando também pelo desenvolvimento pessoal e moda (maquilhagem profissional, análise de cor...). Para além destes elementos de segurança para qualquer investidor, falta relembrar dois pontos de grande interesse: As Clínicas Visage, não são um mero conceito isolado de Clínicas Médico-Estetas; como alicerce existe todo um background que transpira experiência, prestígio no mercado, e amplo espaço de manobra no sector da estética. Neste projecto em específico, está em causa o nome de um grupo e não de uma mera Clínica de estética, e este será sempre defendido pelo empenho, profissionalismo e elevada qualidade. Uma empresa. Uma atitude



## FORMIGA

Tel. 226 101 014  
Fax 226 101 014  
lojaformiga@clix.pt

A marca Formiga teve a sua origem em 2002, introduzindo em Portugal um conceito de loja de brinquedos e produtos de qualidade com uma forte componente ecológica e educativa para as crianças dos 3 meses aos 15 anos de idade.

Previamente, os promotores do projecto efectuaram uma rigorosa análise do mercado de comércio de brinquedos e produtos didácticos, principalmente nos países da Europa central, concluindo que faltava no mercado português um conceito de lojas ecológicas semelhantes às existentes nesse país.

As lojas da marca têm uma vasta gama de artigos dirigidos a crianças desde dos 3 meses de idade até aos adultos. Entre estes últimos, destacam-se os encarregados de educação, educadores de infância e professores.

O cliente da loja Formiga encontra brinquedos, artigos de decoração, puericultura, material didáctico de materiais naturais (madeira e tecido) e móveis de alta qualidade, fabrico de origem nórdica, para a criação de um ambiente infantil agradável. Além de brinquedos de madeira, bonecos de tecido, são comercializados outros produtos dedicados à descoberta por parte dos mais novos do meio ambiente e do ensino da ciência e tecnologia.



## NAVEGADORES

Tel. 800 271 822  
Fax 253 571 822  
www.navegadores.com  
navegadores@navegadores.com

A Navegadores® é uma empresa que se dedica exclusivamente ao ensino de informática a crianças e jovens, a partir dos 3 anos de idade.



## MOLDURA MI NUTO

Tel. 252 298 155  
Fax 252 622 442  
molduraminuto@moldartpovoa.com

Em actividade desde o ano de 1993, a moldura minuto é uma empresa inovadora e pioneira em Portugal no ramo do emolduramento rápido.

Num esforço mútuo de uma equipa de profissionais qualificados, sustentada por uma tecnologia de vanguarda e uma imagem apelativa, a rede de lojas moldura minuto desempenha nos dias de hoje um papel competitivo, em associação com a Moldartpovoa - actual líder no mercado nacional.

Mediante um longo e rigoroso processo de experimentação, orgulhámo-nos de deter o total conhecimento do sector, ao qual adicionámos o saber fazer que nos é peculiar.

A moldura minuto proporciona aos seus franchisados a formação adequada, sustentada por um "Manual de Procedimentos" que visa transmitir os conhecimentos da actividade, proporcionando a ideal gestão do seu negócio.

Tornando-se nosso franchisado, ser-lhe-á ainda facultado um total apoio antes, durante e após a abertura do seu estabelecimento.

Faça também parte da nossa rede nacional de lojas e torne-se mais um caso de sucesso.

Anuncie na



O Seu Negócio Agradece!