

franchising **DIGITAL**

Edição Nº 6 / 2005

M A G A Z I N E

MRW

Plano Maior
comemora
5 anos

Distribuída
a **10.000**
assinantes

ESPECIAL



franchising: **UMA IMAGEM DE MARCA**

Edição exclusiva

franchising.pt
o portal do sucesso

CONHEÇA AS GRANDES NOVIDADES EM DESTAQUE



Caro assinante,

Neste dia 2 de Novembro de 2005 o portal comemora o 4º aniversário. Estamos particularmente satisfeitos já que nesta precisa data a revista digital Franchising Digital Magazine, alcançou o número "mágico" de dez mil (10.000) assinantes, tornando-se na revista mais lida em Portugal sobre franchising, independentemente do formato. Para os próximos quatro anos queremos continuar a ser a referência do franchising em Portugal, introduzindo novas e melhores formas de procurar a

proximidade entre franchisadores e potenciais franchisados, distribuir a informação de forma séria com o intuito de fazer do franchising um sistema cada vez mais apelativo para empresários e investidores.

E porque estamos em véspera de mais uma feira FranchiseShow da região Norte, nesta edição damos destaque a esse importante acontecimento anual do franchising, esperando com isso contribuir para informar todos os leitores sobre esta feira.

Votos de Bons negócios,

José Azevedo

FICHA TÉCNICA

Director

José Azevedo
jose.azevedo@franchising.pt

Editora

Cenárea - Comunicação e Multimédia
geral@cenarea.pt

Redactores e colaboradores

Dúmia Ferreira, Miguel Soares e Guilherme Soares

Departamento Comercial

Marcelo Marques
marcelo.marques@franchising.pt

Assinaturas

www.franchising.pt

Grafismo

Cenárea - Comunicação e Multimédia

Periodicidade

Bimestral

Propriedade



NBB em crescimento



National Business Brokers
Selling Businesses Confidentially

Os novos escritórios comprovam o sucesso da NBB, alicerçado no profissionalismo dos consultores a nível internacional.

A rede de consultores especialistas na intermediação de compra e venda de empresas, NBB National Business Brokers, inaugura neste mês mais 4 escritórios em Portugal. Desta vez em Aveiro, Braga, Lisboa-Telheiras e Lisboa-Saldanha, totalizando assim 8 escritórios a nível nacional. Além fronteiras, a NBB está presente em mais 8 países - Espanha, Alemanha, Hungria, Polónia, Letónia, Roménia, Brasil e Canadá - com escritórios nas principais cidades.

Os consultores dos escritórios NBB são especialistas em compra e venda de empresas, com o objectivo de

aproximar o vendedor e o comprador do negócio. Com encontros regionais, nacionais e internacionais, os consultores estão em permanente actualização, actuando como especialistas na área. Neste sentido, foi realizado no passado mês de Setembro um workshop sobre "Avaliação de empresas e modelos de avaliação", com o Prof. Carvalho das Neves, no qual estiveram presentes todos consultores da NBB.

Para aqueles que pensam em vender o seu negócio, a NBB explica que tal processo de venda passa por 4 fases, sendo: Planeamento, Pesquisa; Negociação e Fecho. Segundo Hélder Beça, gestor da rede NBB em Portugal, "O principal objectivo da NBB é garantir a venda do negócio, que passa pela avaliação e análise pormenorizada do negócio, até a apresentação confidencial da mesma à potenciais compradores, com o perfil indicado para compra". Para aqueles que pretendem comprar um negócio,

tem-se a garantia de informação precisa e directa, conforme afirma o gestor da NBB "O processo torna-se mais eficaz, não há ruídos no canal, principalmente porque a NBB tem mais de 20 anos de experiência no negócio, já tendo vendido mais de 2.500 negócios".

Neste momento a NBB Portugal tem mais de 500 milhões de euros de negócios em carteira, que podem ser consultados através de seu site, em

Relembre que a NBB faz parte do Grupo Onebiz, líder mundial de serviços de consultoria em sistema de franchising. Fazem parte do universo Onebiz além da NBB, as franquias Fiducial, ExChange, Accive, BioQual, Teamvision, Esinow, WinREST Consulting e Elevus. O Grupo está presente em mais de 10 países, tendo fechado primeiro semestre de 2005 com um volume de negócios de 5 milhões de euros.

Um novo conceito de mediação imobiliária



A GMAC Imobiliária Portugal é o primeiro franchise europeu da GMAC Real Estate, uma empresa de mediação imobiliária pertencente ao grupo General Motors.

Longe de pretender ser "mais uma" rede a operar no sector, a marca vai diferenciar-se pelo tipo de serviço prestado ao cliente e pelos programas

de formação que proporciona aos seus franchisados.

A expansão vai começar pela zona da grande Lisboa, seguindo-se o Porto e o Algarve, até estar coberto todo o território nacional. Em 2009, a nova rede espera ter 125 lojas abertas, perto de mil vendedores e 12 mil transacções efectuadas.

MRW - Plano Maior comemora 5 anos



Através do Plano Maior, todas as pessoas com mais de 65 anos, residentes em centros geriátricos, podem receber envios dos seus familiares e amigos de forma gratuita

A MRW, na vanguarda das políticas de responsabilidade social empresarial, em Outubro de 2000 criava um novo Plano de Acção Social: o Plano Maior. Este Plano, como o nome indica, é dirigido a um colectivo social muito especial: os nossos idosos que residem em centros geriátricos, lares ou outras instituições de acolhimento. A estes, a MRW oferece a possibilidade de receberem, dos seus familiares ou amigos, envios a nível nacional de forma gratuita.

Para poder beneficiar do Plano Maior, apenas é necessário cumprir duas condições. Primeiro, que o emissor entregue pessoalmente o envio numa das mais de 700 lojas MRW na Península Ibérica (66 das quais em Portugal). A segunda, que o centro geriátrico se encontre a mais de 50Km do ponto de origem do envio, evitando assim que o envio substitua a visita dos familiares ou amigos dessa pessoa idosa.

A MRW já recebeu diversos reconhecimentos pela sua política de responsabilidade social, consubstanciada nos 10 Plano de Acção Social (ver texto abaixo), alguns dos quais concedidos precisamente pela sua atenção para com as pessoas idosas.

Na opinião de Pedro Mega, director-geral da MRW Portugal, «não há nada mais gratificante que provocar o sorriso de uma pessoa idosa que se sente só. Sem dúvida que para uma empresa que acredita, defende e aposta na responsabilidade social empresarial, esse é o maior prémio que pode receber: saber, por exemplo, que, quem sabe hoje mesmo, ajudámos a iluminar a expressão de uma pessoa idosa que, através do Plano Maior, recebeu a foto do seu bisneto recém-nascido».

O Plano Maior foi o sexto Plano de Acção Social a ser criado pela MRW. Actualmente, são 10 os Planos de Acção Social que a empresa oferece a diferentes colectivos mais desfavorecidos ou que merecem uma atenção especial.

Planos de Acção Social

Os Planos de Acção Social consubstanciam-se em serviços gratuitos para sectores desfavorecidos da sociedade que, frequentemente, têm necessidade de utilizar a nossa empresa.

PLANO SUB-25

Criado para que estudantes com menos de 25 anos, deslocados do seu local habitual de residência, possam expedir ou receber um envio grátis por mês.

PLANO FORUM (Formação Universal)

Permite aos estudantes e professores no estrangeiro receber dos seus familiares directos um envio por mês de forma gratuita.

PLANO AJUDA

Para que qualquer instituição sem fins lucrativos possa remeter envios, pela nossa rede de transportes, com descontos de 68% nos seus envios nacionais e para Espanha e 20 % nos internacionais.

PLANO MÃOS LIVRES

Para que os nossos clientes habituais possam enviar a sua bagagem, de forma gratuita, desde o hotel onde estão hospedados, até à sua empresa.

PLANO 2000

Possibilita que pessoas com qualquer deficiência disponham de serviços gratuitos, sempre que apresentem o seu certificado de incapacidade.

PLANO MAIOR

Para que as pessoas com mais de 65 anos, que residem em lares ou casas de repouso, possam receber envios nacionais gratuitos dos seus familiares e amigos.

PLANO AJUDA CULTURA

Permite que livrarias e editoras façam envios a nível nacional com um desconto até 68% e internacionais com um desconto até 20%.

PLANO FAMÍLIA

Para que as famílias numerosas (mais de dois filhos) possam realizar envios gratuitos.

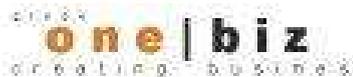
PLANO CAMPANHAS SOLIDÁRIAS

A MRW põe à disposição de instituições sem fins lucrativos, de forma gratuita, as suas 65 lojas franchisadas, como ponto de recepção de doações a campanhas de solidariedade de âmbito nacional.

PLANO PAI (Plano de Adopção Interno)

Destinado a apoiar a adopção, por parte de colaboradores da marca.

O grupo Onebiz cresce 30% no primeiro semestre 2005



O grupo apresentou os resultados e mantém a tendência de crescimento obtida nos últimos anos

O Grupo Onebiz, gerido por António Godinho e Pedro Santos, apresentou os resultados do primeiro semestre de 2005. Sendo a sua actividade principal a gestão de redes de consultoria e serviços em sistema de franchising, o grupo manteve a tendência de crescimento dos últimos anos. Neste

período, o volume de proveitos do grupo (serviços e fees de franchising) foi de 2,1 milhões de euros, sendo o resultado antes de impostos de 700.000 euros. O crescimento homólogo face ao ano anterior foi de 30%, resultado de acordo com o orçamento previsional delineado para 2005.

De realçar que o grupo detém 10 marcas em sistema de franchising que promovem serviços a particulares e empresas, tais como: contabilidade, seguros, financiamentos, consultoria em fusões e aquisições de empresas, recursos humanos, sistemas de informação, qualidade alimentar,

consultoria de franchising e consultoria hoteleira.

O sector conta com aproximadamente 400 marcas em Portugal e o grupo afirma-se como líder nos serviços em sistema de franchising: o conjunto das redes franchisadas das marcas do grupo é constituído por 200 unidades empresariais em Portugal, com cerca de 800 colaboradores, servindo mais de 10.000 empresas e particulares com o volume anual de negócios total na ordem dos 25 milhões de euros. O grupo está também presente internacionalmente em 10 países com as suas marcas, obviamente portuguesas.

Protocolo otimiza soluções financeiras



Veigas & Veigas
Soc. Porc. de Invest. Imobiliária

O Grupo GE- Money e a Veigas & Veigas concretizaram um protocolo com vista a um melhor leque de soluções ao dispor dos clientes.

Decorreu, no dia 27 de Outubro de 2005, durante a manhã, no Hotel VIP Executive

em Santa Iria, a apresentação dos produtos e serviços que caracterizam a GE- Money, a mais nova parceira da Veigas & Veigas.

Para Paulo Veigas, director da mediadora, é além disso, "uma forma de crescer em rede".

EURO E COMPANHIA continua a sua expansão

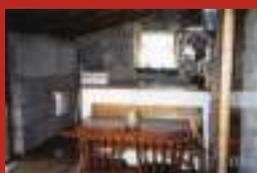


A EURO E COMPANHIA continua a sua expansão em Portugal e alcançou até ao momento cerca de 30 lojas em todo o país.

Durante este Verão foram inauguradas as duas últimas franquias: uma no Porto e outra na

Figueira da Foz, situadas respectivamente na Rua João Pedro Ribeiro, 710 e no Largo Caras Direitas, Edifício Cristal Mar Loja R/C Buarcos. Embora estejam a funcionar há relativamente pouco tempo são já lojas de grande sucesso.

PUB



Quinta de Lages



www.quintadelages.com

Elevus reestrutura os canais de comunicação



A marca de consultoria em Recursos Humanos finaliza o processo de reestruturação com novo site

A Elevus anuncia que o seu site foi renovado em , no âmbito da sua estratégia em comunicação. Segundo Tiago Consciência, gestor da rede de consultoria em RH, "O nosso objectivo é adequar a informação disponível no site às exigências do mercado em que estamos inseridos". Prestes a finalizar

o processo de renovação, que passou por todos os meios de comunicação da marca, o novo site apresenta uma nova forma de comunicar com os clientes e com os utilizadores, uma vez que estes estão interligados "a partir de agora a empresa cliente conta com um processo de selecção mais rápido e eficiente e os interessados na busca de emprego podem consultar as vagas disponíveis através do nosso site, além dos meios habitualmente utilizados para a divulgação das vagas".

Finalizado o processo de recrutamento, o site disponibiliza informações ao cliente empresarial

para dar a conhecer todo o processo de trabalho da Elevus, desde às áreas de intervenção até as ferramentas utilizadas. "Queremos que o cliente tenha conhecimento do nosso ambiente operacional, que saiba que pode contar com um serviço de eficiente e moderno como apoio dos seus recursos humanos".

Complementando a divulgação da marca no mercado, a Elevus patrocina o 38º Encontro Nacional da APG, com data marcada para 9 e 10 de Novembro, no Porto, encontra-se em fase final do processo de acreditação no IQF e da certificação da qualidade.

DermaClinics chega a Bragança



DermaClinics chega a Bragança, Situada no centro da cidade.

O evento oficial de inauguração dará a conhecer o novo espaço DermaClinics, bem como todos os tratamentos que estão à disposição dos utentes

A DermaClinics, rede de clínicas especializada em Medicina Estética, Emagrecimento e SPA, inaugura amanhã, dia 30 de Setembro, uma nova unidade, desta feita na cidade de Bragança. Situado no centro da cidade, o novo espaço de Medicina Estética e Bem-Estar prima pelas modernas instalações e pelas mais

recentes tecnologias.

A nova clínica apresenta ainda como vantagens a boa localização e a facilidade de estacionamento, sendo que todo o seu serviço assenta numa elevada personalização com o objectivo de aumentar a qualidade de vida e o bem-estar dos utentes. Os tratamentos, disponibilizados de uma forma integrada, são realizados por uma equipa de profissionais altamente qualificados. A nova unidade DermaClinics estará sob a coordenação de Rita Borges, com anterior experiência de gestão de Health Clubs.

Da vasta lista de intervenções, fazem parte tratamentos, sempre com supervisão médica, que visam tratar problemas como o emagrecimento, a celulite, o envelhecimento e flacidez da pele, as rugas e estrias, o acne, as manchas cutâneas, as varizes e

derrames, entre tantos outros.

Os profissionais da DermaClinics são ainda especialistas em recuperações pós-parto, Liftings e Peelings, cicatrizes, depilação a laser / IPL, Mesoterapia / MesoClinic, bem como outras especialidades médicas.

Durante a tarde de amanhã, realizar-se-á a benção da Clínica acto que assinala a abertura oficial da unidade num evento que, de resto, contará com a presença de personalidades da região. Os convidados terão ainda a oportunidade de assistir a demonstrações ao vivo dos tratamentos disponíveis na DermaClinics. A abertura ao público está agendada para sábado, dia 1 de Outubro, sendo que o horário de funcionamento é das 9h30 às 20h30, de segunda-feira a sábado.

Franchising Em Forma Sport expande negócio



A rede de lojas Em Forma Sport, especializada em produtos nutricionais, dietéticos e suplementos alimentares para desportistas e promoção da saúde em geral, tem continuado a crescer, não só através de novas aberturas como também da ampliação de lojas existentes.

Recentemente, a marca investiu na ampliação de uma das suas lojas próprias. A Loja Em Forma, localizada no

Norte Shopping, inaugurou esta Primavera um espaço com mais de 200 m2 onde os seus clientes encontram todo o tipo de suplementos nutricionais para desporto, suplementos dietéticos, vitaminas e minerais, produtos à base de plantas e uma vasta gama de produtos naturais que promovem a saúde e bem-estar.

Nesta loja os clientes encontram ainda uma oferta alargada e variada de refeições rápidas, saudáveis, baixas em calorias e deliciosamente nutritivas para além do aconselhamento nutricional, aliás, um serviço prestado por todas as lojas da rede.

O investimento da marca justifica-se por

se tratar de um mercado em expansão e com enorme potencial no futuro próximo pois cada vez mais as pessoas estão sensibilizadas para encarar os cuidados nutricionais com uma forma de prevenção.

A primeira loja própria abriu em 1997. Em 2004 a marca contava com quatro lojas próprias localizadas no Norte Shopping, Aveiro, Almada Fórum e Gare do Oriente. Em 2005 amplia a loja do Norte Shopping e inicia a expansão através de franchising com a abertura de mais uma loja em Torres Vedras e outra com abertura prevista para breve no norte do País.

1a Convenção Internacional Bioqual



Foi realizado no dia 09 de Setembro de 2005 a 1a Convenção da rede Bioqual em Portugal, com a presença dos franchisados nacionais e internacionais. Com o objectivo de desenvolver o plano de acção da marca para o próximo ano, a troca experiências e o desenvolvimento

de competências, foi realizado em Lisboa a 1a Convenção da rede Bioqual, rede internacional de consultoria na área alimentar. Estiveram presentes os franchisados dos 11 escritórios da Bioqual, que vieram de todo o país e também da Grécia.

Segundo Cristina Otal, gestora da rede Bioqual, o grupo reuniu-se para discutir as acções desenvolvidas em 2005 e planear acções para 2006. Ficaram previstas a realização de acções de marketing e publicidades, o desenvolvimento de novos protocolos e a uniformização dos novos canais de

comunicação da rede.

Além disso, ficou constatado o crescimento da rede Bioqual no mercado português, com um crescimento na ordem de 50 dos clientes no último ano, facto que demonstra a sensibilização dos portugueses para questões do controlo e da qualidade alimentar.

Além disso, ficou constatado o crescimento da rede Bioqual no mercado português, com um crescimento na ordem de 50 dos clientes no último ano, facto que demonstra a sensibilização dos portugueses para questões do controlo e da qualidade alimentar.

Franchise Show 2005



O Momento alto do franchising e dos negócios em 2005, na região norte e centro.

De 4 a 6 de Novembro, a 8ª edição do Franchise Show promete ser o ponto de encontro entre potenciais investidores e empresas que querem apresentar ou expandir a sua

actividade em franchising na região Norte e Centro do país.

O Franchise Show 2005, irá decorrer na Exponor em Leça da Palmeira (Matosinhos), dia 04 das 17h00 às 22h00 e dias 05 e 06 das 14h30 às 19h30. Para mais informações: FranchiseShow



Franchising: Uma imagem de marca

Marcas fortes, consistentes, bem consolidadas no mercado, com uma imagem bem conseguida, são verdadeiros focos de atracção para consumidores e investidores. Construir uma marca, implanta-la no mercado, numa economia aberta, conquistando o consumidor cada vez mais exigente, não sendo tarefa fácil, é sem dúvida, a razão de ser de muitos negócios realizados em franchising.

A força da marca

A marca é um elemento fundamental no sistema de franchising. Já ninguém ignora o poder do nome, do símbolo, da insígnia, de todo e qualquer sinal distintivo dos produtos ou serviços de uma empresa. Encarada como principal património de uma empresa, os investidores depressa se aperceberam das vantagens de uma marca forte, com políticas e estratégias bem definidas, no crescimento e evolução dos seus negócios.

Em franchising, como podemos verificar, esta questão é particularmente relevante, se tivermos em conta a padronização do próprio sistema, a atracção que a marca exerce no consumidor e a possibilidade de neste núcleo se encontrarem potenciais investidores e franchisados.

Assim, cabe ao franchisador gerir a marca, a imagem da rede e definir a

melhor estratégia de marketing, que possa traduzir, de forma eficaz, a mensagem a transmitir. Uma boa comunicação com os franchisados torna-se particularmente relevante quando o objectivo é realçar o bom posicionamento da marca no mercado. Nenhuma mensagem pode ser bem apreendida pelo exterior se, a nível interno, subsistirem lacunas na comunicação, susceptíveis de impedir o franchisado de chegar ao consumidor. Ao adquirir o direito ao uso da marca o franchisado, por seu lado, obriga-se a cumprir o estabelecido pelo franchisador, tendo este o dever de ouvir todas as sugestões para uma maior proximidade e conhecimento das tendências específicas do mercado e do seu público em concreto.

Iniciativas individuais por parte do franchisado, não fazem, de todo, sentido neste sistema. Mais do que nunca, os riscos, associados a actos impulsivos, baseados no puro fascínio pela marca, devem ser considerados, quando o que está em causa é o bom nome e a imagem de toda a rede. A marca, como um activo intangível, é uma força viva. Nela estão representados valores que superam, quantas vezes, o activo físico patrimonial de uma empresa. Conquistar o consumidor é permanecer na sua mente, é explorar as suas necessidades, sejam elas de ordem física, psicológica ou social,

sendo certo que estas últimas, ainda que secundárias, são as que maior influencia exercem no momento da escolha. São elas que conduzem o consumidor ao encontro de uma marca em detrimento de outra, que o fazem identificar -se com certos valores, que o fazem obter certos benefícios, mesmo quando isso implica o pagamento de uma quantia mais elevada pelo produto.

A partir do momento em que este envolvimento é conseguido, franchisadores e franchisados obtêm todas as vantagens das componentes, tanto físicas como psíquicas, da marca, constituindo, em simultâneo, o maior diferencial competitivo que qualquer rede pode alcançar no mercado.

A internacionalização das marcas

Definido o potencial da marca, o seu valor, a sua importância e conquistado o mercado interno, a próxima etapa volta-se, assim, para o mercado externo. O franchisador, bem sucedido no país de origem, conta agora com a sua experiência e organização, para marcar terreno além fronteiras quando o mercado nacional já não é suficiente para o grau de crescimento pretendido.

Do franchisador espera-se, agora, uma forte perspicácia, mas também uma grande capacidade de análise. Se implantar uma marca no mercado

nacional exige estratégia e planeamento, nenhum aspecto pode ser descurado, quando se parte para a conquista do exterior. Antes de mais, é necessário definir, até que ponto, esse mercado vai ao encontro de todas as expectativas e necessidades.

Questões relacionadas com a cultura do país de destino, com a legislação, concorrência, estabilidade política, normas de câmbio, remessas de lucros, têm necessariamente que ser alvo de uma análise profunda, dando ao franchisador a certeza de estar a investir no mercado certo. Dada a importância de todos estes aspectos no seu conjunto, não é, pois, de estranhar que mercados como Espanha ou Brasil, pela familiaridade das suas culturas, sejam aqueles que transmitem uma maior confiança e onde se verifica uma maior presença de marcas portuguesas. A concorrência directa, fruto de uma economia aberta, exige dos negócios nacionais uma boa estrutura para poderem competir, o que torna os franchisadores mais vocacionados para a internacionalização. Deste modo, se justifica que a internacionalização faça já parte dos objectivos de muitas marcas aquando a sua concepção. Nomes atractivos, sonantes, muitas vezes a esconder a própria nacionalidade, não são mais do que puras estratégias, para uma melhor abertura, adaptação e conquista de mercados estrangeiros.

De acordo com os últimos dados do Instituto de Informação em Franchising, as marcas portuguesas têm vindo a reforçar a sua posição no mercado nacional, tendo-se registado 78 novas entradas, das quais mais de

metade são portuguesas. Quanto ao mercado estrangeiro, 43 das marcas nacionais fazem-se já representar em regime de franchising deixando antever boas perspectivas de negócios no exterior.

No que diz respeito à cobertura do mercado nacional, este é liderado pela 5 à Sec, Optivisão e Império-Bonança que ocupam lugares cimeiros no ranking, seguidos pela Multiópticas, Parfois e Remax, que no seu conjunto se afirmam como as principais responsáveis pela dinamização do mercado nacional, a recuperar o optimismo e a confiança, quando o volume de facturação excede os três milhões de euros, mais 6,5% que os resultados obtidos em 2003.

Marcas Certificadas

E se falamos de marcas, da sua influência nas muitas escolhas do nosso quotidiano, é visível a preocupação de muitas empresas na valorização contínua dos seus produtos e dos seus clientes. Certos de que a certificação representa um grande passo nessa direcção, Molly Maid, MRW e McDonald's, surgem em Portugal como as primeiras de qualidade certificada em franchising.

Ao certificarem as suas marcas, as empresas obrigam-se necessariamente ao cumprimento de procedimentos específicos, abrangendo diversos pontos da sua organização, desde a recepção de candidaturas, à celebração do contrato, à formação dos franchisados, à abertura do estabelecimento, ao acompanhamento dos franchisados, ao planeamento estratégico da rede, ao

serviço pós-venda. Todas as questões que se prendam com a manutenção, protecção e evolução da marca, são tidos em conta ao longo deste processo, sendo as empresas sujeitas a processos de avaliação contínuos.

Uma vez demonstrada a qualidade e segurança dos produtos, a imagem sai reforçada, bem como a posição no mercado. Argumentos de marketing bem definidos e bem promovidos são, certamente, responsáveis por uma melhor operacionalidade da rede. A sua credibilidade sai obviamente reforçada quando assente em valores de qualidade e segurança, responsáveis pela tão desejada diferenciação perante a concorrência, tornando as redes cada vez mais credíveis, transparentes e atractivas.

Novas perspectivas

Certos do grande diferencial que constitui uma boa marca no mercado, a ideia de prescindir de metodologias específicas na gestão e aquisição de clientes está fora de questão. O objectivo é implementar estratégias, cada vez mais inovadoras, que permitam compreender melhor o comportamento do consumidor e aquilo que o motiva a uma determinada compra. Mais do que um valor económico, a marca representa valores e emoções difíceis de quantificar, mas que uma vez exploradas, representam excelentes margens de conquista de mercado, com maiores retornos, baseados na qualidade dos produtos, na imagem e na atenção, sempre, e cada vez mais, voltada para as exigências de um mercado em constante mutação.

**8ª Edição da MAIOR FEIRA
DE FRANCHISING
DO NORTE E CENTRO
DO PAÍS!**



Numa altura em que o Franchising apresenta claros sinais de retoma, acreditar na capacidade empreendedora para desenvolver um negócio próprio, afigura-se o mais importante motivo para uma visita à maior Feira de Franchising e Oportunidades de Negócio do Norte e Centro do país, promovida pelo IIF Instituto de Informação em Franchising, entre os dias 4 a 6 de Novembro na EXPONOR Pav. 2 (Porto), onde estarão presentes 83 soluções de negócio inovadoras (41 novos conceitos e 57% oportunidades abaixo dos 50.000€ de investimento), uma oportunidade única para dar um passo em frente na criação da sua própria empresa em 2006.

Entre 36 sectores de actividade diferentes, Mediação Imobiliária, Saúde e beleza voltam a afirmar-se na oitava edição do certame, concentrando 23% das oportunidades de negócio, (um total de 18 marcas), seguindo-se os sub-sectores dos serviços de consultoria/auditoria (7 marcas) e a formação/ensino (5

marcas). Para Eduardo Miranda, Director Geral do IIF, "o Franchise Show espelha a realidade do mercado actual, onde apesar do domínio nítido dos serviços, o subsector mais representativo na Feira é o comércio especializado, com os mais diversos conceitos que vão desde a distribuição de cartões de festas, até a comercialização de produtos naturais, passando pelos produtos de climatização, roupas usadas, frutaria moderna, entre muitos outros".

A 8.ª edição será também marcada pela apresentação de mais de uma dezena de novas marcas ao mercado

do Norte do país, com destaque para as seguintes áreas: Mediação imobiliária, Formação & Ensino para crianças, reciclagem de consumíveis, Serviços domésticos profissionalizados, Moda e Acessórios, entre outras.

Franchise Show:

Local: Exponor Pav. 2

Horário

4/11: 17h00 22h00

5 e 6/11: 14h30 19h30

Mais informações:

www.franchiseshow.com.pt



PUB

Beneficiando de 10 anos de experiência na área da Formação em franchising, o IIF promove juntamente com o Franchise Show duas acções de formação únicas no norte do País, direccionadas a potenciais franchisadores e franchisados.

O primeiro seminário "Como Estruturar uma Rede de Franchising" agendado para o dia 3 Nov. destina-se a empresas que operam no mercado ou que se encontram em fase de arranque, com interesse em conhecer os passos necessários para expandir o seu negócio através de uma rede de franchising. Como preparar a empresa para o franchising, a definição das fórmulas financeiras, o controlo de pagamentos e diversos aspectos relacionados com o contrato de franchising são alguns dos pontos em destaque no programa.

A pensar nos potenciais franchisados, o IIF realiza ainda nos dias 5 e 6 de Nov. a 51.ª edição do curso "Como Montar o seu Próprio Negócio em Franchising", o único curso em Portugal que ensina, de uma maneira prática, o que é o franchising, quais os pontos fundamentais na análise de uma oportunidade de franchising, mas também as dificuldades e desafios que a criação de um negócio apresenta. Desde a sua criação, em 1995, já contou com a participação de mais de 3000 formandos em mais de 50 edições. O formador principal, Eduardo Miranda, é reconhecido como um dos especialistas com mais conhecimento prático do franchising em Portugal.

INSTITUTO DE INFORMAÇÃO EM FRANCHISING IIF

Há 10 anos a acompanhar o



desenvolvimento do Franchising em Portugal, o Instituto de Informação em Franchising (IIF) visa facilitar o contacto entre grupos e pessoas interessados no Franchising. Para o efeito, realiza cursos de formação para potenciais franchisados, franchisadores ou masters franchisados.

Na área de eventos, o IIF é responsável pela organização dos certames anuais do sector Franchise Show, no Porto, e a Expofranchise, em Lisboa. Tem, ainda, a seu cargo a publicação do Directório de Oportunidades de Franchising e a revista bimestral Negócios & Franchising.

Quando nos referimos aos meios alternativos, não significa que a sua qualidade seja inferior ou que haja alguma desvalorização para a empresa que dela se utiliza. Pelo contrário, os meios alternativos são capazes de atingir com certa facilidade um grande número de público e segmentado a preços imbatíveis (relação custo por contacto).

Actualmente possuímos 9 Distritos activos. Na expansão, programada para 2005, perspectivamos 14 Distritos activos, e no fim de 2006 já esperamos ter todos os Distritos Portugueses operacionais. As nossas vantagens em relação a outros negócios e aos nossos concorrentes directos são a inovação, a ousadia, a criatividade e qualidade.

Este segmento publicitário progrediu muito no estrangeiro, nos últimos tempos, enquanto a visibilidade em Portugal continuava quase primitiva. Faltava um projecto deste tipo para impulsionar este nicho de mercado. Quando a rede ColorTicket estiver a funcionar a pleno vapor, esta irá gerar perto de 220.000.000 de contactos anuais, e terá uma facturação anual a rondar 1 milhão de euros.

A nossa empresa tem como objectivo dar continuidade ao seu trabalho no País e ampliar este projecto a nível internacional e ocupar a posição de líder absoluto no mercado da publicidade inovadora em território português.



GMAC Imobiliária

Tel. 210 970 670
Fax 213 144 358
www.gmacimobiliaria.pt
info@gmacimobiliaria.pt

A oportunidade que esperava para criar o seu negócio

A GMAC Imobiliária Portugal traz consigo um novo conceito de mediação imobiliária que irá revolucionar o mercado nacional. A marca está ligada ao grupo norte-americano General Motors através da GMAC Real Estate, que abre em Portugal o primeiro franchising europeu. A GMAC Imobiliária Portugal opera em todas as áreas do mercado imobiliário: compra/venda de imóveis novos e usados, trespasses e arrendamentos.

A previsão é abrir 125 lojas até 2009, começando por Lisboa, Porto e Algarve, até cobrir todo o território nacional.

A vantagem competitiva da GMAC Imobiliária Portugal é um inovador e completo serviço de acompanhamento ao cliente, o Premier Service, que não se esgota com a transacção do imóvel. Nos EUA este programa garantiu à GMAC Real Estate um índice de satisfação do cliente de 94%.

Esta é a oportunidade ideal para investir e crescer ao lado de um parceiro forte. A GMAC Imobiliária Portugal proporciona soluções de negócio que ajudam os seus franchiseados a evoluir, garantindo um conceito assente na qualidade e na inovação do serviço prestado ao cliente, o que permite aos seus parceiros competirem e vencerem no mercado.

Venha integrar a rede da GMAC Imobiliária Portugal e faça parte de um projecto ambicioso, único e vencedor.



DEVONSHIRE ART PUBLISHERS

Tel. 213013223 / 964647355
devoncards@mail.telepac.pt

A Devonshire: A Devonshire Art Publishers foi estabelecida em 1988 e é hoje uma das principais empresas no negócio de cartões de felicitações. A Devonshire está presente no Reino Unido, Espanha, Bélgica, Portugal e Canadá. Os cartões Devonshire são de elevada qualidade e com um design que os distingue da concorrência, possuindo cerca de 700 desenhos diferentes e da sua exclusividade.

O Negócio: O negócio dos cartões de felicitações assenta num processo muito simples com base na distribuição e exposição dos cartões em lojas aderentes, em stands expositores. Ao Franchisado é garantido um território de acção 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.



EURO & COMPANHIA

Tel. 934 426 919
xtreameaction@iol.pt

A empresa EURO E COMPANHIA teve origem em Espanha há mais de vinte anos e está, neste momento, a crescer, expandindo-se agilmente, em Portugal, desde 2001! É uma franquia, essencialmente, vocacionada para artigos de decoração e utilidades para o lar e é conhecida por proporcionar ao cliente artigos com bastante qualidade, excelente design e preços baixos. A central de compras com mais de vinte anos de experiência e o facto de existirem em Portugal e Espanha cerca de trezentas e sessenta lojas EURO E COMPANHIA asseguram a todos os franchiseados os melhores produtos ao melhor preço. Um dos vários factores que nos garantem sucesso absoluto é a constante oferta de novidades por parte dos fornecedores associados, situação que não impede que os franchiseados efectuem compras a qualquer outro fornecedor – não se deixam escapar as boas oportunidades! Este franchising oferece sempre uma ampla gama de artigos muito variados. Trata-se de um auto-emprego muito lucrativo!

Considerado em Espanha o melhor franchising nos anos 2003 e 2004, trata-se, sem dúvida, de um bom negócio, pois o investimento necessário é reduzido e o retorno do mesmo acontece rapidamente e de forma segura.

**Não perca esta oportunidade!
Peça mais informações e surpreenda-se!**



ACCIVE Insurance

Tel. 229 395 009
Fax 229 372 350
www.accive.com
info@accive.com

A Accive Insurance é uma rede independente de mediação de seguros para empresas e particulares, oferecendo um serviço com benefícios directos para os nossos clientes.

Sendo uma organização independente face às seguradoras, defendemos os interesses dos nossos clientes, procurando a melhor solução de seguros ao melhor preço. O serviço personalizado da Active é prestado ao cliente de uma forma gratuita, em que o acompanhamento, qualidade e atendimento em todo o processo são factores essenciais.

A Active Insurance pretende atingir a liderança no mercado independente de mediação de seguros para empresas e particulares, através da abertura de uma rede de escritórios a nível Internacional em regime de franchising.



VEIGAS & VEIGAS

Tel. 219 533 240
 Fax 219 533 249
 www.veigas-veigas.pt
 paulo.veigas@veigas-veigas.pt

Veigas & Veigas, surgiu em 1997, na Póvoa de Santa Iria, por intermédio de Paulo e José Veigas. Nos primeiros anos consolidaram conhecimentos e desenvolveram metodologias de trabalho, ao mesmo tempo que conquistaram grande notoriedade na zona. O sistema de trabalho permitiu abrir mais de uma dezena de lojas e garantir um melhor serviço aos clientes.

Para além de grandes investimentos em marketing, foram criados um conjunto de sistemas e de metodologias de trabalho que permitem que as agências se concentrem nas suas actividades comerciais e no relacionamento com os seus clientes:

- Um sistema informático de última geração, que permite uma permanente interacção de toda a empresa e a centralização administrativa e processual;
- Serviços centrais de coordenação operacional e de tratamento de processos comerciais, libertando as agências para as actividades comerciais;
- Protocolos com diversas entidades, tendentes a melhorar o serviço aos clientes (nomeadamente com bancos e seguradoras) e a criar economias para a rede (compras em grupo, selecção de fornecedores);
- Metodologias comerciais inovadoras, facilitando o trabalho dos comerciais e dos seus gerentes (franchisados), suportados por um intensivo plano de formação;
- Pertença a uma rede de agências (e de imóveis) e a uma marca portuguesa de forte notoriedade e de sólida presença no mercado.



COLORTICKET

Tel. 965 165 544
 www.colorticket.com
 geral@colorticket.com

SOMOS LÍDERES DE MERCADO.

Somos uma Empresa com capital nacional, que desenvolve a sua actividade na área dos novos meios de comunicação alternativos e inovadores, nomeadamente em publicidade nos talões de caixa. Temos como missão satisfazer as necessidades do mercado de investimento publicitário e para as empresas anunciantes maior retorno e maior rentabilização do seu esforço financeiro realizado em comunicação publicitária, estabelecendo com estas estratégias e objectivos comuns, materializando-as através das nossas variadas aptidões.

Se o seu objectivo é abraçar um negócio com grande rentabilidade, então veio ao sítio certo.

Apostar neste negócio, poderá ser a sua decisão mais importante. Já imaginou fazer compras e no acto de pagamento receber um talão, cujo verso está coberto de publicidade?

Isto é ColorTicket
NÃO EXISTE ROYALTIES, NÃO EXISTE DIREITOS DE ENTRADA, NÃO EXISTE TAXAS DE PUBLICIDADE. QUER MELHOR NEGÓCIO DO QUE ESTE ???!!!!!!



CLINICAS VISAGE

Tel. 808 929 808
 Fax 244 848 249
 www.visage.pt
 franchising@visage.pt

As CLÍNICAS VISAGE já existentes caracterizam-se pelo elevado profissionalismo, constante actualização de técnicas e equipamentos, espaços agradáveis e pela oferta de um vasto leque de serviços e soluções à medida de cada um dos seus exigentes clientes.

Com o apoio permanente de profissionais de estética, este conceito também engloba um departamento Médico e Terapêutico onde são asseguradas várias especialidades como: Cirurgia Plástica, Medicina Estética, Nutricionismo, Dietética, Mesoterapia, Acupuntura, Shiatsu...

Para além de ser uma área referenciada como o "Negócio do séc. XXI" (estética e bem-estar), as Clínicas VISAGE têm bases sólidas alicerçadas pelo seu background e Know-How inigualáveis neste sector.

Aos franchisados, queremos contagiá-los com esta missão, transmitindo-lhes a paixão pelo sector e envolvendo-os numa parceria com base na solidez, rigor e profissionalismo.

Este conceito para continuar a crescer...espera aliados, investidores exigentes que queiram partilhar um conceito sólido e de sucesso.



NEWCAR

Tel. 253 300 340
 Fax 253 625 560
 www.newcar.pt
 info@newcar.pt

NewCar é um novo conceito de reparação e acondicionamento automóvel inteiramente desenvolvido pela HISPANOR, PRODUTOS INDUSTRIAIS, LDA, empresa portuguesa fundada em 1980.

A HISPANOR tem sido pioneira no nosso país no lançamento de diversos produtos e processos inovadores destinados à reparação automóvel, sendo presentemente líder em vários nichos deste mercado.

Apoiada na sua larga experiência, a HISPANOR projectou e produziu o sistema total de rejuvenescimento automóvel NewCar, comercializado desde 1999 através de centros franchisados localizados em todo o país.

Baseado na oferta de pequenos serviços, cada centro NewCar possui técnicos altamente especializados e treinados, com soluções rápidas e muito económicas para todo tipo de problemas de acondicionamento de veículos, mesmo aqueles de solução aparentemente impossível.

CONTACTE-NOS!



A LOJINHA D'AVÓ

Tel. 231 460 850 / 469 904
 www.lojinha-avo.com
 lojinha.avo@sapo.pt

Comercialização de pão quente, pastelaria, charcutaria e cafetaria.

Beneficie de:

- Apoio contínuo antes e depois da abertura da loja.
- Formação técnica baseada na experiência de mais de 20 anos.
- Uma imagem comum e profissional.



EM FORMA SPORT

Tel. 214 449 600
 Fax 214 449 671
 franchising.formasana@cph.pt

Em Forma Sport é um franchising vocacionado para as áreas de nutrição, saúde e bem estar, que lhe permite comercializar uma selecção de produtos naturais, dietéticos e suplementos alimentares para desportistas, de qualidade comprovada.

É um modelo de negócio testado através de unidades piloto em Portugal que proporciona margens atractivas.

O forte crescimento deste mercado proporciona-lhe a rentabilidade e o desenvolvimento do seu negócio. Com um investimento total desde 60.000 € (incluindo os direitos de entrada), o franchising Em Forma Sport é dirigido a pessoas com capacidade de dedicação e com pré-disposição para uma actividade comercial que pretendam envolver-se nas áreas da nutrição, saúde e bem-estar incluindo nutricionistas, desportistas e dietistas.

Venha conhecer as vantagens de pertencer a uma rede de lojas em crescimento que aposta na diferença e na notoriedade de marca.



EXCHANGE

Tel. 223 773 000
 Fax 223 722 112
 www.grupo-exchange.com
 info@grupo-exchange.com

A ExChange® é líder nacional na prestação de serviços de consultoria financeira a particulares e empresas. Esta é a primeira organização em Portugal que presta um serviço de aconselhamento e apoio financeiro de forma independente. Este resultado é baseado em dois grandes pilares: o da fidelização dos Clientes, que reforça a relação de prestação de serviços e expansão de lojas por todo o país. A ExChange® possui 30 agências espalhadas por todo o país.

Durante o ano de 2003 a Exchange® liderou o ranking que lista as empresas com um maior crescimento a nível de franchising. A ExChange® faculta aos seus parceiros o seu know-how, acordos exclusivos, software de suporte, forte imagem de marca corporativa, politica de marketing integrada, formação específica e apoio contínuo.

A ExChange® iniciou um processo de internacionalização da rede e encontra-se a implementar e expandir o seu conceito em: Espanha, Grécia, Polónia e Itália.

Visite-nos em www.grupo-exchange.com



BIOQUAL

Tel. 229 395 009
 Fax 229 372 350
 www.bioqual.net
 info@bioqual.net

A Segurança Alimentar surge actualmente como uma das principais preocupações da Indústria Alimentar e dos consumidores. No entanto, a falta de consciencialização por parte do sector em relação à necessidade de se criarem sistemas de prevenção eficazes e a falta de (in)formação dos consumidores, levam a considerar estas preocupações como um verdadeiro paradoxo.

A BIOQUAL apresenta-se como solução aos problemas de segurança e qualidade alimentar levantados nas áreas da hotelaria, restauração e indústrias alimentares.

O objectivo da BioQual é ser um parceiro activo na resolução, prevenção e controlo da qualidade e segurança alimentar, numa conjuntura caracterizada por uma crescente desconfiança e cepticismo por parte dos consumidores.

A implementação do controlo da qualidade e segurança alimentar não traz benefícios apenas para os consumidores, mas sim principalmente para a empresa, através da redução de custos obtidos com a "não qualidade" e obtenção de mais valias, em termos comerciais e marketing.

Anuncie na



O Seu Negócio Agradece!