

# franchising **DIGITAL**

Edição Nº 7 / 2006

M A G A Z I N E

## DERMOCLINICS

O sucesso de  
uma marca

## ONEBIZ

Em forte  
crescimento

## RE/MAX

Movimenta milhões  
e novas aberturas

Distribuída  
a **10.000**  
assinantes

*“Espelho  
meu...”*

*O negócio da beleza*

Edição exclusiva

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

CONHEÇA AS GRANDES NOVIDADES EM DESTAQUE



Caro assinante,

Por ser a primeira revista do ano queria antes de mais dar-lhe os meus votos de bons negócios e todo o sucesso para 2006. Efectivamente, no portal do sucesso temos notado um aumento de interesse no franchising por potenciais franchisados quer em termos de pedidos de informação directa ás marcas quer em número de visitas, bem como um aumento de investimento por parte dos franchisadores em informação para a divulgação das respectivas marcas através do portal o que nos sugere que este ano será um verdadeiro ano de negócios. Fundamento também esta minha expectativa no que parece ser um notório aumento de confiança da

sociedade em geral na economia portuguesa, fruto também das condições políticas – um novo presidente e três anos e meio sem eleições conferem condições de investimento únicas e contribuem para esta confiança que já se reflecte no meio do franchising. De outro modo também não poderia ser pois como diz o povo: "Para a frente é que é o caminho".

Neste número da Franchising Digital Magazine e porque estamos a entrar na época de sol, damos destaque a negócios de beleza. Espero que esta FDM lhe seja útil para encontrar o seu parceiro de negócios pois ela é feita para si.

Desejo 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, Guilherme Soares e Miguel Duarte

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

*Assinaturas*  
www.franchising.pt

*Grafismo*  
Cenária - Comunicação e Multimédia

*Propriedade*



## Grupo Onebiz apresenta resultados de 2005 em forte crescimento e prevê aquisições estratégicas em 2006



O grupo mantém tendência para a consolidação da sua facturação e dos resultados das suas marcas.

O Grupo Onebiz finalizou 2005 com uma facturação directa de 4,4 milhões de euros apresentando um crescimento de 46% em relação ao ano de 2004. Em expansão territorial, o grupo atingiu 250 franchisados em Portugal, mantendo a liderança no sector, além da presença internacional em mais de 10 países. O volume de negócios consolidado com todas as unidades franchisadas atingiu 40 milhões de Euros.

Numa análise da evolução dos últimos cinco anos (2001-2005), o Grupo aumentou a sua facturação (royalties e serviços de franchising) de 1.1

milhões de euros para 4.4 milhões de euros, apresentando um crescimento equivalente à 3 vezes no período em análise e de 46% em relação ao ano anterior.

O resultado líquido apresentado mantém os elevados índices de produtividade e eficiência da empresa dos últimos anos, passando de 32 mil euros no ano de 2001 para 535 mil euros em 2005. No último ano o resultado líquido da holding ultrapassou a barreira dos 500 mil Euros, atingindo o maior crescimento percentual de sempre.

### Estratégia

O Administrador da empresa Pedro Miguel Santos, refere que "os excelentes resultados alcançados são o culminar de uma estratégia de consolidação e qualidade dos serviços prestados actualmente a mais de 20.000 clientes de forma regular pelas nossas marcas, através de 250

unidades franchisadas no país".

Acrescentou ainda que "a previsão para o ano de 2006 obter um crescimento de 25% na facturação e alargar a nossa rede para 300 unidades franchisadas. É nosso objectivo desenvolver em 2006 um plano de aquisições em áreas estratégicas para o grupo".

Actualmente a Onebiz é o maior grupo de franchising a nível nacional e um player de referência a nível Internacional. Os serviços oferecidos pelas empresas detidas vão desde a consultoria de expansão de redes e franchising, contabilidade e apoio à gestão, serviço de broker para a compra e venda e avaliação de empresas, recuperação de empresas, financiamentos, seguros, recursos humanos, tecnologias de informação, qualidade e consultoria na área alimentar e hoteleira.

um mundo de  
seja NOSSO franchisado  
negócios ao seu alcance



## O Grupo MBA/nobrinde.com aposta na expansão nacional e internacional das lojas



Através do conceito da loja "Coisas q' Falam", o Grupo que actua na área de Marketing Promocional chega a diversos tipos de clientes, oferecendo brindes e merchandising personalizados. Integrada no Grupo MBA/nobrinde.com, líder nacional na área de Marketing Promocional e presente no mercado desde 1989, o conceito das lojas "Coisas q' Falam" beneficia de uma vasta experiência, fruto da forte aposta em inovação, apresentando assim as melhores soluções adequadas às necessidades de cada cliente.

Dos serviços disponibilizados nas lojas

"Coisas q' Falam", destacam-se as lojas virtuais dirigida à empresas. Com uma plataforma web personalizada para cada cliente - o que possibilita a criação de artigos corporativos personalizados, com o benefício da maquete do produto estar criada e o orçamento finalizado, bastando apenas finalizar o pedido a distância de um clique no rato - tais como as empresas franchisadoras do Grupo Onebiz, que disponibilizaram o serviço directo a sua rede de parceiros com o objectivo de criar elementos corporativos normalizados.

Além disso, as lojas franchisadas contam com o apoio de back-office dos "accounts" especializados do Grupo MBA, que acompanham todo o processo de encomendas. Esse facto é muito importante para o franchisado de uma loja "q' fala", sendo o suporte necessário para gerir a loja.

### HISTORIAL

Em 2005 o Grupo MBA/nobrinde.com reestruturou as suas áreas de negócio e apostou também na sua expansão nacional e internacional através do Franchising, desenvolvido com o apoio da consultora Teamvision. Fruto desta estratégia, conta já com 4 lojas em Portugal: Norte Shopping, Gaia Shopping, Matosinhos Sul e Setúbal.

### INTERNACIONAL

A "MBA Marketing de Regalos", em Barcelona, foi a primeira abertura além fronteiras, em 2005. Para 2006 está a preparar a entrada em Angola.

Em Janeiro passado o Grupo iniciou a sua abordagem ao mercado da Galiza, através da presença na feira de Franchising FranquiAtlántico. "O nosso stand foi o mais visitado da feira e muito elogiado pela imprensa espanhola", comenta Sandra Guedes, responsável pela expansão da Coisas q' Falam.

## HK World inicia expansão em Franchising



Hello Kitty, "a gata mais famosa do planeta", é a principal marca presente nas lojas

A Hello Kitty é a estrela da rede de lojas em Franchising HK World.

Apostando numa gama diversificada

de produtos da marca Hello Kitty, a HK World apresenta artigos decorativos, brindes e artigos escolares, e recentemente estendeu a sua oferta a novos produtos, como por exemplo artigos de higiene, artigos de viagem e vestuário.

A HK World foi criada com o objectivo de desenvolver uma rede de lojas exclusivas a nível nacional, através do sistema de franchising. Segundo

Patrícia Vasconcelos, sócia-fundadora da marca, "além da elevada notoriedade da marca Hello Kitty, os franchisados têm acesso a colecções exclusivas e novidades, beneficiando de condições comerciais especiais."

No site [www.hellokitty.com.pt](http://www.hellokitty.com.pt) pode-se encontrar mais informações sobre a Hello Kitty, artigos comercializados, eventos, jogos, horóscopos, novidades, entre outros.

## A Fiducial lançou ontem um software inovador de Gestão Comercial denominado Fiducialink.



Recebido com bons olhos pelos presentes, o software com assinatura Fiducial será a nova ferramenta de trabalho dos escritórios da rede, que se estende aos clientes Fiducial, com grandes benefícios de custos e com a optimização do trabalho para estes últimos.

De referir que o Fiducialink utilizado pelo cliente está directamente ligado com o software de gestão existente em cada um dos 58 escritórios da

Fiducial em Portugal, permitindo o processo de envio, classificação e lançamento de documentos de forma instantânea e "sem papéis".

Com este processo, a Fiducial dota qualquer pequena organização de um sofisticado sistema de gestão, que integrado com os sistemas e serviços da Fiducial, cria um verdadeiro ERP (Enterprise Resource Planning) a nível nacional, para os mais de 1500 clientes actuais.

Principais vantagens para os clientes Fiducial:

O Fiducialink é um software totalmente "webizado", que permite aos clientes da Fiducial gerir a actividade comercial da sua empresa (vendas, compras, contas correntes,

stocks, tesouraria, POS) de qualquer parte do mundo, bastando para isso uma ligação à Internet.

Para mais informações sobre o produto, visite o site: [www.fiducialink.com](http://www.fiducialink.com)

Relembre que a Fiducial presta serviços em serviços financeiros e de contabilidade para pequenas e médias em empresas em outsourcing. Estabelecida na Europa em 1970, com uma facturação acima de 600 milhões de euros, a Fiducial tem mais 15.000 colaboradores por todo o mundo, servindo cerca de 185.000 clientes, em 77 países. Em Portugal é a maior empresa de contabilidade e apoio à gestão, com 58 escritórios em todo o país e mais de 1500 clientes.

## A ExChange atinge 70% de quota de mercado nacional na área do aconselhamento de crédito



ExChange, a marca líder de mercado na área de aconselhamento ao crédito, especialistas em financiamentos a particulares e empresas, cresce mais de 200% relativamente a período homólogo de 2004.

Com mais de 150 milhões de euros de aconselhamento de crédito e 70 lojas franchisadas em todo o país, a marca assume-se como líder de mercado em Portugal. "Este forte crescimento em 2005, deve-se sobretudo à cada vez maior adesão do mercado à solução independente e de consultoria no

aconselhamento de crédito", diz António Godinho, administrador da ExChange.

A ExChange atingiu no final de Fevereiro a 70 lojas franchisadas a nível Nacional - A nível Internacional conta já com 20 lojas espalhadas por Espanha, Grécia, Polónia e Itália. No mês de Setembro a ExChange entrou no mercado Francês, contando já com 5 lojas ExChange.

A marca ExChange é a maior rede em Portugal de especialistas em financiamentos. Devido à crescente oferta de produtos e serviços financeiros/bancários existentes no mercado, sua complexidade e diversidade, a marca ExChange foi criada para dar resposta a um mercado emergente em Portugal.

O Grupo ExChange tem como missão ser o conselheiro financeiro independente para particulares e empresas, procurando encontrar e negociar para os seus clientes as melhores soluções financeiras e as estratégias mais adequadas para satisfazer as necessidades de todos os que procuram os profissionais ExChange.

Actualmente a rede ExChange, com cerca de 70 lojas em Portugal e com significativa representação internacional, é líder de mercado no seu segmento tendo criado parcerias institucionais e corporativas com diversos agentes económicos e comerciais no sentido de solidificar um novo conceito de consultoria vocacionada para a defesa dos interesses dos seus clientes.

## Morangos adopta tecnologia inovadora de ensino



A Morangos (academia) implementou uma metodologia própria de educação integrada e apoio escolar.

Disponibiliza manuais próprios e exclusivos nas diferentes áreas da educação infantil e ensino escolar, maximizando o desenvolvimento e sucesso educativo das crianças dos 6 aos 12 anos.

Com o intuito de modernizar os meios educativos, a Morangos aposta nas novas tecnologias e meios audiovisuais como instrumentos de ensino e aprendizagem. Para este efeito, a Morangos efectuou uma parceria com a "escolamais.com", passando os seus alunos a dispor de uma mesa pedagógica com software didáctico, incluindo programas pedagógicos específicos, divididos por níveis e graus de dificuldade. As crianças aprendem brincando o português, inglês, matemática e ciências da natureza durante o seu

percurso escolar.

A Morangos dispõe ainda de meios tecnológicos avançados ao dispor dos professores e gestores das academias. Através de uma plataforma web no site [www.morangos.net](http://www.morangos.net), todas as academias actualizam via intranet os seus manuais, programas e formação interna. A gestão diária dos alunos e actividades, é ainda apoiada através do software de gestão próprio "Ninho Morango".

## Veigas&Veigas lança nova página na Internet



**Veigas & Veigas**  
Mediação Imobiliária

Veigas&Veigas, a maior rede portuguesa de franchising imobiliário, anuncia o lançamento da sua nova página na Internet, localizada em [www.veigas-veigas.pt](http://www.veigas-veigas.pt) e repleta de funcionalidades inovadoras.

Os vendedores e compradores de imóveis disponibilizados pela rede Veigas&Veigas terão brevemente acesso integral, on-line e em tempo real ao processo de venda ou compra do seu imóvel, através de um acesso personalizado, que contempla a atribuição de um código pessoal a cada vendedor/comprador. Esta nova página na Internet apresenta a ficha

de cada imóvel, com identificação dos contactos da agência e do angariador do mesmo e irá permitir ainda a digitalização e inserção de toda a documentação associada a cada processo de compra e venda. Também é possível a comparação automática entre imóveis. O novo sistema fornece ainda a cada vendedor os dados sobre o número de visitas já realizadas ao seu imóvel e indica os documentos em falta. A nova página permite ainda simulações bancárias on-line, facilitando o processo de financiamento hipotecário.

Com uma navegação mais simples e fluida, é possível ao utilizador encontrar imóveis em poucos minutos e de acordo com as suas preferências pessoais. Caso não exista um imóvel com as características desejadas, o sistema apresenta sempre sugestões alternativas. Os imóveis são apresentados segundo uma meto-

dologia de classificação por estrelas e de acordo com a sua qualidade, preço e localização, são-lhes atribuídos de uma a seis estrelas.

A nova página da Internet Veigas&Veigas possui também um novo serviço de gestão de recursos humanos, com um serviço de ofertas de emprego e com um serviço de recepção online de candidaturas.

O início do projecto Veigas&Veigas aconteceu em 1997, quando Paulo Veigas começou a trabalhar em mediação imobiliária. Em Outubro de 2004 foi inaugurada a primeira loja «franchisada» Veigas&Veigas, na cidade de Ourém. Em 2005, Veigas&Veigas intermediou 1.100 imóveis, gerando comissões no valor de seis milhões de euros. Actualmente esta rede de intermediação imobiliária conta com 40 agências, esperando encerrar 2006 com um total de 65 posições no mercado português.

Por Guilherme Soares

## *DermoClinics pretende chegar às seis unidades operacionais até ao fim do ano*



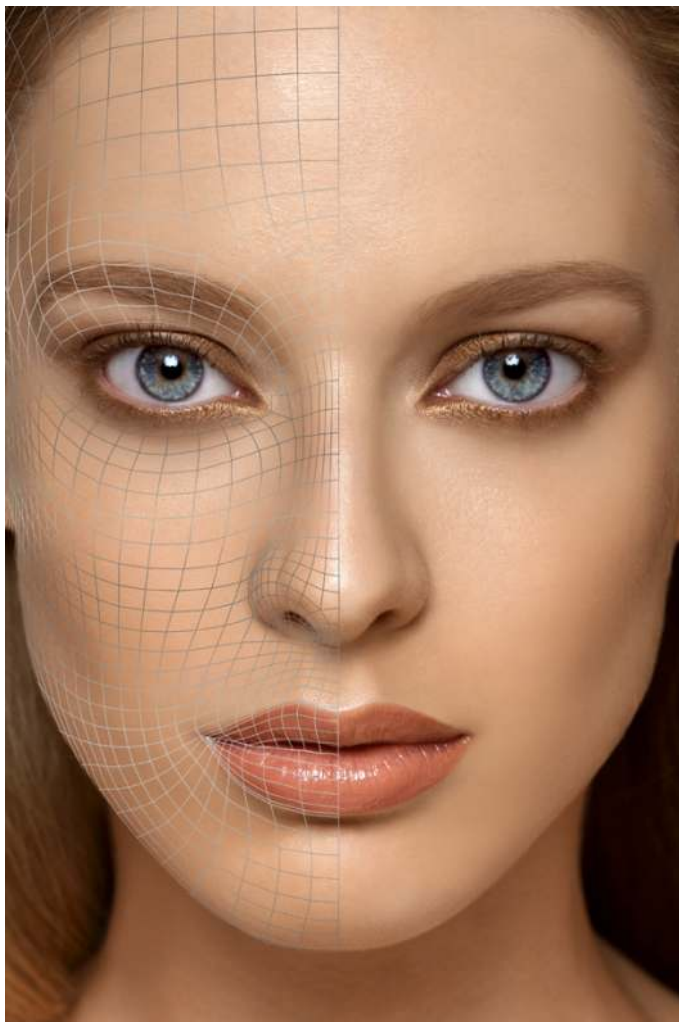
A DermoClinics iniciou a sua actividade em 2001 na cidade de Coimbra, que desde há alguns anos, fruto da excelência dos seus serviços hospitalares, já começa a ser designada por “capital da saúde”. Até ao fim do ano, a meta é ambiciosa: alargar para seis as unidades operacionais.

Graças ao grande sucesso alcançado pelos métodos e tratamentos, a DermoClinics ultrapassou os limites da região de Coimbra. “Pessoas de todo o País passaram a procurar-nos pois não encontravam, nas suas cidades, respostas adequadas e eficazes às suas necessidades. Para fazer face a essa grande procura sentimo-nos impelidos a expandir a nossa actividade, levando os nossos métodos e soluções a outras regiões”, explicou ao franchising.pt, Jorge Coelho, responsável da DermoClinics. E assim surge o franchising “como forma de satisfazer a procura crescente das nossas soluções exclusivas”, reforçou.

Para já, a DermoClinics expandiu-se para terras transmontanas, mais precisamente para a bonita cidade de

Bragança, onde chegou em finais de Setembro de 2005.

Segundo Jorge Coelho, “as DermoClinics são unidades de saúde especializadas em Medicina Estética, Emagrecimento e SPA”. Quem estiver



interessado terá uma infinidade de tratamentos e especialidades médicas ao dispor, supervisionados por profissionais formados pela DermoClinics: emagrecimento, obesidade, distúrbios ali-

mentares, celulite, gordura localizada, flacidez, estrias, depilação a laser/IPL, varizes e derrames, rejuvenescimento do rosto, manchas da pele, rugas, acne, lifting & peeling, cicatrizes, recuperação pós-parto, SPA, programa anti-stress, drenagem linfática, mesoterapia/MesoClinic, medicina estética, nutrição e outras especialidades médicas.

Os potenciais interessados em pertencer à “família DermocClinics”, o investimento inicial orça os 80 mil euros (obras não incluídas), sendo que deverá ser recuperado em 3 anos.

*Direitos de entrada não são cobrados*

Desafiado pelo franchising.pt a encontrar argumentos para diferenciar a DermoClinics de outras clínicas do género, o responsável pela empresa sediada em Coimbra explicou que “as DermoClinics utilizam métodos e técnicas exclusivas com enorme eficácia o que se traduz em elevados

índices de procura e satisfação dos nossos clientes". Para além disso, frisou, "o nosso modelo de parceria – franchising – é muito flexível, tem um nível de investimento muito atractivo e condições muito competitivas: não cobramos direitos de entrada e os royalties e participação para o fundo de marketing são os mais baixos do mercado".

A grande meta da DermoClinics é, pois, encerrar o ano de 2006 com 6 unidades operacionais. E segundo Jorge Coelho avançou ao nosso site, "as negociações em curso fazem-nos acreditar que este objectivo será facilmente alcançado". Esteja atento, já que uma DermoClinics perto de si pode ser uma realidade muito em breve.

### 3 Perguntas a... Jorge Coelho (DermoClinics)

1.

*Franchising.pt* - Dado falarem de uma rede de clínicas especializadas em medicina estética, emagrecimento e SPA, o que pressupõe uma equipa altamente qualificada, só profissionais do sector poderão solicitar o franchising da DermoClinics?

*DermoClinics* – Não. Embora tenhamos muitos profissionais da área da saúde interessados em aderir à nossa rede, essa condição não é essencial.

Procuramos candidatos com espírito empreendedor, que possuam interesse em gerir o seu próprio negócio e que procurem elevados índices de rentabilidade para o seu investimento.

2.

- E se não, a quem cabe a responsabilidade da contratação dessa equipa?

- Os profissionais que trabalharão nas unidades franchisadas serão seleccionadas pelos nossos técnicos e serão formados na nossa sede em Coimbra.

3.

- A especificidade do negócio implica, seguramente, condições físicas especiais para os interessados? Quais?

- Para a instalação de uma unidade DermoClinics é necessário um espaço com a área mínima de 80 m<sup>2</sup>, de preferência em rés-do-chão, em zona com fáceis acessos e estacionamento.



Mais perto de Si e do Seu Bem-Estar!





Por Dúmia Ferreira



## «Espelho,, espelho meu.....»

De Verão ou de Inverno a preocupação dos portugueses com a imagem é cada vez maior. Corresponder ao padrão de beleza em voga, sentir-se bem com o seu corpo, cultivar uma boa aparência, tornou-se uma prioridade para um número cada vez maior de pessoas. E se há tempos estas preocupações se associavam de imediato ao público feminino, actualmente assiste-se a uma sensibilização crescente do sector masculino para todos os aspectos relacionados com beleza, saúde e qualidade de vida. A preocupação essencial volta-se agora para uma busca constante não só pelo bem-estar físico mas também psicológico.

### *O Negócio da Beleza*

Quando há cerca de 60 anos Estee Lauder decidiu comercializar os seus produtos fornecendo amostras grátis em salões de beleza, estava apenas a dar os primeiros passos numa actividade cujo reconhecimento e sucesso se foi prolongando até aos nossos dias. Os produtos de cosmética foram o seu ponto de partida...

Determinação e dinamismo abriram as portas da sociedade a um mercado cheio de potencial. Graças às transformações da sociedade, às mudanças de mentalidade, à maior atenção das pessoas para com a sua aparência e o seu aspecto, esta actividade revelou-se uma excelente

fonte de rendimento. Explorar os "pontos fracos" de cada um, alertar para as consequências dos maus hábitos nas rotinas diárias e para os benefícios de um corpo bonito e saudável, tornou-se na aposta de muitos investidores que, individualmente ou através do franchising transformaram a beleza num grande negócio com excelentes alternativas ao dispor do consumidor.

Centros de estética, cirurgias plásticas, academias de ginástica, serviços cada vez mais personalizados na luta contra o stress, sedentarismo e má alimentação, surgem no mercado com as mais variadas ofertas, apelando a uma mudança de hábitos que garantam mais saúde e qualidade de vida.

### *Para um corpo perfeito...*

Fruto das tendências verificadas ao longo dos últimos anos, o aparecimento de centros de estética proliferam no mercado. Não é difícil associarmos a boa aparência física a popularidade e status. O aumento da procura de serviços que possam contribuir para uma melhoria do aspecto físico leva também ao aparecimento de um sem número de ofertas à medida de cada um.

Portugal não fugiu à regra. A Cellullem Block é apenas um dos muitos negócios bem sucedidos na área da estética e da saúde. De origem

espanhola e actualmente com mais de 250 centros distribuídos por diversos países, a Cellullem Block estreou-se no mercado em 1993 apostando no tratamento de diversos problemas desde celulite, obesidade, flacidez, reumatismo, artrites. Portugal conta já com 30 centros em funcionamento e excelentes perspectivas para 2006, com tecnologia e qualidade dos serviços a preços acessíveis.

Procurando atrair consumidores, a expansão do negócio passa também pela conquista de novos investidores por todo o país. Garantindo aos franchisados formação, marketing centralizado e assistência aos centros, o objectivo é transmitir segurança e êxito em todas as apostas neste conceito. Sem direitos de entrada, royalties ou taxa de publicidade, o contrato é efectuado pelo período de 5 anos, sendo o investimento inicial de 81.480€.

Outra alternativa na área da estética, com serviços de cirurgia plástica, nutricionismo ou acupunctura, é-nos apresentado pelas Clínicas Visage. Este conceito de origem portuguesa, no mercado desde 1996, é mais um exemplo de negócio voltado para o futuro. Atentos à inovação das técnicas e do mercado procuram, através do franchising, ascender de forma rápida com o menor custo possível, contribuindo para satisfação pessoal dos clientes, garantindo-lhes

beleza e bem-estar com eficiência e profissionalismo.

Representante de marcas reconhecidas mundialmente, com grande rigor na formação e a operar em todas as áreas da estética, as Clínicas Visage não apresentam como requisito fundamental a experiência. Ao aderir a este negócio pode contar com um investimento total de 204.000€, o direito de entrada ronda os 25.000€, sendo os royalties de exploração de 1000€/ mês, e a taxa de publicidade 500€/mês. O contrato terá a duração de 5 anos.

#### *Mente são em corpo são*

E se hoje o bem-estar físico é a grande preocupação de muitos, o bem-estar interior já não é relegado para segundo plano. Recorrer a estes serviços significa também uma busca de equilíbrio na rotina diária. Ansiedade, irritabilidade, fadiga, stress, são verdadeiros impedimentos à realização humana, pondo em causa a harmonia entre corpo e mente. Não é pois de estranhar que muitos destes serviços realcem também a vertente espiritual da beleza, associando aos tratamentos estéticos, terapias e técnicas de relaxamento num combate mais eficaz ao stress, beneficiando o corpo com um bem-estar físico e emocional.

Baseada nesta filosofia, com serviços de medicina estética, saúde preventiva e SPA, chega-nos de Coimbra a Dermoclinics. Constituída por vários técnicos de saúde, médicos e nutricionistas, detentores de técnicas específicas em todos os tratamentos, o objectivo máximo é

proporcionar conforto, segurança e eficácia a todos os clientes. Para os investidores revela-se mais um negócio atractivo. Com um investimento a rondar os 80.000€, sem direitos de entrada ou royalties de exploração e um contrato de cinco anos, os franchisados têm ao seu dispor mais um conceito rentável e bem sucedido no mercado.

Porém, as alternativas estão longe de se esgotarem. As portas do mercado estão abertas e factores como bem-estar e qualidade de vida podem assumir os mais variados contornos e perspectivas de negócio. Se as abordagens em termos de estética saem reforçadas com as mais avançadas técnicas, constituindo a razão de ser de muitos dos conceitos existentes no mercado, não tardou, porém, a surgir em Portugal uma outra vertente, a fazer renascer técnicas de relaxamento e terapias associadas à reflexologia e às massagens, na busca da tão desejada tranquilidade.

Tendo por base o estudo tanto fisiológico como neurológico dos indivíduos, a reflexologia, como prática da medicina natural, remonta a antiguidade, caminhando até aos nossos dias como um método utilizado para alcançar o equilíbrio natural do corpo, através da pressão exercida em pontos específicos dos pés e das mãos. Com esta técnica pretende-se aliviar problemas como o stress, a ansiedade ou a depressão. O objectivo é simples – bem-estar interior e equilíbrio físico e emocional. Com a intenção de conquistar o mercado através destas novas técnicas, surge em 2004 a Relax Touch. Com

acompanhamento na abertura e exploração, a assistência ao franchisado é garantida. Sem royalties ou taxa de publicidade e com um direito de entrada situado entre os 5000 e os 10000 Euros, esta é apenas mais uma alternativa ao dispor do consumidor.

#### *Equilíbrio e bem-estar*

Como todos bem sabemos, nem sempre a imagem que reflecte o espelho é a mais desejada. Mesmo existindo um estereótipo de beleza, este conceito assume um carácter bem mais vasto. Por muito que sejam os apelos para uma determinada imagem, está provado que a beleza ultrapassa em muito o sentido estético. Que a aparência física é bastante valorizada na sociedade actual é inegável, que esse factor impulsionou fortemente a indústria da beleza é evidente, porém, nem sempre as soluções estéticas são a resposta para todos os problemas. A beleza ultrapassa em larga escala a estética quando as preocupações se voltam também para o equilíbrio emocional, para o bem-estar e qualidade de vida. A resposta do mercado não se fez esperar, a variedade de serviços existente demonstra isso mesmo, quando aos benefícios estéticos se associa de imediato as vantagens terapêuticas de um dado tratamento. O objectivo já não passa somente pelo cuidar e rejuvenescer do corpo, mas também por revitalizar e descontraír o espírito para uma vida mais saudável e feliz.



*Volume de Negócios cresce 51,7%*

**RE/MAX Portugal  
 movimenta 862 milhões  
 de euros e abre 38 novas  
 agências em 2005**

O volume de negócios realizados pela rede RE/MAX em Portugal em 2005 ascendeu a mais de 862 milhões de euros. Este valor traduz um crescimento de 51,7% face às verbas movimentadas em 2004 (mais 294 milhões de euros) e demonstra o contra ciclo de crescimento da marca numa conjuntura de estagnação económica generalizada.

Os resultados da rede no ano transacto também cresceram, atingindo um acréscimo de 55% face ao período homólogo que se traduziu numa facturação superior a 28 milhões de euros (comissões brutas da rede).

Em 2005, a RE/MAX realizou 12.627 transacções que representam um crescimento de 11% face ao ano anterior e correspondem à realização efectiva de mais 1.251 transacções.

A rede fechou o ano passado com 38 novas aberturas (mais 13 que o previsto) e um total de 156 agências em funcionamento em todo o país. No final de 2005, a rede de agentes RE/MAX envolvia 1.480 pessoas (comerciais com vendas efectivas). No ano transacto foram integrados na rede 520 novos comerciais.

*1,2 Mil Milhões de euros em 2006*

Para 2006, a RE/MAX Portugal projecta atingir um volume total de negócios de 1.200 milhões de euros que traduzem um objectivo de crescimento de cerca de 39% face aos valores movimentados em 2005 (aumento real de 338 milhões de euros).

Em facturação, o objectivo da maior rede de franchising imobiliário em Portugal é crescer cerca de 43% e chegar aos 40 milhões de euros. Em número de transacções, a marca tem como objectivo chegar à fasquia das 17.500 operações.

Até final do ano, a RE/MAX pretende concretizar a abertura de 20 novas lojas que lhe permitam terminar o corrente ano com um total de 176 agências em funcionamento e mais 500 agentes associados

*Resultados 2005  
 – % de  
 crescimento face  
 a 2004:*

**V o l u m e d e  
 Negócios – 863  
 milhões de euros  
 (+ 51,7%)  
 Facturação – 28  
 milhões de Euros  
 (+ 55%)  
 Transacções –  
 12.627 (+ 11%)  
 Aberturas – 38  
 agências**

Total da rede – 156 agências  
 Novos comerciais – 520 pessoas  
 Total de agentes associados – 1.800

*Manuel Alvarez, presidente  
 executivo da RE/MAX Portugal*

*Como avalia o ano de 2005 para a  
 RE/MAX?*

MA – Foi um bom ano em que continuámos a crescer de forma sustentada em todos os indicadores, com aumentos de quase 52% no volume de negócios e de 55% na facturação. São resultados excelentes numa conjuntura de estagnação económica generalizada e porque queremos acreditar que o mercado e o país no seu todo irão dar mostras de capacidade de reacção e de





dinamismo em 2006 colocámos a fasquia nos 1,2 mil milhões de euros de volume de negócio. É um objectivo ambicioso mas estamos muito confiantes que o iremos concretizar pela dimensão e maturidade da rede RE/MAX.

*Oportunidades de crescimento para a RE/MAX?*

MA – Se considerarmos que atingimos cerca de 4% de quota em 2005 temos 96% de oportunidades para crescer. Por isso queremos aumentar o número de transacções no mercado de habitações em segunda mão – que representa mais de 60% do mercado total –, aumentar o número de agentes associados e investir na maior formação e profissionalização das nossas equipas. A curto prazo temos

como objectivo que todos os agentes de vendas RE/MAX tenham o título de Mediador e vamos, já este ano, reforçar a qualidade dos nossos serviços através da implementação e controlo de Boas Práticas em todas as lojas. Vamos realizar inquéritos aos clientes para identificar a corrigir desvios e realizar auditorias internas periódicas. Queremos que todos os clientes que nos procuram fiquem totalmente satisfeitos com os nossos serviços.

*Quais as principais tendências do mercado imobiliário?*

MA – Há, claramente, uma quebra no número de novas construções. No último ano, as notícias apontam para a construção de 60 mil novos fogos, cerca de metade do que se construía

há três ou quatro anos atrás. Isto denota que existe um excesso de oferta face à procura – há mais casas do que compradores. Se esta quebra no número de licenciamentos se mantiver, num período de quatro a cinco anos, Portugal conseguirá igualar a oferta à procura e o mercado ficará mais equilibrado.

Decorrente deste facto há uma quebra generalizada nos preços das casas, principalmente nas periferias das grandes cidades onde se construiu muito, sem qualidade e sem estudos prévios que indiquem o que o consumidor procura em termos de tipologia, acabamentos, etc. Continua a existir alguma desarticulação entre quem constrói e quem vende sendo que, de forma mais ou menos generalizada, os construtores ainda não encaram as imobiliárias como parceiros estratégicos que podem aportar à relação o conhecimento das necessidades e aspirações dos consumidores. Há falta de informação e pouca diferenciação o que leva a que haja muitos empreendimentos vazios, de venda difícil. Esta é uma situação que tem de se alterar.

*Fundada em Denver, no Colorado (EUA), em 1973, a RE/MAX é a maior rede internacional de franchising imobiliário a operar em 54 países, através de mais de 6.000 agências e 120.000 vendedores associados.*

*A RE/MAX Portugal foi criada no ano 2000 e desde 2001 que a marca RE/MAX ocupa o 1.º lugar do ranking de franchising do IIF – Instituto de Informação em Franchising no sector imobiliário.*



## CELLULEM BLOCK

Tel. 210 345 800  
 Fax 213 142 972  
 franchising@cellulemblock.pt  
 www.cellulemblock.pt

O sucesso dos nossos centros confirma o êxito do conceito Cellulem Block. Como Franchisado(a), 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 dirige-se a pessoas de todas as idades, dando resposta tanto a problemas estéticos, como de saúde, tais como: celulite, obesidade, flacidez facial e corporal, reumatismo, artroses, artrite, problemas musculares, articulares e de circulação, etc. As nossas clientes podem frequentar os centros Cellulem Block 3 vezes por semana, fazer mais de 50 sessões mensais de tratamentos corporais e faciais por apenas 65€/mês. Os nossos preços e qualidade dos nossos serviços é de tal modo convidativo, que permite às nossas clientes frequentarem os nossos centros ao longo de todo o ano. O preço médio por tratamento, na generalidade dos centros de estética, é de 30/40 € por sessão, o que se torna proibitivo para a maioria das pessoas.

A Cellulem Block oferece às suas clientes o acesso a mais de 50 sessões de tratamentos por mês pelo valor fixo de 65€/mês, o que no mercado custaria aproximadamente 1.500/2.000 €.



## CHAVIARTE EXPRESS

E CHAVIARTE  
 Tel. 937 527 434  
 Fax 223 709 970  
 a.correia@chaviarte.pt  
 www.chaviarte.pt

A "Chaviarte Express" é um conceito nacional, com mais de 10 anos no mercado nortenho. Actualmente somos o único operador em Portugal, com o conceito 3 em 1, ou seja, agregar no mesmo espaço, a duplicação de chaves, a reparação de calçado e a venda de produtos e serviços de segurança, como alarmes, portas segurança e corta-fogo, cofres, fechaduras segurança, ferragens, sistemas de vídeo vigilância, entre outros. Além da extensa gama de produtos, a Chaviarte oferece aos seus franchisados, um apoio IMPAR em qualquer organização de franchising. Na rede Chaviarte Express, NUNCA se sentirá SÓ.

VOCÊ, pode ser o próximo a tornar-se empresário com o nosso apoio. Se tem local próprio, ou se reside nas zonas de Lisboa, Porto, Águeda, Coimbra, Ovar, Beja, Lagoa, Loulé, Castelo Branco, Marco Canavezes, Arruda dos Vinhos, Paços Ferreira, Viseu, Valongo, Guarda, Bragança, Santo Tirso, Vila Verde e Valença; onde temos lojas já negociadas, CONTACTE-NOS

# TRUCCO

## TRUCCO

Tel. 213 894 177  
 Fax 213 873 910  
 trucco@mail.telepac.pt  
 www.trucco.es

A marca Trucco baseia-se num simples conceito: oferecer design atractivo e com personalidade, usando tecidos de primeira qualidade a preços acessíveis e com uma extraordinária atenção ao cliente.

A primeira loja abriu em Madrid no ano de 1985. Desde o início que procuramos um lugar muito específico no mercado: chegar à mulher urbana, sofisticada e trabalhadora, entre os 25 e os 45 anos de idade.

O nosso posicionamento comercial centra-se em oferecer as últimas novidades da moda à mulher, transpondo as últimas tendências para um estilo próprio da Trucco. Com um excelente serviço ao cliente, diferenciamos-nos das grandes cadeias massificadas através de um conceito de auto-serviço.

As nossas colecções incluem desde linhas mais casual até às peças de festa, sendo o nosso objectivo oferecer propostas urbanas, cómodas e modernas para mulheres com estilo.

A oferta de produto nas lojas, renova-se continuamente dando rápida resposta às exigências do mercado. O Departamento de imagem encarrega-se de criar conceitos de vitrinismo e merchandising original e atractivo, procurando sempre uma imagem impactante e homogénea que é renovada cada três semanas para transmitir novidade e incorporar as últimas novidades. Hoje em dia, imersos num forte processo de expansão internacional em todo o mundo, contamos com quase 100 pontos de venda entre lojas próprias, franchisings e formatos multimarca.



## CHI PSAWAY

Tel. 219 497 910  
 219 497 912  
 Fax 219 497 919  
 info@chipsaway.com.pt  
 www.chipsaway.com.pt

A ChipsAway Internacional criou um conjunto de sistemas revolucionários que permitem reparar riscos, pequenas amolgadelas e interiores de automóveis, limitando a intervenção à área afectada do veículo.

Os benefícios para o cliente final são imediatos. Por serem localizadas, as reparações são significativamente mais rápidas e mais baratas do que nas oficinas tradicionais. Por outro lado, o cliente não tem de se deslocar à oficina – as unidades móveis deslocam-se ao local acordado com o cliente, que beneficia em termos de comodidade. Os serviços ChipsAway têm garantia de qualidade de 2 anos e a pintura original do veículo não é afectada.

Para o franchisado, a ChipsAway representa um negócio de investimento inicial reduzido, o que torna mais rápido o retorno do investimento; não há custos de imobiliário, porque a actividade é desenvolvida só com uma carrinha; as reparações nos veículos são localizadas e, por isso, feitas em pouco tempo, com gastos de material mínimos; os mercados potenciais são particulares, frotistas, concessionários e oficinas independentes; os sistemas ChipsAway são fáceis de usar e não requerem conhecimentos técnicos prévios – após uma formação de cerca de 3 semanas, o franchisado está apto a trabalhar.



## MR ELECTRIC

Tel. 210 004 523  
Fax 210 004 558  
cristina.matos@brodheim.pt  
www.mrelectric.pt

Tendo iniciado a sua actividade nos EUA, o Mr. Electric rapidamente se tornou líder de mercado, estando actualmente representado em mais de 150 localizações a nível mundial. A sua actividade privilegia a qualidade do serviço prestado, sendo a principal referência para quem procura tranquilidade e respeito pelo cliente.

Todos os dias centenas de veículos Mr. Electric no mundo visitam clientes, providenciando níveis de serviço de qualidade ímpar. Mr. Electric será a primeira marca a nível mundial que os consumidores irão recorrer quando precisarem de serviços de reparação, instalação ou manutenção eléctrica.

A nossa missão é criar a primeira organização a nível nacional de instaladores eléctricos para a habitação e empresas com um serviço de excelência.

O conhecimento no domínio dos serviços eléctricos não transforma uma empresa do ramo num sucesso.

O franchising Mr. Electric sim!



## 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.



## PRECISION OFICINA

### AUTOMÓVEL

Tel. 213 000 700  
Fax 213 000 701  
precision@precision.pt  
www.precision.pt

A Precision é...

... uma oficina moderna

...o apoio de uma grande organização mundial e de um master franchise português com estofos profissionais e financeiros

... um investimento "chave na mão"

... um negócio pronto para ser seu!

Para gerir com sucesso um centro Precision não é necessário inventar nada; basta frequentar os cursos de formação da Precision, seguir os manuais de procedimentos e... acrescentar o seu toque pessoal. Com efeito, qualquer pessoa pode ser um francheado Precision, mesmo que não tenha experiência no sector automóvel. Precisa apenas ter um forte interesse no negócio, alguma experiência em gestão, capacidade de liderança, preocupação genuína com a satisfação do cliente e rigor para cumprir procedimentos existentes.



## MRW

Tel. 219 587 260  
Fax 219 587 280  
franchise@mrw.pt  
www.mrw.pt

A MRW, líder ibérico no mercado do transporte de documentos e pequenas encomendas urgentes (máx. de 40kg e 250cm), actua em Espanha desde 1977 e em Portugal desde 1994.

Com uma rede de mais de 670 francheados, dos quais 57 no nosso país, na MRW trabalham actualmente mais de 7000 pessoas.

O respeito pelos mais rigorosos padrões de qualidade, conjugados com serviços únicos no mercado, rapidez, cobertura integral do território ibérico –com tarifa única e duas frequências diárias– e entregas em todo o mundo, fazem da MRW líder.

Devido ao forte crescimento da marca no nosso país, a MRW tem uma nova sede junto à A1 em Vialonga, desde Maio.

Numa alteração de estratégia publicitária, única no mercado, a MRW deixou de fazer patrocínios e publicidade directa, e passa a aplicar esse plafone aos Planos de Acção Social, beneficiando as pessoas mais necessitadas.



**WINREST**  
 Consulting  
 Tel. 229 395 009  
 Fax 229 372 350  
 carlos.pinho@winrestconsulting.com  
 www.winrestconsulting.com

A WRC - WinRest Consulting é o fruto da sinergia de dois grupos de empresas portuguesas onde se pretende conciliar o saber com a tecnologia. O grupo PIE, com a experiência de uma ferramenta tecnológica de sistemas de gestão para a restauração e o Grupo Onebiz com o know-how da consultoria de gestão.

A rede de consultores da WRC - WinRest Consulting está vocacionada para prestar serviços de consultoria e auditoria em todas as áreas da gestão F&B – alimentação e bebidas. Não pretendemos apenas limitar-nos á redução e controlo de custos, mas também indicar caminhos para potenciar receitas e lucros. Com ferramentas tecnologicamente avançadas e conceitos inovadores procuramos ajudar a mudar a forma de gestão da indústria hoteleira.



**NBB**  
 National Business Brokers  
 Selling Businesses Confidentially

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

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

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

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



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

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

A esinow é uma infoConsultora independente, com clientes e parceiros satisfeitos, distinta pela sua cultura, reconhecida como socialmente responsável, hábil a inovar e a acompanhar as expectativas do mercado. Tem como missão ser reconhecida como a “one-stop shop” de valor acrescentado na resolução de problemas na área das infoTecnologias e do infoConhecimento. Confiamos em nós e nos outros. Trabalhamos com diligência, transparência, qualidade e rigor. Contribuímos para que os nossos clientes e parceiros prosperem, porque endereçamos as suas reais necessidades de desempenho, negócio e de conhecimento, fornecendo info soluções adequadas. Estabelecemos uma relação baseada na confiança, no retorno dos investimentos e em resultados relevantes para o sucesso.

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



**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!