

franchising DIGITAL

Edição Nº 8 / 2006

M A G A Z I N E

BOTAMINUTO

Um novo
conceito

MATERTICKET

Um mercado
emergente

IMÓVEISDELUXO

Um portal
diferente

Distribuída
a **10.000**
assinantes

NOVIDADES DE VERÃO

Edição exclusiva

franchising.pt
o portal do sucesso

CONHEÇA AS GRANDES NOVIDADES EM DESTAQUE



Caro assinante,

Depois de mais uma Expofranchise e da entrada de muitos portugueses em férias ou em vias de, é momento de desaceleração natural das actividades no franchising sem que isso signifique que os negócios e as oportunidades acabem. A provar isso temos nesta FDM um conjunto de novas oportunidades de negócio que poderão muito bem ser o seu futuro

parceiro de negócio. Desde Portais de Internet a consultoras financeiras, os negócios continuam e mostramos-lhe alguns nesta edição de verão. Por isso, nestas férias descanse mas não deixe de espreitar as boas oportunidades que eventualmente surjam. Levar esta Franchising Digital Magazine consigo de férias pode ser uma boa ideia.

Boas férias e 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

Periodicidade
Bimestral

Propriedade



700.^a Agência Laforêt abre no Campo Alegre



O sucesso comprovado do conceito de "agências de proximidade" da Laforêt Immobilier - "savoir-faire" de origem francesa, projectado há 25 anos para as especificidades do mercado imobiliário europeu - impulsiona o crescimento da rede a todo o território nacional com a inauguração da primeira agência Laforêt no Grande Porto - Campo Alegre -, a 700.^a da rede internacional.

O novo espaço na cidade Invicta passa a integrar, a partir de Julho, a rede de agências franqueadas Laforêt em

funcionamento no nosso país - Lisboa (Av. Roma e Campo de Ourique), Braga (Vila Verde), Aveiro, Algés e Cascais - que, desde 2005, têm contribuído para a dinamização do mercado imobiliário a nível local. Dinamização essa, alcançada através do profissionalismo das equipas de trabalho Laforêt e da intensificação da comunicação da marca no nosso país, assegurando assim os excelentes índices de satisfação e notoriedade alcançados no mercado francês - 690 unidades em funcionamento e uma notoriedade superior a 70%.

"A Laforêt distingue-se pela sua origem europeia, onde a qualidade, notoriedade e os índices de satisfação confirmam que a noção de agências de proximidade responde às expectativas

e exigências do mercado imobiliário que está a reestruturar-se à volta do "usado" - condições favoráveis à implantação da marca em Portugal", salienta Vítor Araújo, director da rede portuguesa.

Recorde-se que os objectivos da marca em Portugal para o primeiro semestre foram alcançados, com a adesão de quatro novos franqueados - Portimão, Coimbra, Ponte de Lima e Lisboa (Parque EXPO) -, estando ainda previsto que "até ao final deste ano, a rede passe a contar com 22 franqueados e 10 agências em funcionamento, o que permitirá à marca consolidar a sua presença no continente e ilhas", conclui.



O evento dedicado aos parceiros franchisados tem como objectivo promover o conhecimento técnico e comercial do produto

A Esinow.net, atenta as últimas tendências do mercado de comunicação, vem realizar formação técnica sobre VoIP para os consultores

Esinow.net realiza formação VoIP

da rede. Com o objectivo de reduzir custos para seus clientes empresariais, sem alterar a rotina de comunicações, a Esinow apresenta ao mercado a melhor solução presente no mercado actualmente, onde é possível falar para diversos destinos internacionais, como Japão, Brasil e Polónia por 0,017eur/minuto.

Segundo Carlos Pinho, Brand Manager da marca em Portugal, a adesão a tecnologia VoIP é a que apresenta maior crescimento de mercado, tanto a nível particular como nas empresas,

sendo que nestas últimas, o pormenor de ter obrigatoriamente um auricular e o PC ligado é ultrapassado, sendo possível realizar chamadas directamente da extensão de telefone habitual. "A única mudança é na factura, onde as empresas chegam a poupar até 85% em telecomunicações".

A rede Esinow.net está presente em todo o território nacional, Angola e Moçambique, através de parceiros franchisados.

“Uma Marca de Confiança” é o lema da IV Convenção ExChange



ExChange prevê atingir os 200 milhões de euros em crédito contratado em 2006, um crescimento de 93% face a 2005

- Apresentação do novo accionista: GE
- Apresentação de uma linha de crédito pessoal até meio milhão de euros.
- Novos produtos e novos parceiros institucionais e corporativos .
- I Regata ExChange com parceiros da rede e convidados VIP .

A ExChange, líder em consultadoria financeira, promoveu entre os dias 1, 2 e 3 de Junho, no Hotel Pestana em Cascais, a sua IV Convenção, reunindo mais de 200 participantes, entre parceiros da rede ExChange e parceiros financeiros, dando corpo à maior iniciativa da marca desde o seu nascimento. "Uma forte adesão que surpreendeu a própria ExChange", como afirmou António Godinho, administrador executivo da marca Exchange.

Um dos grandes objectivos deste

encontro, sob o lema "Uma Marca de Confiança", foi preparar uma nova fase na vida da consultora financeira, inevitavelmente marcada pela recente entrada do gigante GE no seu capital.

Ao longo de dois dias foram aprofundadas metodologias, partilhadas experiências e conhecimentos em 'workshops' temáticos e apresentadas grandes novidades, quer em termos de produto, quer de novos parceiros institucionais e corporativos.

Durante a Convenção foi apresentado o balanço de actividade do ano 2005 e primeiro trimestre de 2006, assim como os principais objectivos até ao final do ano. O ano de 2005 foi marcado pela abertura de 21 lojas, perfazendo, actualmente, um total de 75 lojas em todo o país; pela entrada da GE em 40% no capital da Changebiz (detentora da marca ExChange) e pela criação de novos protocolos.

De acordo com Pedro Santos, também administrador executivo da ExChange, "a Exchange prevê atingir os 200 milhões de euros em crédito contratado até ao final do ano. Um valor que representa um crescimento de 93% face a 2005".

Relativamente à divulgação de novos produtos é de destacar o novo produto no sector automóvel e uma linha de crédito para montantes entre cinquenta mil e quinhentos mil euros. Um valor máximo que passa a ser uma referência no mercado. Nas palavras de António Godinho, "este produto vem na linha de inovação que tem caracterizado a marca".

Ainda no que diz respeito a novidades são de ressaltar o novo produto

ExChange, através da GE Money, onde o cliente solicita um empréstimo pessoal até um montante de 15 mil euros junto da rede, a entrada de novos parceiros financeiros e corporativos e a parceria com o Instituto de Formação Bancária.

No último dia foram criados grupos de trabalho entre os parceiros da rede a fim de analisarem e discutirem os pontos positivos e negativos da marca e, mais tarde, os vários parceiros institucionais realizaram as suas intervenções e apresentaram as suas melhores propostas.

Paralelamente, durante os dois dias do evento, estiveram à disposição de todos os parceiros, Espaços Parcerias, onde puderam contactar com fornecedores e parceiros.

Após dois dias de intenso trabalho, o encontro terminou no dia 3 de Junho com a realização da I regata ExChange. A iniciativa reuniu na Marina de Cascais os participantes do encontro com convidados VIP.

A ExChange é uma Rede Internacional de aconselhamento financeiro independente para particulares e empresas. A ExChange monitoriza a oferta global de produtos de crédito e de financiamento, aconselhando e criando as melhores soluções financeiras, de acordo com os perfis e necessidades dos seus clientes.

Desta forma, o cliente beneficia de uma informação e de um aconselhamento financeiro imparcial sobre os melhores produtos disponíveis no mercado. A intervenção da ExChange na construção de soluções de financiamento permite ainda equilibrar a relação negocial entre clientes e instituições financeiras.

GRUPO SIXTY lança projecto de franchising em Portugal

MISS SIXTY.

O Grupo Sixty, detentor de marcas com grande notoriedade nacional e internacional -Miss Sixty, Energie, Sixty e Killah- prepara-se para iniciar em Portugal um projecto de franchising.

Em Portugal, a Sixty surgiu em 2003 seguindo uma estratégia de distribuição e promoção dos seus produtos junto de lojas multimarca e, hoje, o grupo conta com mais de 325 clientes espalhados de norte a sul do país, continental e insular. Depois, surgiram os chamados "corners", espaço dentro das lojas multimarca unicamente dedicado às marcas do grupo, reflectindo todo o seu

espírito e irreverência. Em apenas três anos de existência, a Sixty Portugal atingiu os objectivos traçados para cinco anos. Esta será talvez a principal razão pela qual os responsáveis do grupo tenham decidido investir ainda mais no país e apostar em lojas próprias, através de uma forte rede de franchising.

À semelhança do que acontece noutros países, a localização será um ponto essencial para abrir uma loja Sixty. Grandes avenidas, pontos turísticos, shoppings de prestígio, perto das melhores e mais modernas lojas de roupa são alguns dos requisitos ideais. Por exemplo, em Milão encontrámos uma loja Sixty na via Monte Napoleone, em Barcelona, no Paseo de Gracia, em

Los Angeles, em Melrose, e em Tokyo, em Mejidori.

De salientar ainda que o grupo SIXTY surgiu em Itália, em 1989, e actualmente conta com uma rede de distribuição a nível mundial, espalhada pelos cinco continentes. Ao todo, são mais de 230 os pontos de venda, que comercializam as roupas, calçado, jóias, malas, perfumes e muitos acessórios que fazem parte do universo Miss Sixty e Energie.

A Sixty é assim considerada um dos grandes grupos de moda a nível mundial, factura anualmente mais de 700 milhões de euros e tem apresentado elevados índices de crescimento.

MRW abre mais uma loja em Coimbra



A segunda loja franchisada vem trazer importantes alterações qualitativas na prestação serviços de transporte urgente na cidade dos estudantes

A MRW, líder ibérico no transporte urgente de documentos e pequenas encomendas, acaba de abrir em Coimbra, a 71ª loja franchisada da rede em Portugal. A abertura está assente na estratégia de expansão da marca espanhola para o nosso país, que tem por objectivo reforçar a excelência dos

serviços de transporte urgente prestados pela empresa.

Os clientes MRW de Coimbra, para além de passarem a contar com duas lojas, passam ainda a ter disponível o serviço Urbano, que lhes permite enviar e receber encomendas com várias frequências diárias, dentro do perímetro urbano da cidade. Serviço, até agora, apenas disponível para os clientes das lojas franchisadas de Lisboa e Porto.

Uma vantagem competitiva que reveste uma maior importância numa cidade de serviços, a que se juntam a maior proximidade com o cliente e o alargamento de horário (abertura de

semana até às 20H e Sábados das 09H00 às 13H00).

A 71ª loja MRW, situada na rua Carlos Seixas, tem 100m2 de área, cinco funcionários e quatro viaturas para distribuição. Irá assegurar os serviços MRW em localidades como Coimbra, Taveiro, Poiares, Santa Clara, Lousã, Miranda do Corvo, Penela, Castanheira de Pêra, Panpilhosa da Serra ou Condeixa-a-Nova.

Até final de 2006, a MRW conta atingir as 75 lojas franchisadas em território nacional.

Rede de Franchising NailSanteur



Mais um quiosque, mais um oásis. Localizado no coração do Centro Comercial Braga Parque, o Quiosque de Unhas NailSanteur passa agora a fazer parte da já madura rede de franchising da marca.

Funcionava inicialmente como "quiosque-piloto" e posteriormente à constituição de uma sólida carteira de clientes foi feita a transição para a

nova gerência, a administrar desde o início de Julho. Os seus serviços são: manicure SPA, estilismo de unhas (nail art), extensões gel, tratamentos das mãos e das unhas naturais. Um verdadeiro oásis para este Verão! O franchising NailSanteur encontra-se em franca expansão e com cada vez mais possibilidades de vingar no contexto português devido à sua diferenciação, cujos conceitos são inovadores e ainda pouco explorados. As zonas escolhidas para a localização de um franchising NailSanteur são espaços comerciais de grande afluência de público. É potenciada a inserção numa rede de grande

crescimento, a integração numa equipa jovem e dinâmica, é fornecido o conceito "Chave na Mão" e dado total apoio técnico e comercial, garantindo rentabilidade esperada elevada. As vantagens são inúmeras.

Numa altura em que se fala de crise, o franchising NailSanteur escapa a esta tendência. O mercado da estética tem uma importância recente mas ocupa já um lugar de destaque na mente do consumidor, devido à consciencialização de que uma boa imagem é indispensável.

Ainda para este ano, o franchising NailSanteur pretende alargar a sua rede para Sul.

Hakisushi revoluciona mercado de restauração



Abertura de duas lojas próprias lança o novo conceito de Sushi

A 17 de Junho a Hakisushi inaugurou a segunda loja própria no

CascaShopping, reforçando a implementação do novo conceito de Sushi em Portugal.

A Hakisushi revoluciona o mercado com um novo conceito de restauração que combina a comida tradicional japonesa com o modelo "pronto-a-comer", em espaços de design modernos e funcionais.

Desenvolvida após uma análise das tendências do mercado de restauração nacional e internacional, a Hakisushi implementou-se no mercado através de unidades próprias

e pretende abrir unidades em todos os grandes centros comerciais através do sistema de Franchising.

Caracterizada por uma aposta forte na imagem e comunicação, a Hakisushi apresenta espaços cuidadosamente pensados para irem ao encontro do estilo de vida e necessidades do público-alvo.

Relembre-se que em Maio a Hakisushi inaugurou a primeira loja própria no Dolce Vita Miraflores e esteve presente no festival de música Rock in Rio Lisboa.

III Convenção Accive Insurance



O Grande Hotel do Luso recebeu no passado dia 30 de Junho e 1 de Julho de 2006 a III Convenção Accive,

reunindo os parceiros e as mais importantes seguradoras a nível Nacional.

Na agenda do encontro esteve a apresentação de novos produtos, o futuro do sector segurador e os eixos estratégicos para o desenvolvimento da marca Accive para 2007.

Segundo Rui Santos, gestor da Accive Insurance em Portugal, o objectivo é

"reforçar sinergias e o espírito de grupo entre os diferentes parceiros". O programa incluiu a apresentação dos resultados do grupo, de novos protocolos e uma conferência com Miguel Frاسquilho sobre Economia e competitividade.

Paralelamente, a Accive organizou ainda uma série de actividades ao ar livre.

■ O fim da contabilidade tradicional

Desmistificar o tema foi o objectivo da Fiducial, apresentando as novas metodologias ao sector

A Fiducial organizou um Roadshow pelo norte do país, entre 4 de Maio e 6 de Julho, com o tema "O Fim da Contabilidade Tradicional". Este evento, que contou com a adesão de mais de 250 interessados, destinou-se essencialmente a profissionais da contabilidade, consultoria e direcção financeira de empresas, onde foi apresentada uma nova abordagem ao tradicional método de fazer contabilidade, utilizando as mais modernas ferramentas de gestão e mais avançadas metodologias internacionais. O grande Porto e Minho foram os locais escolhidos para esta fase de apresentações, nomeadamente as cidades do Porto, Braga, Guimarães, Barcelos e Leça.

Segundo Ilídio Faria, Brand Manager da marca em Portugal, a grande adesão deve-se ao facto do sector estar a modernizar-se, "os contabilistas e gestores vêem a actividade como um complemento essencial a gestão das empresas e não apenas como um dever para com o Estado". Ao desafiar os seus



convidados para a nova forma de fazer contabilidade e apoiar as empresas na gestão, a Fiducial surpreendeu-os com a ferramenta Fiducialink, o mais recente, moderno e inovador software de gestão da rede Fiducial, o qual permite através da Internet ligar em tempo real, clientes, fornecedores, escritórios de contabilidade e outro tipo de "stakeholders", bastando para tal um acesso à Internet.

Com a presença de profissionais interessados no tema, a FIDUCIAL apresentou o seu sistema de expansão

de negócio através do franchising. Actualmente com mais de 60 escritórios em Portugal, ainda existem excelentes oportunidades de crescimento, sobretudo no norte do país, para novos empreendedores que queiram pertencer à maior rede de profissionais de contabilidade e consultoria a nível mundial.

Em Setembro, após a época estival, a FIDUCIAL regressará à estrada com o Roadshow, com presença em cidades como Vila Real, Bragança, Aveiro, Coimbra, Leiria e Funchal.

■ Veigas&Veigas patrocina Futsal de Carcavelos



A agência Veigas&Veigas de Carcavelos patrocinou o evento Futsal Carcavelos, que decorreu no dia 30 de Junho.

O Futsal Carcavelos juntou crianças

dos sete aos oito anos e seus familiares no Pavilhão dos Lombos, em Carcavelos, para um jogo de Futsal. A Veigas&Veigas, agência de Carcavelos, patrocinou este evento, aproveitando para distribuir ofertas Veigas&Veigas aos atletas e seus convidados.

Além destas ofertas a Veigas&Veigas colocou no interior do pavilhão, nas duas entradas do estádio, uma tela/lona de um metro por quatro com

a imagem Veigas&Veigas e disponibilizou dois consultores e um computador portátil para informações a potenciais clientes.

Para Ana Valente, gerente da loja Veigas&Veigas de Carnaxide, este patrocínio foi «*uma excelente oportunidade para divulgar o conceito e a imagem Veigas&Veigas junto dos habitantes de Carcavelos e vamos continuar com iniciativas deste tipo*».

BOTAMINUTO

Ou um novo conceito de sapateiro



Apesar de ainda jovem, a BOTAMINUTO é já o segundo operador de mercado do sector em Portugal, logo atrás do líder mundial Mister Minit. Tudo começou em 1998, “na sequência da abertura de uma loja tradicional que progressivamente ia rompendo com a filosofia do ‘velho sapateiro’”, explica Duarte Ramos ao franchising.pt. “Dois anos após a sua abertura deu-se início à criação e testes do conceito BOTAMINUTO”, recorda este sócio gerente e responsável pela expansão da empresa.

A BOTAMINUTO é uma marca/conceito propriedade da empresa Consertos Rápidos das Amoreiras que, no início da sua concepção, visou reformular o velho conceito de sapateiro, valorizando a profissão e adicionando-lhe uma multiplicidade de serviços complementares que englobam desde a tradicional reparação de calçado e malas, à cópia de chaves e comandos, impressão de matrículas, placas, carimbos e cartões, afiação de facas e tesouras e venda de produtos acessórios.

A definição do projecto levou a equipa de estudos a visitar e pesquisar as mais importantes empresas similares, bem como feiras da especialidade, “do que resultou um projecto bem estruturado e com os mais modernos equipamentos”, considera Duarte Ramos.

Uma das imagens de marca da BOTAMINUTO passa por “conferir grande importância ao ‘saber fazer’”, frisou. “De facto”, reforçou, “não basta consertar/copiar. A BOTAMINUTO aconselha os melhores materiais

adaptáveis a cada tipo de serviço. E dá conselhos para a sua manutenção. Esta filosofia só é possível pela relação permanente que mantemos com parceiros nacionais e internacionais de renome”.

Segundo Duarte Ramos, “o conceito BOTAMINUTO tem tido um óptimo acolhimento por parte dos clientes, tendo sido possível, no espaço de três anos, atingir uma média de 800 clientes/dia, objectivo largamente ultrapassado em relação às previsões iniciais. Não é rara a frase: ‘Finalmente encontro um sítio onde posso reparar os meus sapatos com qualidade!’, o que simboliza que claramente existia uma escassez de oferta qualificada”, considera.

Em relação às características físicas de uma loja BOTAMINUTO, Duarte Ramos chama a atenção para o facto de serem

um operador de multiserviços de conveniência. Por isso, “a localização e o fluxo de público são factores determinantes. A dimensão das lojas pode ir de um conceito mini de 10 m² até um conceito maxi de 25 m². O local ideal poderá ser encontrado em zonas de grande tráfego, independentemente de serem em centros comerciais ou lojas de rua, sendo que hoje em dia, a empresa opera em hipermercados, centros de cidades, galerias e centros comerciais.

O investimento mínimo para potenciais interessados começa nos 50.000 € - loja MINI e o prazo médio de retorno cifra-se nos quatro anos. O valor do direito de entrada é de 2.500€ - valor que está incluído no orçamento geral da loja.

“Experiência no ramo pode dificultar integração”



Duarte Ramos alerta para o facto de não ser necessária qualquer formação prévia em qualquer das áreas em que a BOTAMINUTO opera. "Inclusive, o facto de já existir alguma experiência no ramo, dificulta a integração na nossa forma de trabalhar e agir, pois geralmente já vem com técnicas muitas vezes ultrapassadas", atalhou. "Todos os franchisados deverão ter formação no nosso centro de formação que, tendo em conta a grande variedade de serviços que prestamos, dura cerca de quatro semanas. Cada formação está dividida em módulos onde é feita uma constante avaliação dos processos



para se poder chegar ao fim do período aptos para iniciar a actividade na loja. Na BOTAMINUTO todos os funcionários têm de saber fazer de tudo: são recursos especializados. Após este período existe um acompanhamento da abertura da loja assim como um apoio e assistência permanentes.

Para este responsável, o franchisado BOTAMINUTO "poderá ter um duplo perfil: ou um investidor ou alguém que queira criar o próprio emprego", porque este "é um negócio estimulante e atractivo". No entanto, defendeu, "a BOTAMINUTO, tal como qualquer franchising, depende em grande parte do empenhamento e envolvimento do próprio franchisado. Como costume dizer, o franchising é uma semente boa por si. No entanto, esta só pode crescer se for regada pelo franchisado. De outra forma não cresce e não se torna flor", comparou.

■ 3 Perguntas a...

Duarte Ramos, sócio-gerente e responsável de expansão.

"Queremos exportar o conceito para a Europa e para a América Latina"

franchising.pt - Qual é a principal vantagem que o BOTAMINUTO oferece aos seus clientes? Não temem que os vossos concorrentes enveredem, também eles, pelo franchising?

Duarte Ramos - O BOTAMINUTO assenta numa filosofia própria que se baseia num serviço diferenciado e de qualidade. A área com maior diferenciação, das várias áreas onde actuamos, é sem dúvida a área da reparação de calçado e aconselhamento.

A filosofia BOTAMINUTO baseia-se na premissa que o nosso corpo assenta sobre os nossos pés e que por isso devemos ter mais atenção no cuidado com os mesmos. Para isso informamos os clientes dos cuidados a ter e dos produtos que existem para um maior conforto no andar. Pretendemos fornecer soluções aos nossos clientes, através do aconselhamento e da utilização de



produtos exclusivos nas nossas lojas. A cada cliente que entra na loja é feito um diagnóstico ao sapato e é-lhe apontada uma solução. Por exemplo: um cliente que ande muito poderá usar uma palmilha reforçada no calcanhar para um maior conforto; outro que tenha um sapato apertado, poderemos aplicar uma forma para o alargar ou então vender-lhe um produto que alargue para ter em casa. Para um problema, uma solução. Quanto à concorrência, ela é salutar. A concorrência obriga-nos a estarmos

mais atentos e a sermos ainda melhores. Sejam bem-vindos!

- Quantas lojas BOTAMINUTO existem actualmente?

A BOTAMINUTO dispõe já de 20 lojas a nível nacional, tendo maior representação a sul do país. A nossa marca, apesar de relativamente jovem, é já o segundo operador de mercado do sector em Portugal, logo atrás do líder mundial Mister Minit.

- Quais são os planos da BOTAMINUTO para os próximos tempos? Alargar a rede de lojas nomeadamente para o norte do país, onde estão, como já referiu, menos representados?

- Pretendemos crescer sustentadamente, prevendo abrir cerca de cinco lojas este ano e atingir a médio prazo um total de 50 lojas. Em relação ao norte do país, temos já duas lojas emblemáticas que servirão de bandeira para esta zona de Portugal: no "Dolce Vita" de Vila Real e mais recentemente no "El Corte Inglés" de Vila Nova de Gaia. Paralelamente, estamos em contactos para a exportação do conceito para outros países tanto da Europa como da América Latina.

■ *Quem somos*

O portal é um website dedicado aos serviços imobiliários que permite aos seus clientes comprar e vender imóveis sem terem de pagar uma comissão. Anuncia que juntou ao portal *AVENDAPELODONO.com* dedicado ao marketing de serviços imobiliários, os serviços financeiros. Do processo resulta a negociação do financiamento junto dos bancos aos compradores de imóveis. Daí esta reformulação resulta num novo negócio registado em sistema de

franchising.

Os donos de imóveis portugueses sempre tiveram o desejo de vender as suas propriedades sem ter de entregar 5% do produto das suas vendas a um agente imobiliário. Agora o portal *AVendaPeloDono.com* torna disponível um serviço imobiliário sem fazer o dono do imóvel pagar estas comissões.

Está estimado que no país, mais de 60% dos imóveis são vendidos directamente pelo dono. É aqui que a

nossa marca se posiciona para assistir estes proprietários na venda dos seus imóveis de forma eficiente, reduzindo os custos e no processo poupar-lhes milhares de Euros eliminando intermediários e as mediadoras.

O portal *AVendaPeloDono.com* é a primeira e única rede de serviços imobiliários nacional a conectar directamente compradores e vendedores de imóveis sem pedir uma comissão de mediador.

■ *Missão*

O portal *AVendaPeloDono.com* é uma marca de serviços imobiliários que permite aos consumidores comprar e vender imóveis à venda pelo dono sem

pagarem uma comissão de mediação. A marca conduz potenciais compradores para o seu portal e coloca placas personalizadas nos

imóveis à venda ajudando a gerar interesse pelos mesmos.

■ *Como funciona*

Na Internet, o portal *AVendaPeloDono.com* funciona como modelo web de comércio electrónico; um website que permite compradores e vendedores comunicarem directamente uns com os outros sem a interferência (e a comissão) de um

intermediário ou mediador imobiliário. No local do imóvel é colocada uma placa personalizada *AVendaPeloDono.com* com a discriminação do tipo de imóvel e o nº de telefone do dono vendedor de

modo que os possíveis compradores possam contactar e comprar o imóvel. Ao dono vendedor também é facultado um Guia de Compra e Venda de Imóveis para o ajudar a melhor vender.

DESTAQUE *crediLoja*

■ *A primeira rede de serviços imobiliários e financeiros*

A *CrediLoja* é uma marca reconhecida nacional que desenvolveu um programa de formação e apoio com métodos experimentados e comprovados através de um processo fácil de aprendizagem. Você aprende a

vender serviços financeiros e imobiliários e a tornar-se o seu próprio patrão. Temos acordos com os principais bancos que você irá beneficiar enquanto promotor.

O seu dinheiro nunca estará em risco

uma vez que o programa garante um fluxo de vendas estável e você poderá realizar os seus sonhos de independência, vivendo a vida que merece e desfrutar do prestígio de ter o seu próprio negócio.



Comunicação e Publicidade de excelência.

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

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

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

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

A optimização dos tickets como novo formato de publicidade leva a uma nova forma das empresas comunicarem com os clientes e pode ter o seu maior alvo em cafés, restaurantes, pastelarias, supermercados, bombas de gasolina, lojas comerciais, tal como estabelecimentos de referência na

área da restauração.

A MASTERTicket torna-se uma poderosa ferramenta de comunicação porque permite a divulgação de informações relevantes dos seus anunciantes aos seus potenciais clientes, de uma forma ágil e eficaz com baixo custo por contacto.

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

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

A Nossa Filosofia

A filosofia da MASTERTicket consiste em trabalhar com um pequeno grupo

de colaboradores, por forma a não gerar custos excessivos para os nossos clientes, sendo porém, altamente qualificada e experiente, tratando sempre com extrema seriedade o negócios dos nossos clientes.

A Nossa Missão

Temos como missão satisfazer as necessidades do mercado de investimento publicitário e para as empresas anunciantes proporcionar maior retorno e rentabilidade do seu investimento financeiro.

A Nossa Pretensão

A MASTERTicket propõe-se a ser uma extensão dos seus clientes, mantendo um relacionamento transparente, ético e de respeito mútuo, cumprindo os prazos acordados e participando activamente no dia-a-dia das empresas clientes para que os resultados sejam altamente satisfatórios.





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

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

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

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

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

O Conceito do negócio irá expandir-se

no Brasil ao mesmo tempo que em Portugal, para que se possa interagir os imóveis Portugueses com os Brasileiros. Sendo assim, os nossos potenciais clientes terão um leque maior de oportunidades de negócio. Esta é a oportunidade exemplar para investir e prosperar ao lado de um parceiro forte. Com o modelo IMOVEISDELUXO Portugal, o Agente recebe apoio operacional e formação moldada, representa uma marca, tendo acesso a meios técnicos que reforçam as suas aptidões e performances. Através das mais actuais ferramentas informáticas, ministramos o acesso a uma série de programas de formação. Venha integrar a rede da IMOVEISDELUXO Portugal e faça parte de um projecto ambicioso, incomparável e triunfador. Vantagens dos seus potenciais Agentes:

- Não necessita loja de rua, mas sim de um escritório

- Imobiliária inovadora, estilo boutique
- Baixo investimento
- Exclusividade territorial
- Apoio constante ao agente (documentação, marketing, comercial)
- Forte imagem da Marca
- Negócio pioneiro
- Formação no Brasil uma vez por Ano
- Tem o Portal como apoio ao negócio e a notoriedade do mesmo
- Formação constante e gratuita
- Não existe taxas de publicidade
- Os Royalties mais baixos do mercado, 1 % da facturação anual
- Os Royalties são anuais e não mensais
- Existem prémios de produtividade
- Terá o melhor equipamento informático da actualidade
- Mobiliário de escritório de altíssima qualidade e design arrojado
- Negócio totalmente chave na mão

portal www.imoveisdeluxo.com
temos
o imóvel que sempre
desejou possuir

1.30 m

imóveisdeluxo
SIMPLES PRAZERES DA VIDA



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

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

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

A IMOVEISDELUXO Portugal conduz consigo uma nova concepção de mediação imobiliária que irá agitar o mercado nacional. A IMOVEISDELUXO Portugal opera somente de imóveis de luxo. A previsão é abrir 20 escritórios até 2009, começando por Lisboa, Porto e Algarve e Madeira, até cobrir todo o território nacional. A vantagem competitiva da IMOVEISDELUXO Portugal pressupõe antes de mais uma grande oportunidade e constitui em Portugal um enorme mercado praticamente inexplorado. Este tipo de oportunidade reserva as suas maiores vantagens àqueles que as desenvolvem em primeiro, pois, como aconteceu com o Portal imoveisdeluxo.com ocupou o seu espaço de mercado (que actualmente está em crescimento).



MASTERTICKET
 Tel. 962 917 145
 franchising@masterticket.biz
 www.masterticket.biz

Comunicação e Publicidade de excelência.

O enorme crescimento do mercado publicitário, levou ao surgimento de novos meios alternativo de publicidade. Numa perspectiva de permanente adaptação às constantes revoluções publicitárias, a MASTERTicket surge como um meio de comunicação altamente eficaz e com elevado retorno para os anunciantes. O nosso conceito? Genuíno... Usar os talões como um meio, e não como um fim em si. Uma solução de publicidade original e inovadora que a MASTERTicket desenvolve em Portugal. Publicidade colorida nos talões de caixa, à qual ninguém ficará indiferente. A optimização dos tickets como novo formato de publicidade leva a uma nova forma das empresas comunicarem com os clientes e pode ter o seu maior alvo em cafés, restaurantes, pastelarias, supermercados, bombas de gasolina, lojas comerciais, tal como estabelecimentos de referência na área da restauração.

A MASTERTicket torna-se uma poderosa ferramenta de comunicação porque permite a divulgação de informações relevantes dos seus anunciantes aos seus potenciais clientes, de uma forma ágil e eficaz com baixo custo por contacto.



**THE ORIGINAL
 POSTER COMPANY**
 Tel. 289 358 354
 919 385 113
 919 140 875
 Fax 289 358 354
 info@originalposter.pt
 www.originalposter.pt

Um franchising com The Original Poster Company oferece-lhe a oportunidade de definir o seu próprio futuro, com liberdade, autonomia e independência, através de um sistema de franchising compatível com diferentes estilos de vida. Este franchising permite-lhe construir e gerir o seu próprio negócio, sem correr os riscos, desnecessários, de um negócio não experimentado.

Também beneficiará de todo o apoio da maior empresa franchisadora de cartões de felicitações do mundo, um parceiro capaz de lhe fornecer uma experiência única neste ramo.

A grande vantagem de ser um francheado da OPC é não necessitar de vender os produtos, nem de desempenhar as funções de um vendedor! O francheado apenas fornece, à consignação, os cartões de felicitações e respectivos expositores aos estabelecimentos comerciais, sem qualquer custo para os comerciantes. Realizará também, mensalmente, visitas aos estabelecimentos, de forma a efectuar o balanço dos cartões comercializados, repor o stock e obter os rendimentos correspondentes. Esta proposta é bastante atractiva para os comerciantes, uma vez que, para além dos cartões de felicitações vendidos, não lhe é exigido qualquer custo adicional. Apenas compram o que já venderam. O produto vende-se por si só e apenas terá que receber os lucros!



IMOVEISDELUXO.COM
 Tel. 962 143 994
 geral@imoveisdeluxo.com
 www.imoveisdeluxo.com

O Portal imoveisdeluxo.com e a sua Revista oferece-lhe uma oportunidade única de estabelecer uma parceria com este novo projecto no mercado Português.

É um projecto que tem como finalidade principal explorar uma lacuna existente no mercado imobiliário de luxo no território Português

A sua missão é ser o Representante do Portal imoveisdeluxo.com e da sua Revista, o que implica um serviço de excelência com claros benefícios a nível de publicidade, rentabilidade e tempo, para os seus clientes. Através do Portal imoveisdeluxo.com, o seu cliente terá acesso às melhores condições de Marketing, sendo o seu processo acompanhado por consultores, proporcionando um serviço de excelência.



ONEBUILD
Tel. 961 959 159
empresa@civil79.com

A ONEBUILD é uma marca criada por profissionais com larga experiência no sector da Construção como Empreiteiros, bem como da Construção como Promotores Imobiliários. Detectando as dificuldades que estes mercados têm quando se trata de pequenas empresas, os mentores da ONEBUILD, definiram uma estratégia de crescimento de uma marca que se possa equiparar às grandes marcas no mercado nacional, e futuramente internacional, posicionando-se numa forma de estar neste sector com elevada transparência e uma preocupação constante com o apoio ao Cliente.

O modelo de negócio, é a criação de uma rede de 27 franqueados no sector da construção para terceiros em todo o país que permita criar uma capacidade de resposta ao mais alto nível em termos técnicos e de qualidade. Em termos de Promoção Imobiliária, a quantidade de franqueados aumentará para cerca de 100. Aproveitando o facto de com a possibilidade de fazer comunicação em meios que não são acessíveis à maioria das empresas nacionais, permitindo existir uma Central de Compras para a rede, formação contínua dos franqueados e seus colaboradores, bem como aproveitando as sinergias comerciais de cada membro da rede, a ONEBUILD será uma referência no mercado da Construção.



NOBEL
Tel. 961 959 159
hotline@nobelportugal.com
www.nobelportugal.com

Já abertas Campo Ourique em Lisboa, Funchal, Caniço, Espinho e Aveiro.

Livraria Nobel foi fundada em São Paulo, 1943, destacando-se por uma grande qualidade e profissionalismo.

Hoje a Livraria Nobel é a maior rede de Livrarias de Língua Portuguesa do Mundo, com mais de 120 franquias, cerca de 170 lojas. Em 2004, a Nobel decidiu iniciar a internacionalização por Portugal, neste momento presente em Espanha, México e Angola.

No mercado português pretende aumentar o volume de negócio com a introdução de técnicas avançadas de gestão e negociação, possibilitando excelentes resultados, tanto nas novas livrarias como na reconversão das antigas livrarias espalhadas por Portugal.



URuVANA
Tel. 961 959 159
info.portugal@urvana.com
www.urvana.com

URuVANA, a mais pequena máquina do mundo de Vending de bebidas refrigerantes.

Um conceito inovador de franquia, considerada uma das cinco melhores franquias em 2004 em Espanha.

Experimente, leva uma máquina sem qualquer custo e ao fim de 30 dias, se verificar que é um bom negócio, assina a franquia URuVANA, franquias desde 4.900 €.

Um investimento de pequena dimensão para uma grande rentabilidade. Apoiada pela Coca-Cola a URuVANA é uma referência em Espanha e começa a ser também em Portugal



CIVIL 79
Tel. 961 959 159
empresa@civil79.com
www.civil79.com

Civil79 é um portal Internet ligado à área de Construção de alta rentabilidade para os seus partners.

Focalizada naqueles que realmente executam as obras o Civil79 permite que fornecedores das diversas actividades estejam presentes na Internet com sites de elevada qualidade e com possibilidade futura de B2B, verdadeiras soluções de e-business chave na mão que eles próprios podem fazer a respectiva manutenção.

O Franqueado Civil79, tem o retorno do pequeno investimento de 4.000 € ao fim de 30 sites colocados no Portal, que a partir deste número passará a ter uma alta rentabilidade anual.

Provavelmente o Civil79 será o futuro maior Portal de Construção de Portugal. Abrangemos todo o País.



CLINICEXPRESS
 Tel. 239 701 744
 Fax 239 780 375
 franchising@dermoclinics.com
 www.clinicexpress.com.pt

ClinicExpress é um conceito de auto-emprego que não necessita de instalações físicas. Com o mais baixo investimento do mercado, o conceito baseia-se na prestação de serviços de depilação a laser/IPL e na venda de produtos de estética de elevada qualidade. Dá, assim, a oportunidade a pessoas empreendedoras de exercer uma actividade, por conta própria, num sector em franco crescimento

A ClinicExpress é gerida por um grupo nacional com grande experiência no sector de actividade e encontra-se a desenvolver o seu modelo de negócio, estabelecendo parcerias com pessoas empreendedoras, para todas as regiões do país.

É um conceito dirigido a parceiras com grande vontade de vencer e de desenvolver uma actividade por conta própria. É inovador e recorre a tecnologia de vanguarda no seu sector de actividade. Inserido num enorme mercado e com grande potencial de crescimento, é altamente rentável.

As nossas parceiras/afiliadas possuem espírito empreendedor, elevada autonomia e motivação para trabalhar por conta própria, capacidade comercial, rigor e profissionalismo e facilidade de comunicação.



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

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, trespases e arrendamentos.

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 franchisados 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.

Com o modelo de franchising da GMAC Imobiliária Portugal, o franchisado recebe apoio operacional e formação adequada, representa uma marca de renome internacional, tendo acesso a meios técnicos que fortalecem as suas capacidades e performances.

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



BOTAMINUTO
 Tel. 214 447 902
 Fax 214 447 904
 botaminuto@sapo.pt

BOTAMINUTO é a única marca do sector a operar em Portugal em regime de Franchising.

Os nossos serviços:

- Conserto de calçado
- Conserto de malas
- Venda de acessórios
- Cópias de chaves
- Cópias de comandos
- Venda de pequenas ferragens
- Impressão de carimbos/cartões,
- Impressão de matrículas/placas.

O seu conceito inovador, baseado na qualidade e na rapidez, mas também no aconselhamento, tem na sua escola de formação um elemento fundamental. A imagem simpática das suas lojas e a satisfação dos clientes, que têm dificuldades em conseguir uma prestação de serviços tão qualificada, granjeia-lhe de imediato a adesão do público.

Isto possibilita que, num espaço de 6 meses, a BOTAMINUTO tenha aberto lojas em alguns dos principais centros comerciais: Lisboa (Amoreiras Shopping Center e Galerias Atrium Saldanha), Oeiras (Oeiras Parque), Algés (Dolce Vita Miraflores) e Porto (Shopping Cidade do Porto), e prevê novas aberturas na Amadora, Setúbal, Viseu, Leiria, Porto, Viana do Castelo e Coimbra.



OCASIÃO DO SOFÁ
 Tel. 229 812 823/800 206 705
 Fax 229 812 825
 centra_pt@ocasiaodosofa.pt
 www.ocasiaodosofa.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.

