

# franchising.pt

Edição Nº 19 2011

REVISTA DIGITAL

RELIEF Portugal

PONTO SWEET

CERTIFICADOS  
Low Cost

LEADER MOBILE

BODYCONCEPT

DEPILCONCEPT

4BEST

SENSIL

LEG&NAILS

REAL STONE

OPTIMUS NEGÓCIOS

e muito mais...

Distribuída a  
**14.000**  
assinantes

Edição exclusiva

franchising.pt  
portal dos sucesso



## AUMENTAM AS SOLUÇÕES DE INVESTIMENTO ECONÓMICO



CONHEÇA AS GRANDES NOVIDADES EM DESTAQUE

## ■ IDEAL Electricista cresce em tempos de crise



Na actual conjuntura só as marcas fortes é que se conseguem destacar e a IDEAL Electricista tem sido um óptimo exemplo de sucesso.

Em tempos ditos de crise, os pedidos de franchising tem sido em grande número, por se tratar de um franchising com valores de entrada muito apelativos.

Naturalmente o aumento do número de franchisados permite reforçar o conceito e ainda aumentar o número clientes satisfeitos.

Os novos métodos de organização e controlo de qualidade dos técnicos, o reforço do acompanhamento ao cliente, desenvolvimento do software único de gestão, são

melhoramentos introduzidos na gestão da marca e introduzidos em toda a rede IDEAL que tornam o franchising extremamente cativante para quem pretende investir e prosperar numa fase de alguma incerteza.

A Marca aposta numa estratégia de proximidade ao cliente, estando já presente nas principais regiões de Portugal e também nas Redes Sociais, de forma a conseguir captar as necessidades dos clientes e conseguir dar resposta de forma ainda mais célere e imediata. A IDEAL Electricista é uma empresa que prima pela satisfação dos clientes e daí o sucesso e gratificação de toda a rede de franchising. ■



## ■ Decisões e Soluções é a maior rede de Consultadoria Financeira do país



A Decisões e Soluções, empresa de consultadoria financeira especialista no aconselhamento personalizado em operações de crédito bancário e seguros, é a maior rede de Consultadoria Financeira do país, de acordo com o Ranking do 16º Censo "O Franchising em Portugal do IIF" do Instituto de Informação em Franchising.

Ao ver a sua empresa tão bem posicionada a nível nacional, Paulo Abrantes, Director Geral da Decisões e Soluções, comenta "É com imensa satisfação e muito orgulho que vejo a Decisões e Soluções tão bem posicionada, pois para além de ser a número um no seu segmento de negócio, está ainda entre as

dez maiores redes a actuar em Portugal, estando também no top cinco das maiores redes nacionais, de acordo com o 16º Censo do IIF"

Perante o sucesso alcançado pela Decisões e Soluções no 16º Censo "O Franchising em Portugal do IIF", Paulo Abrantes, salienta a importância dos seus colaboradores na conquista destes resultados: "Estes resultados apenas são possíveis devido ao excelente desempenho, eficiência e profissionalismo, de uma equipa muito motivada e empenhada que constitui a Decisões e Soluções. São também fruto da estratégia e objectivos definidos pela empresa e que nos tem permitido alcançar uma elevada presença no território nacional."

A Decisões e Soluções apresenta uma forte estrutura de apoio aos seus colaboradores a nível nacional que conta um Director Geral, um Coordenador Nacional, oito Coordenadores Regionais, um Departamento de Comunicação, um Departamento de Marketing, um Departamento Informático e um Canal de Web-tv, que prestam diariamente apoio a todos os colaboradores da empresa. ■

## ■ Pulsazione abre nova unidade em Viana do Castelo



A Pulsazione, rede de franchising que actua na área dos serviços de estética, inaugurou uma nova unidade em Viana do Castelo, no passado dia 11 de Abril. Maria Paula de Sá Pinto é a responsável do mais recente centro Pulsazione.

O mês de Abril fica marcado pela inauguração do mais recente centro Pulsazione em Viana do Castelo. O Edifício

Viana, situado na Rua de Monserrate, 176 D, foi o local escolhido para acolher o novo centro Pulsazione, que tem como objectivo colocar ao alcance de todos a mais avançada tecnologia em dermoestética. Especialista em serviços de Fotodepilação, a Pulsazione Viana do Castelo disponibiliza a toda a população vianense serviços de estética a preços low-cost.

Para Maria Paula de Sá Pinto, responsável da nova unidade, "trouxemos a Pulsazione para Viana do Castelo porque gostámos particularmente do simbolismo e glamour da marca Pulsazione, que se enquadra perfeitamente no ambiente de uma das cidades mais bonitas de Portugal". Para além disso, com esta abertura "estamos seguros do sucesso deste projecto pois, ao praticarmos um preço único, extremamente competitivo, colocamos ao alcance de todos um serviço de excelência em Fotodepilação", acrescentou ainda. ■

## ■ Parceria exclusiva para Hemera Energy Solutions e lançamento de website Ecochama



**POLISPARTNER**  
energy solutions

A Polispartner, rede nacional de franchising que actua na área da certificação energética, acústica e diagnóstico imobiliário anuncia a parceria com a empresa HEMERA para o fornecimento de soluções fotovoltaicas para os seus clientes com condições preferenciais.

Desta forma a Polispartner passa a poder oferecer soluções chave na mão e implementação das medidas de melhoria que constam nos certificados energéticos.

No sentido contrário, a Polispartner passou a ser responsável pelo serviço de certificação energética dos clientes Hemera em Portugal.

As parcerias estratégicas são a grande aposta da marca para o desenvolvimento da rede de contactos comerciais e têm provado ser uma mais valia na actividade comercial das suas agências.

A Polispartner é a referência no sector da certificação energética, acústica e diagnóstico imobiliário, tendo previstas novas aberturas de agências ainda para o primeiro semestre de 2011.

Serviços Polispartner:

- Certificação Energética
- Certificação Acústica
- Diagnóstico Imobiliário
- Auditorias Energéticas
- Distribuição exclusiva da marca Ecochama.
- Energias Renováveis e de AVAC
- Academia Polispartner ■



## ■ AJUDA DE MÃE E GRUPO BODYCONCEPT APRESENTAM INICIATIVAS SOLIDÁRIAS



Anna Westerlund, Valter carvalho, Ana Lúcia Chita e Raquel Loureiro foram algumas das figuras públicas que se associaram a estas causas

O grupo BodyConcept junta-se à Ajuda de Mãe e aos seus parceiros para colaborar na concretização da requalificação da Escola do Arco com o lançamento de Blue & Red Berries, um perfume frutado para senhora com um design ultra feminino, cujas vendas revertem a favor deste projecto. Poderá ser adquirido nas clínicas BodyConcept e DepilConcept, nas Lojas Pingo Doce, Lojas Dimoda e no Centro Mamãs e Companhia.

Solidário com a causa e ambicionando um maior envolvimento com a mesma, o grupo BodyConcept, para além de comercializar esta doce fragrância, vai ainda criar uma campanha com o mesmo fim: por cada novo cliente que efectuar um tratamento numa das clínicas Bodyconcept ou Depilconcept, 1€ será destinado a favor da construção desta escola.

O projecto Escola do Arco, amadrinhado pela ceramista Anna Westerlund, permitirá o desenvolvimento de um espaço com capacidade para 66 crianças, num horário alargado, sem interrupções lectivas, dispondo ainda de uma creche familiar e de um espaço de formação para famílias. Possibilitando, assim, aumentar a empregabilidade das mães e criar novos postos de trabalho, estando localizada na Rua Conde de S. Januário – Paço de Arcos.

Desde 1991 que a Ajuda de Mãe dá apoio a grávidas e mães em situação de vulnerabilidade, tendo em vista a sua integração na sociedade e a quebra do ciclo de pobreza e de exclusão em que se encontram. Estas mães, devido ao seu horário laboral, encontram dificuldades em ter os seus filhos em segurança, acabando por recorrer a “amas” não certificadas ou por ser impedidas de manterem as suas ocupações profissionais, agravando ou colocando as crianças em situações de potencial risco.

De 1 de Maio a 30 de Setembro, dirija-se a uma das mais de 50 clínicas BodyConcept ou DepilConcept do país e trate do seu corpo, enquanto contribui com o seu coração. ■



## ■ 39% DAS SÓCIAS VIVAFIT ADEREM AO PROGRAMA “QUANTO MAIS TREINA MAIS POUPA”



39 por cento das sócias dos centros VivaFit, em apenas dois meses, estão a participar no programa “Quanto Mais Treina Mais Poupa” que permite às utilizadoras obterem descontos até 40 por cento nas mensalidades.

Válido até ao final do ano, o novo programa oferece descontos na mensalidade desde que se realize no mês anterior um mínimo de 12 treinos.

Mesmo em tempos de austeridade, a forma física não deve ser descurada. Assim, qualquer sócia ou futura sócia, desde que realize 12 treinos mínimos por mês pode desfrutar de um desconto crescente na mensalidade a rebater no mês seguinte e que pode chegar em Outubro e Novembro a 40% da mensalidade. E embora com menos percentagens de desconto, qualquer sócia pode ainda aderir e no limite fazê-lo até ao mês de Novembro.

Trata-se de um programa inovador no mercado do fitness quer em Portugal quer no mundo.

A VivaFit, dentro do seu compromisso de proporcionar às mulheres portuguesas uma vida saudável e de qualidade, pretende adaptar os valores de usufruto da sua rede de ginásios á realidade da economia nacional e ao custo de

vida que o País vive actualmente, e aquilo que todos os portugueses procuram e as mulheres não são excepção: poupar.

Com 112 ginásios em Portugal, a VivaFit é uma marca nacional, pioneira na introdução em Portugal, há oito anos, do conceito de ginásio só para mulheres, liderando o mercado de fitness em Portugal em número de unidades e o segmento de ginásios exclusivos para mulheres – o mais significativo – com uma quota de mais de 80 por cento do mercado. ■

**PROGRAMA**  
**Quanto Mais Treina Mais Poupa**

Treinar ou poupar?  
No VivaFit faço os dois.

*A cada mês perco mais quilos onde quero e ganho mais onde preciso. Nas minhas poupanças.*

Só tem que treinar 12 vezes/mês e tem um desconto crescente na mensalidade\*.

Quanto mais cedo aderir mais poupa!

Clique aqui para conhecer mais detalhes deste programa.

**€39,90/mês\*\***

\* Oferta não acumulável com outras promoções, ofertas ou programas em curso. Válido nos ginásios VivaFit aderentes de 14 Fev. a 30 Dez. de 2011. \*\* Mensalidade fixa com instrutora.

PUBLICIDADE

14.ª edição  
**EPO**  
**FRANCHISE**  
FEIRA DE OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO

**13-15 MAIO 2011**  
**CENTRO DE CONGRESSOS DE LISBOA | Junqueira**

## ■ Prémios de Franchising 2011 já tem finalistas



Os Prémios de Franchising 2011 já têm os finalistas apurados. Os vencedores serão revelados na cerimónia de entrega agendada para dia 13 de Maio, em Lisboa.

O Júri do Prémio de Franchising para a categoria Star-up, novidade nesta edição escolheu a Melom, Sunenergy e Stetikxpress, esta última, também uma das finalistas da categoria Inovação em conjunto com Ideal Canalizador e Imo 24.

A Não+Pêlo, Realstone e a Re/Max são os grandes finalistas na categoria de Responsabilidade Social.

Na categoria Melhor Estratégia na Internet foram seleccionadas a Century 21, Loja do Condomínio e a Re/Max.

No Top 10 do Franchising surgem as marcas Accive Insurance, Best Travel, Body Concept, Century 21, Charib, Depilconcept, Exchange, Loja do Condomínio, Maxfinance, McDonald's, NBB, Ourinvest e Re/Max.

Este ranking (Top 10) distingue as marcas pelo apoio prestado à rede com base nos resultados obtidos num Inquérito de Satisfação do Franchisado, realizado pela consultora Q21. As posições que as marcas ocupam no Top 10 só serão conhecidas na Gala dos Prémios de Franchising, resultando da pontuação obtida neste Inquérito, que representa 50% da classificação final, e ainda da avaliação de um Júri, que representa os restantes 50% da classificação.

O júri das várias categorias analisadas foi constituído por um painel de especialistas pertencentes a empresas/ organizações de referência nas áreas em causa, bem como personalidades ligadas ao mundo do franchising.

Os Prémios de Franchising são uma iniciativa da revista Negócios & Franchising, publicada pelo IIF – Grupo IFE, e visa premiar anualmente as 10 melhores redes de franchising no apoio à rede de franchisados, a criação de novos negócios, bem como os conceitos que se distinguem pela inovação no mercado português de franchising e as empresas com projectos de responsabilidade social. Os Prémios de Franchising premeiam também a estratégia de internet desenvolvida por insígnias que operam em rede.

A presente edição conta com o patrocínio do Banco Espírito Santo, Claranet, ExpoFranchise e o apoio da EIC- Empresa Internacional de Certificação. ■

PUBLICIDADE





## ■ IDEAL Canalizador é 1 dos 3 finalistas do Prémio Inovação Franchising 2011



A IDEAL Canalizador passou à fase final dos Prémios de Franchising 2011, na categoria da INOVAÇÃO, concurso promovido pelo IFE – International Faculty for Executives/IIF - Instituto de Informação em Franchising.

Cândido Mesquita, Director do Grupo NBRAND e detentor da marca, afirmou a sua satisfação, por ver assim reconhecido o valor de um projecto de franchising inovador em Portugal e por muitos desconhecido, mas que apresenta dos desempenhos financeiros mais elevados e atractivos, mesmo em períodos de crise.

Nos próximos 2 anos, a IDEAL prevê 42 aberturas de unidades franchisadas para Portugal.

A IDEAL Canalizador é o primeiro conceito Nacional do tipo, e disponibiliza serviços de remodelações de casas de banho com timings exactos, com tempo médio de 48 horas. Oferece ainda serviços de instalação de sistemas de rega automática e manutenção, assim como todo o serviço de reparação e instalação de canalização.

Todos os serviços têm garantia e todas as visitas são acompanhadas de um relatório de vistoria preventiva e poupança de água, apresentando ainda no caso das remodelações de casa de banho, um conceito de arquitectura e design, de acordo com preferências e necessidades do cliente em todas as obras, totalmente gratuito.

A equipa técnica, apresenta-se devidamente fardada e com uma apresentação diferenciada, característica do elevado nível de profissionalismo.

Apresenta ainda um sistema informático totalmente integrado, destacando-se os PDAs dos técnicos e um call center central 24h/365 dias ano.

Tudo isto torna a IDEAL Canalizador uma marca realmente INOVADORA e 100% Nacional. ■



## ■ OuroDamas chega à 20ª Agência



A OuroDamas inaugurou a sua 20ª agência no presente dia 4 de Abril, o centro da cidade de Loures foi a zona escolhida para tão importante inauguração.

Duas semanas antes foi a agência da Cruz de Pau a abrir portas ao público.

A rede de franchising continua com próximas aberturas na calha, sendo Cascais a próxima vila a receber uma agência da marca. ■

**FAÇA O PRÉ-REGISTO EM**  
[www.infofranchising.pt](http://www.infofranchising.pt)

**POUPE 4€**

16.ª EDIÇÃO

# E<sup>•</sup>PO FRANCHISE

FEIRA DE OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO

**13-15 MAIO 2011**

**CENTRO DE CONGRESSOS  
DE LISBOA**  
Junqueira

CONSTRUA O SEU  
**NEGÓCIO**

**SEX: 15H00 - 20H00 | SÁB: 14H00 - 20H00 | DOM: 14H00 - 20H00**

Patrocínio:



Rádio Oficial:



Publicação Oficial:



Site Oficial:



Organização:





## ■ VALORES EM CRESCIMENTO



A VALORES – maior rede de franchising de compra, venda e avaliação de valores nacional e a que mais creceu em 2010, de acordo com o 16º Censo “O Franchising em Portugal”, elaborado pelo Instituto de Informação em Franchising (IIF) - soma e segue e continua a abrir novas agências,

sendo atualmente já mais de 175 – numa altura em que o ouro continua a valorizar e a bater máximos históricos. Até ao final do ano a Valores espera atingir as 225 unidades em território nacional - e alcançar os 75 milhões de euros de facturação global da rede.

De acordo com o estudo - 16º Censo “O Franchising em Portugal” do IIF, no ranking das maiores redes de franchising, em número de unidades, a rede Valores mantém-se como a rede que mais cresceu, inaugurando 86 novas unidades em 2010. Para J. Chester, diretor-geral da rede são várias as razões que levaram a este crescimento, nomeadamente “o fato da Valores ser o pioneiro no lançamento do franchising deste serviço; a grande motivação conseguida com a nossa rede de franchisados, sendo que alguns têm mais do que uma unidade de negócio e, obviamente a subida constante do preço do ouro”, reitera. ■

## ■ PONTO SWEET – BOUQUETS DE DOCES abriu mais uma loja no mês de Abril



A Ponto sweet chegou a Portugal a meados de 2010 trazendo consigo bouquets de coisas doces e coloridas.

Esta original ideia já desenvolvido em outros países com bastante sucesso vem agora, adaptado aos nossos hábitos e tendências, revolucionar o mercado de doces e ofertas em Portugal.

Pretende-se com este conceito apresentar ao potencial investidor um modelo de negócio com produtos diferenciados graciosos e originais. Doces que formam harmoniosos e alegres bouquets.

Estes atraentes Bouquets que são também uma opção às flores, podem ser adquiridos para qualquer ocasião (aniversários, nascimentos, agradecimentos, dia dos

namorados, páscoa, Natal, enfim qualquer data festiva, ou apenas porque sim...e agradam a toda a gente, mãe, pai avós, namorados ou amigos e mesmos entidades empresariais.

Os artigos podem ser adquiridos nas lojas convencionais ou na Loja On-Line de apoio à rede.

A primeira unidade franchisada, abriu no Porto em Dezembro a segunda durante o mês Abril no Carvalhido – Rua S. Dinis - a próxima vai abrir durante o mês de Maio.

O slogan da PONTO SWEET é “ Faça Alguém Feliz “ porque com estes bouquets surpreende-se sempre alguém. ■



## ■ illiCO Obras atinge 30 unidades antes do prazo previsto



Apesar de todas adversidades relativas à conjuntura ou talvez por causa dessa mesma conjuntura, a illiCO Obras acelera cada vez mais a sua expansão. Muito antes do prazo previsto, a illiCO Obras atinge em Abril os 30 mediadores de obras em todo o país. As mais recentes entradas são as de Nathalie Pereira (Viana do Castelo), Fernanda Vilas Boas (Alvalade, Lisboa), Henrique Marques (Cascais), Jorge Graça (Abóboda) e André Martins (Sto. Condestável, Lisboa).

Segundo Camilo Costa, Director-Geral da illiCO Portugal, "a razão do nosso crescimento tem a ver com o facto de já termos exemplos de bons resultados dentro da rede. Nós

criámos esta nova profissão e, como em qualquer novidade, havia no início uma certa desconfiança sobre a viabilidade deste negócio. Mas com os bons exemplos que se multiplicam dentro da rede, já não restam dúvidas de que esta é uma profissão apaixonante e lucrativa para os bons profissionais".

O actual cenário de crise é também uma das razões para o sucesso da illiCO Obras: "Na verdade este negócio é uma resposta à crise que enfrentamos. São muitos os profissionais que aproveitam a crise de emprego para criar o seu próprio negócio como mediadores de obras. Por seu lado, esses mediadores oferecem uma solução às empresas de construção que, cada vez mais, têm de se associar a uma marca forte para vingar neste mercado concorrencial. Do lado dos clientes, já não são tempos para se aventurarem em obras sem nenhuma segurança. As empresas de construção estão muito fragilizadas e escolher um empreiteiro ao "calhas" pode ser uma aventura muito arriscada. A illiCO Obras selecciona previamente as empresas com critérios rigorosos e demonstramos isso ao cliente", conclui Camilo Costa. ■

## ■ Best Travel abre nova agência em Portimão



A BEST TRAVEL abre portas a mais uma agência em Portimão, no mais recente centro comercial do Algarve - Aqua Portimão.

A nova agência Best Travel Portimão está localizada numa zona central e de grande destaque dentro do próprio centro

e coloca ao dispor uma oferta variada, que vai ao encontro das necessidades dos seus clientes.

A nova agência é uma filial da Best Travel Lagos, implementada no mercado em 2007, sendo liderada pela mesma equipa que conta com uma vasta experiência no sector das Agências de Viagens e Turismo. ■



## ■ CHARLOTTE INAUGURA EM ÁVILA



El 23 de marzo de 2011 ha abierto en Ávila un nuevo local CHARLOTTE.

Se trata de un espacio de 200 metros cuadrados con zona para veladores, situado en el centro de la ciudad, en una zona de bares de tapas y de bares de ocio nocturno. La ubicación privilegiada del local, en la Avenida de Portugal 15, lo hace ideal para una franquicia CHARLOTTE.

La zona tiene mucho tránsito de público por la mañana y por la tarde, al estar cerca del de numerosas oficinas, así como tiendas y bancos. Por la noche se trata de una zona muy

animada, al estar cerca de numerosos bares de copas.

La carta hace hincapié en el tema de la comida, con una amplia carta de pinchos y tapas, muy comunes en la ciudad de Ávila y en el tema de los cocktails, el local dispondrá de una zona especial de coctelería por las noches. ■



## ■ FIDUCIAL lança serviço para novas empresas



O objectivo é ajudar as empresas a enfrentarem com maior estabilidade a fase inicial da sua actividade.

Denominado de Fiducial Start-Up, este serviço que a Fiducial, rede internacional de Consultoria, Contabilidade e Apoio à Gestão, lança agora no mercado destina-se exclusivamente a empresas que estão no início da sua actividade e contempla todas as necessidades que os empresários têm numa fase crucial da actividade: o arranque.

Com este serviço, as novas empresas têm à sua disposição um serviço completo que inclui Orçamento Anual, Contabilidade, Impostos e Salários, Relatórios Financeiros e Software de Facturação Primavera SaaS, por apenas 150€ por mês, para além de todo o aconselhamento na fase de constituição e planeamento de gestão.

Esta é uma das grandes apostas da marca para 2011 que, em parceria com a empresa líder de mercado em Software de

Gestão, a Primavera BSS, pretende ajudar as empresas no seu início de vida no sentido de ultrapassar este período de maior risco. Segundo Ilídio Faria, Director da Fiducial, «este serviço tem como principal finalidade prevenir e reduzir a elevada “mortalidade empresarial” durante os primeiros anos de vida».

Já para Felicidade Ferreira, Directora de Operações da Primavera, o objectivo é a «promoção do empreendedorismo em Portugal, podendo assim oferecer um conjunto de ferramentas e soluções de gestão a todas as empresas que estão em fase de arranque». Para além disso, a Primavera acredita que «os serviços contemplados neste pacote permitirão fazer frente aos inúmeros e novos desafios que as empresas enfrentam na sua fase inicial, libertando-as para que se possam concentrar na gestão e no crescimento dos seus negócios».

De acordo com os dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), cerca de 30% das empresas recém-constituídas, com um ou mais trabalhadores, morrem durante o primeiro ano de actividade, sendo que esse número aumenta para 50% no decorrer do segundo ano de actividade. Se o início da actividade cada empresa for devidamente acompanhada por profissionais experientes na área da gestão, as probabilidades de sobrevivência aumentam exponencialmente. ■



## ■ Franchising gerou 3.600 postos de trabalho em 2010



Instituto de Informação em Franchising (IIF), a única entidade que analisa a evolução do franchising em Portugal, acaba de lançar os dados da 16ª edição do Censo do Franchising. De acordo com o estudo, no qual foram abrangidos os dados referentes a 2010, das marcas que operam sob este sistema em Portugal, verifica-se que os principais indicadores económicos cresceram face ao ano anterior. O volume de negócios gerado pelas empresas de franchising a operar em Portugal foi de 5.472 milhões de euros, que corresponde a 3,1% do PIB nacional e gerou mais 3.600 postos de trabalho, face ao ano anterior. O franchising emprega actualmente 73.143 pessoas, o que representa 1,5% do emprego em Portugal.

O dinamismo do sector reflecte-se na entrada de 73 novas marcas em sistema de franchising no mercado nacional em 2010. Ficou também patente uma retoma em termos de expansão de rede de algumas marcas, face ao ano de 2009. No total, operam 570 marcas em franchising no nosso país, mais 8% que no ano anterior. O mercado é actualmente constituído por 12.014 unidades em operação.

A taxa de marcas que descontinuaram as suas operações de franchising foi ainda em 2010 significativamente inferior à registada em 2009. Em 2010, o mercado nacional assistiu ao encerramento de 44 negócios em modelo de franchising, face aos 76 registados na edição anterior do Censo do Franchising.

De acordo com Andreia Jotta, directora do IIF: "A diminuição deste indicador deve-se essencialmente a uma triagem no mercado que foi efectuada logo no ano de 2009, em resultado do forte impacto da situação económico-

financeira que se fez sentir na economia portuguesa desde o final de 2008, e que contribuiu para eliminar os projectos menos sólidos e que não conseguiram fazer face à falta de liquidez".

### ***Serviços lideram***

Os serviços continuam não só a agregar o maior número de marcas - 53,7% do total das empresas a operar em Portugal inserem-se nesta categoria - como também são o sector dominante das novas marcas em 2010, dado que 61% das novas entradas são de empresas de serviços. Dentro deste segmento dos serviços, os subsectores que lideram são o comércio especializado (no qual se encontram por exemplo os conceitos de compra e venda de ouro que conheceram um grande crescimento no ano passado), as clínicas de estética e saúde e a formação e ensino.

### ***Marcas nacionais crescem e reforçam aposta na internacionalização***

Representando actualmente 59% das marcas em regime de franchising, os conceitos nacionais tiveram um crescimento de 12% relativamente ao ano anterior, caminhando para as tendências que se verificam já noutros mercados, como por exemplo o espanhol, no qual 81% das marcas em sistema de franchising já são de origem nacional.

Quando se analisa o país de origem das novas empresas de franchising, que iniciaram operações em 2010, verifica-se que 75% são de origem nacional. Estética, mediação de obras e energias são os subsectores responsáveis pelo maior número de aberturas.

Continuamos a assistir a uma consolidação da trajectória internacional das marcas portuguesas com mais de um quinto das marcas nacionais a operar em mercados estrangeiros, num total de 758 unidades em funcionamento, o que traduz uma taxa de crescimento de 12% face a 2009.

(Cont.)

Das marcas que ainda não apostaram na internacionalização, 79% revelaram que possuem planos para expandir além-fronteiras a curto ou médio prazo (mais 31% que em 2009), o que demonstra que a expansão internacional está definitivamente na agenda dos empresários portugueses. Os mercados de destino das empresas de franchising são também mais diversos.

Espanha continua a ser o mercado mais natural e próximo, contudo, as marcas portuguesas já têm uma forte presença no Médio Oriente (Arábia Saudita, Dubai, Emirados Árabes Unidos) sendo a China, Índia, Rússia e alguns países da América Latina os destinos que apresentam maior interesse para os planos de expansão das marcas. O Brasil, graças ao crescimento económico que tem registado, a dimensão de um mercado com mais de 190 milhões de habitantes e a facilidade da língua oficial portuguesa, volta a revelar-se um mercado muito atractivo, enquanto Angola, apesar de ser um mercado estratégico e promissor para as empresas nacionais, é encarado como uma aposta a longo prazo, devido às dificuldades burocráticas, logísticas e de distribuição, bem como aos elevados custos de operação e redes de infra-estruturas deficitárias.

## ***Crescimento sustentado em 10 anos***

De forma geral, os dados do Censo do Franchising 2010 vêm reforçar a relevância deste modelo empresarial no nosso país, numa tendência de crescimento sustentado ao longo de dez anos de evolução e estimulação do empreendedorismo. De acordo com Andreia Jotta: “A análise, na última década, da evolução do franchising no nosso país demonstra que os principais indicadores da actividade no seu conjunto têm registado um crescimento contínuo e ininterrupto, numa clara demonstração de que o franchising é um sistema com capacidade de inovação e renovação, e torna-se o único modelo de negócio a registar crescimento mesmo em fases de maior contracção económica.”

O sistema de franchising é uma oportunidade mais sólida de investimento do que os negócios tradicionais, dado que os empreendedores podem contar com as estruturas de apoio

das grandes empresas – formação, metodologias de operação, marketing, comunicação, serviços jurídicos, recursos humanos e instrumentos de gestão – que lhes são disponibilizadas pelo Master Franchise, e que constituem factores críticos de sucesso para quem pretende iniciar um novo negócio.

Em fases de contra ciclo económico, o franchising revela-se uma excelente opção para quem procura investir e garantir o seu próprio emprego, e torna-se ainda um factor gerador de empregabilidade local. O empreendedorismo é uma característica natural dos portugueses, que podem encontrar neste modelo empresarial oportunidades de criar negócios inovadores, para operar a nível nacional e internacional, funcionando como um pólo gerador de actividade económica. ■



Andreia Jotta

## ■ Convenção HOUSE SHINE reúne todos os franchisados



No passado dia 12 de Março, decorreu a Convenção anual House Shine & Office Shine 2011, na cidade de Leiria para apresentação da evolução da Rede e debate de temas relevantes para o desenvolvimento das Franquias.

Este esperado momento da marca contou com toda a rede House Shine Nacional e alguns convidados especiais nacionais e internacionais, que se juntaram num acolhedor Hotel em Leiria.

A Convenção resultou num momento de grande entusiasmo e partilha, na qual foram apresentados os

resultados de cada franquia e entregues os prémios de reconhecimento como o top 5 de vendas, top de taxa de ocupação e top Start Up (franquia com maior crescimento no primeiro ano de actividade). Os resultados revelaram-se muito positivos e foram estes mesmos resultados que contribuíram, para que a House Shine se tornasse a maior rede de limpezas domésticas do país.

Durante a Convenção decorreu ainda a apresentação de novos parceiros da House Shine, de âmbito nacional e internacional, factor que irá continuar a contribuir para o sucesso e desenvolvimento rede.

Todos estes momentos, desde a apresentação de resultados, atribuição de prémios, definição da abordagem estratégica a seguir, exposição de novos parceiros e seus produtos, bem como a troca de experiências, convívio e lazer entre franchisados, são extremamente fundamentais para a evolução da Rede, como também contribuíram para proporcionar aos nossos convidados um dia muito produtivo e agradável. ■



PUBLICIDADE

16.ª EDIÇÃO

**EPO**

**FRANCHISE**  
FEIRA DE OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO

**13-15 MAIO 2011**

CENTRO DE CONGRESSOS DE LISBOA | Junqueira

[www.infofranchising.pt](http://www.infofranchising.pt)



## ■ DA VINCI A NORTE

**Ginásios da Educação®**



**Da Vinci**  
Multisserviços de Educação

Até ao final deste ano letivo, em Junho, os Ginásios da Educação Da Vinci, conceito líder no apoio extra-curricular 100% made in Portugal, prevêem ter 10 unidades a norte e 60 unidades em Portugal, altura em que esperam atingir uma faturação, em termos de rede, próxima dos 2,8 milhões de euros. De referir, em jeito de balanço, que a marca abriu 18 novos ginásios e faturou 2,5 milhões de euros, em 2010.

De acordo com Sandra Romão, diretora geral da Marca portuguesa em regime de franchising – no mercado há 16 anos e em regime de franchising há apenas três anos –, os objetivos passam, por um lado, por “maximizar a cobertura da região norte, onde tivemos três aberturas em dois meses (Braga, no Porto e em Gaia) e onde vamos inaugurar em Guimarães, e, por outro lado, por consolidar a presença no resto do país – onde contamos com 32 ginásios abertos”. De referir que os Ginásios de Educação da Vinci abriram também, recentemente, em Mafra, Lisboa (Expo-Norte) e (Expo- Sul), Vila Franca de Xira e, muito brevemente, “preparam-se para chegar a Almada e a Tomar. A internacionalização para o Brasil e Angola faz parte dos projetos da marca, havendo já contatos em curso”, adianta.

Contribuir para o aumento do nível de literacia e para o desenvolvimento integral do indivíduo, através da aprendizagem ao longo da vida – assente no reforço das

competências pessoais e curriculares é a missão dos Ginásios da Educação Da Vinci que assumem um conceito educacional inovador, de última geração, acompanhado as necessidades do aluno do séc. XXI. Spa pedagógico, coaching educativo e ferramentas de e-learning e live-learning são algumas das apostas diferenciadoras da marca.

### 32 GINÁSIOS DA EDUCAÇÃO DA VINCI ABERTOS

Albufeira | Alcochete | Alfovelos (Amadora) | Amora | Armação de Pêra | Braga | Beja | Benavente | Caldas da Rainha | Cascais | Coimbra | Faro | Guimarães | Leiria | Lisboa – Av. Brasil | Lisboa - Expo Norte | Lisboa - Expo Sul | Mafra | Massamá | Montijo | Odivelas | Oeiras | Olhão | Palmela | Porto-Cedofeita | Quarteira | Sacavém | Setúbal | Távira | Vila Nova de Gaia | Vila Nova de Famalicão | Vila Franca de Xira

### 4 GINÁSIOS DA EDUCAÇÃO DA VINCI ABRIR

Almada | Guimarães | Tomar | Torres Novas

### GINÁSIOS DA EDUCAÇÃO DA VINCI EM NÚMEROS

\*16 anos de existência no mercado

\*3 anos de existência do franchising

42 contratos de franquia

32 ginásios abertos (4 no norte, 21 no centro, 7 no sul)

93% a 100% de taxas de sucesso em matéria de resultados escolares ■



## ■ DEPILCONCEPT ESCOLHE ANA LÚCIA CHITA E VALTER CARVALHO PARA EMBAIXADORES 2011



A DepilConcept, rede de clínicas de depilação permanente inserida no grupo BodyConcept, apresenta os novos embaixadores para o ano de 2011. A escolha recaiu sobre a modelo e atriz Ana Lúcia Chita e no modelo Valter Carvalho, uma vez que ambos representam um público que se identifica com os valores da marca: cosmopolita, moderno e com preocupações actuais, num quotidiano atarefado, em que procuram soluções eficazes, de qualidade e a longo prazo.

Ana Lúcia Chita confessa estar a tornar-se frequentadora assídua das clínicas DepilConcept “A depilação é sempre uma limitação e preocupação na vida de uma mulher. Basta não termos tempo para marcar uma sessão de depilação a cera, que começam logo a nascer aqueles pêlos inestéticos, um constrangimento para quem tem de expor o seu corpo com frequência. Desde que comecei a fazer os tratamentos DepilConcept, essas preocupações deixaram de existir”.

A marca que veio responder à elevada procura de serviços de depilação permanente dos últimos anos, apresentando a melhor relação preço – qualidade – serviço do mercado, com preços imbatíveis, 20€ por zona e sessão, encontrou em Valter Carvalho o modelo ideal para falar de depilação masculina.

“Quero ajudar a consciencializar todos os homens que a depilação masculina é perfeitamente natural e com a DepilConcept extremamente prática”, revela Valter Carvalho.

Mesmo com pele morena e ao contrário do que é popularmente considerado, o modelo tem visto resultados eficazes, uma vez que, a tecnologia DepilConcept tem a capacidade de se adaptar tanto a diferentes tons de pele como a diferentes tipos de pêlos.

Ao nível da Fotodepilação, a DepilConcept utiliza equipamentos desenvolvidos por fabricantes que adoptam a mais avançada tecnologia de fototerapia – SPTF (Fototerapia Flash) que, além de serem os mais eficazes do mercado, oferecem simultaneamente uma grande margem de segurança. ■



## ■ Certificados LowCost, um novo conceito nacional em certificação energética e acústica



É dado a conhecer o novo projecto nacional que permitirá a revolução de preços no serviço de certificação energética e acústica: CERTIFICADOS LOWCOST.

Este é um projecto liderado por Bruno Oliveira e que permite o desenvolvimento de um novo conceito de total flexibilidade e redução de custos operacionais, que permite a realização de certificados energéticos e acústicos a preços verdadeiramente lowcost.

A marca aposta neste conceitoo e para já estão estabelecidas as metas de abertura de agências em Lisboa, Porto, Coimbra, Faro e outras capitais de distrito.

A CLC procura novos franchisados com forte vocação comercial e com interesse em explorar um mercado novo e obrigatório no que diz respeito à Certificação energética de imóveis.

Os preços praticados pela CLC são preços com reduções superiores a 40% aos verificados no mercado e permitem ao franchisado um rápido retorno do seu investimento.

O conceito apresentado não necessita de loja, podendo ser um negócio gerido a partir de casa. Está estimado um retorno de investimento num prazo que pode variar os 8 a 18 meses, dependendo naturalmente da capacidade comercial do Agente.

Para apoiar o franchisado, a CLC desenvolveu um elaborado sistema informático que permite a gestão online de todos os processos de certificação, bem como aos seus parceiros.

Direitos de entrada: 7.500€+IVA

Exclusividade territorial: Por distrito ■

## ■ IMO24 COMPROVA ESTRATÉGIAS E CONSOLIDA POSIÇÃO NA REABILITAÇÃO URBANA



Volvidos 8 anos desde a apresentação da Imo24 ao mercado e 2 anos após entrada no capital da empresa pelo Grupo Onebiz com consequente expansão do conceito em sistema de franchising, a Imo24 conquista cada vez mais parceiros e clientes. Como resultados, destaca-se um crescimento no último trimestre de 2010 de 24% no volume de facturação da rede e um crescimento de 66 % de volume de negócios em "pipeline", prevendo-se em alta um crescimento da rede para 2011.

Actualmente com serviços relacionados com a reabilitação urbana, mediação de obras, gestão técnica de arrendamentos e assessoria exclusiva ao comprador, a Imo24 consolida posição ao disponibilizar ao mercado uma oferta de serviços integrada e ajustada às necessidades de cada um dos seus clientes.

Fruto de uma estratégia assente na inovação, qualidade e versatilidade dos serviços prestados, a Imo24 consegue, hoje, ter um papel activo em todas as áreas do mercado da construção e imobiliário, relevando-se a estratégia escolhida uma escolha acertada provando que é possível, criar valor e desenvolver novas tendências num mercado supostamente maduro e saturado.

A Imo24 faz parte do Grupo Onebiz, que actua em 5 áreas de negócios é líder em franchising em Portugal, com uma forte referência internacional. ■



## ■ Jumping Clay procura Master



A JUMPING CLAY procura um Master Franchisado em Portugal. A marca tem por missão afirmar-se como o mais reconhecido franchising de educação pela arte e trabalhos manuais, com programas criativos e terapêuticos para todas as idades. O conceito JUMPING CLAY faz um extenso uso de plasticinas, que são fabricadas pela própria marca e consideradas as melhores do mundo, por serem mais seguras, leves e moldáveis, entre outras características. Na verdade, a plasticina da marca é um polímero patenteado, considerado por vários testes internacionais como inofensivo para a saúde. Ao contrário das outras plasticinas, não mancha, liberta um relaxante aroma e seca ao ar, sem necessidade de ser cozida. Para além disso, é extremamente leve e moldável: tanto salta no seu estado inicial como após o processo de endurecimento.

O projecto de franchising foi iniciado em 2004, na Coreia do Sul, tendo-se rapidamente expandido primeiro pela Ásia, em países como a China, Singapura, Tailândia, Indonésia e Japão, e agora pela Europa, onde já marca presença na Alemanha, Inglaterra, Irlanda, Rússia e na vizinha Espanha. Em poucos anos, a JUMPING CLAY abriu

centenas de unidades franchisadas, tornando-se um dos mais prometedores negócios de educação e lazer, para além da componente terapêutica e médica. Acima de tudo, a JUMPING CLAY é uma nova forma de ensinar, com amplos benefícios pedagógicos.

Segundo Javier Estellés, Master da JUMPING CLAY em Espanha, trata-se de “um projecto para todas as idades, que estimula a criatividade; ajuda as crianças a desenvolver a imaginação e a inteligência; os adultos a incrementar a concentração e a auto-estima; e às pessoas de terceira idade, ajuda-as a reduzir a melancolia, depressão e ansiedade”.

Quanto às perspectivas do negócio, Estellés adianta que “Jumping Clay é um novo produto com grande projecção de futuro, e adequado aos tempos de crise que atravessamos, uma vez que servirá para combater o desemprego através da criação do próprio negócio pelos franchisados”.

A marca pretende negociar os direitos de Master Franchising com um investidor português, que deverá abrir a primeira unidade em Portugal e ser depois responsável pela expansão da marca no nosso país. Para mais informações, os interessados devem contactar a Trema, empresa portuguesa de consultoria de franchising contratada pela JUMPING CLAY para negociar os direitos da marca no nosso país. Para tal, podem utilizar o e-mail [info@trema.pt](mailto:info@trema.pt) ou o telefone 227 345 096. ■

## ■ Já abriu Almeida Viagens em Vila Verde



O Grupo Almeida Viagens abriu uma nova agência, neste caso em Vila Verde, atingindo as 10 agências no Minho e as 71 em território nacional.

A agência de Vila Verde está situada na Avenida António Sérgio, N.º 379. A gestão da agência está a cargo de Filomena Oliveira e Carlos Silva, que apostaram no Grupo Almeida Viagens para iniciar a sua atividade como agentes de viagens.

Atualmente o Grupo Almeida Viagens tem mais de 350 agências abertas nos 4 mercados em que atua, Portugal, Espanha, México e Brasil. ■

## Centros Evolução são caso de sucesso para o Elefante Azul



Líder na Península Ibérica no sector da lavagem automóvel, a Hypromat faz um balanço bastante positivo dos centros evolução implementados no nosso país pela marca Elefante Azul desde 2009.

Actualmente com 10 centros evolução em todo o território nacional, a Hypromat procurou uma maior proximidade ao cliente aliando um atendimento de qualidade com a excelência dos seus serviços.

Estes novos centros diferenciam-se dos restantes pela nova imagem, oferta de espaços de lavagem com lavagem alta pressão, limpeza interior, centro de atendimento ao cliente, novas posições de lavagem opcionais, incluindo um sistema de limpa-jantes integrado nas pistas e, em alguns casos, a lavagem automática. Esta última é a novidade nos

novos centros e pode apresentar-se também com um pórtico misto de lavagem automática, de fácil utilização, mais cómodo e independente, nunca esquecendo o compromisso ambiental da marca – permitindo um menor consumo e o tratamento equilibrado de toda a água utilizada. Tanto o pórtico de lavagem automática como as novas posições de lavagem, integradas no centro de base, podem ser instaladas nos centros já existentes.

Os casos de sucesso reflectem-se em óptimos resultados, sobretudo nos centros aderentes aos serviços Evolução, e são a imagem de “Um claro esforço por parte dos nossos franchisados que procuram assim oferecer um serviço de qualidade aos seus clientes de forma a demarcarem-se da concorrência crescente”, como refere Carlos Belmar, Director Geral do Elefante Azul para a Península Ibérica, adicionando ainda que o investimento dos seus colaboradores são “Uma clara aposta no crescimento e de luta face à crise económica que atravessa todos os sectores da sociedade portuguesa.”

A Hypromat quer assim modernizar toda a sua rede de centros de lavagem automóvel, procurando sempre o que de melhor se faz em termos de tecnologias do sector de forma a providenciar aos seus clientes e colaboradores um serviço de excelência e qualidade que caracterizam a marca. ■

## Solução XXL Renting para PMEs



A XXL Refill continua atenta às necessidades actuais do mercado e pretende ser uma referência ao nível da inovação e no desenvolvimento de soluções práticas que respondam, com eficácia, às necessidades dos seus clientes ajudando-os a enfrentar os tempos difíceis que vivemos. Com base nestes objectivos criou a solução XXL Renting, um serviço pensado e direccionado para as Pequenas e Médias Empresas que não pretendem ter custos elevados com a aquisição de equipamentos de impressão.

O XXL Renting é um serviço que consiste em disponibilizar a melhor solução de impressão para qualquer PME. A XXL Refill

faz um levantamento das necessidades de cada cliente, estuda-as de forma personalizada e apresenta a solução mais adequada que, por um custo mensal fixo, possibilita uma maior rentabilidade do negócio.

Ao optar por esta solução de impressão o cliente não necessita fazer qualquer investimento em equipamentos de impressão, na sua manutenção ou mesmo na compra de consumíveis uma vez que tudo está incluído nesta modalidade de Renting.

A XXL Refill coloca no cliente a impressora, os consumíveis garantindo também a sua manutenção ou a substituição de equipamento avariado.

Esta solução permite, a qualquer empresa, ter um custo fixo de impressão e a garantia de impressão non-stop sem surpresas com custos de assistência ou paragens prolongadas.

O franchising XXL Refill conta já com 23 lojas em Portugal pelo que todos os interessados nesta solução Renting podem obter informações pormenorizadas em qualquer uma das lojas XXL Refill ou através do email. ■

## Fitamétrica abre loja na Venda Nova



A Fitamétrica vai abrir uma nova loja na Venda Nova. O novo espaço, localizado na Rua Elias Garcia, irá abranger os mercados da Venda Nova e Damaia e representa uma consciente aposta na linha de Sintra, onde a imobiliária pretende ter 5 lojas em funcionamento até ao final deste ano.

De acordo com Paulo Fernandes, Director Geral da Fitamétrica, "Dada a quantidade e rotatividade do produto, proximidade à linha de Cascais e centro de Lisboa, acreditamos que a linha de Sintra tem todas as condições para ser uma alternativa credível e um enorme complemento aos mercados tradicionais".

Esta nova loja pretende reforçar a posição da Fitamétrica

ao nível nacional e criar proximidade entre a empresa e os seus potenciais clientes.

"A Fitamétrica mostrou ser forte no mercado e capaz de competir com os seus parceiros, visto possuir uma equipa bem estruturada, com know-how capaz de fazer a diferença, daí a nossa aposta", acrescenta Nuno Marques um dos três gestores da loja Fitamétrica Venda Nova.

A imobiliária portuguesa que conta já com 27 lojas em funcionamento, dá assim continuidade ao seu plano de expansão nacional que prevê a abertura de 50 lojas até ao final de 2011. ■



## A MELOM! NA RUA! NA LUTA! POR OBRAS!



A MELOM acaba de revelar a sua primeira campanha publicitária para apresentação do conceito de franchise de obras domésticas ao grande público e celebrar a relação da marca com os clientes de um mercado ainda por explorar.

Destacando um melão como logótipo, para uma rápida identificação da marca, a campanha MELOM encerra, simultaneamente, frescura e irreverência. Cada fatia do melão incorpora não só um valor da empresa, como uma das suas especialidades nas obras domésticas - reparação, reabilitação e manutenção de imóveis.

Resultado de um investimento de 212 800.00 € e com criatividade assinada por Luís Dias e Duarte Pinheiro de Melo (DRAFT/FCB), a campanha MELOM está presente em outdoors, de 7 a 20 Abril, e a partir da próxima segunda-feira, dia 11, com um spot nas rádios RFM e Comercial e, por

último no online, no site oficial da marca e na página oficial da marca do Facebook.

A ideia de criar a nova empresa partiu de dois sócios, Manuel Alvarez e João Carvalho, que importaram a ideia dos Estados Unidos, onde as empresas de obras domésticas já existem há dez anos. Juntos trabalham há um ano no lançamento da rede MELOM. ■





## ■ Optimus Negócios expande modelo de negócio em Franchising



*Entrevista a Filipe Arnaut Mendonça, Responsável de Desenvolvimento de Canais Optimus Negócios.*

**Quais as razões que estão na base da criação deste conceito na actual conjuntura do mercado? A própria conjuntura ajuda a explicar este lançamento?**

A opção da Optimus na aposta num modelo de franchising no segmento empresarial teve dois objectivos principais: incrementar a capilaridade de vendas da marca em regiões do País menos representadas comercialmente e aproveitar o capital de conhecimento de profissionais com perfil comercial, orientação para resultados e vontade de vencer. Temos a convicção que existem pessoas com ambição de terem o seu próprio negócio, com influência regional, uma boa carteira de conhecimentos e relações privilegiadas com o tecido empresarial local, que nos darão uma oportunidade de colocar uma proposta de valor agressiva e que contribua para o seu crescimento.

**Está já definida a estratégia para 2011 no que toca à expansão da marca? Quantas unidades pretendem abrir? E nos próximos anos?**

Este é um projecto pioneiro e estamos também em fase de aprendizagem deste modelo. Queremos ter no primeiro semestre um conjunto de parceiros que nos permita comprovar a eficácia do modelo e ter uma cobertura regional relevante nos distritos de Beja, Bragança, Castelo Branco, Coimbra, Évora, Faro, Guarda, Portalegre, Viana do Castelo, Vila Real e Viseu.

**Quais as condições de adesão a este franchising no que toca a direitos de entrada, etc?**

Para além de um processo de candidatura que compreende várias fases de selecção, os novos parceiros apenas terão um custo de entrada de 3.000€, que compreendem um

pacote de ferramentas de trabalho de hardware e software, um plano de formação inicial e contínuo e todos os materiais de marketing que garantirão a representação uniforme e coerente da marca junto dos clientes.

**Os futuros franchiseados poderão contar com algum tipo de apoio, por exemplo, a nível de centrais de compras do universo Optimus/Sonae?**

A relação da Optimus assenta numa forte proximidade com os seus parceiros de negócio, que contarão desde o arranque da operação com um plano de formação extremamente completo e integração no negócio. Foram desenhadas ferramentas de ligação entre o franchiseado e a Optimus que facilitarão todo o processo administrativo, comercial e financeiro que contribuem também para o enfoque comercial que se pretende para que o sucesso seja facilitado. Não colocamos de parte alargar alguns benefícios resultantes de sinergias do grupo no futuro, mas para já o cenário não se coloca pois as ferramentas para desenvolver a actividade estão todas garantidas.

**Os franchiseados terão que deter já o espaço para a abertura de uma unidade, ou poderão "criar" uma de raiz?**

Não é necessário espaço aberto ao público, o franchiseado desenvolve a sua actividade junto dos clientes, deslocando-se às suas instalações, tendo as ferramentas instaladas num conceito de "Home-Office".

**Está já definida a estratégia de expansão territorial? Estão definidos limites de coabitação geográfica?**

Respondido na questão sobre a Estratégia, sendo que existirão limites de coabitação geográfica, suficientes para que se mantenha, para além de uma natural organização comercial, também um bom equilíbrio custo/benefício na alocação de regiões. ■



Filipe Arnaut Mendonça



## RELIEF Portugal

Tel. 218 949 532  
91 976 4803  
lisboa@sem-nicotina.com  
www.sem-nicotina.com

"Relief", líder de mercado no âmbito de métodos anti-tabaco, mediante tratamento laser.

O tratamento soft - laser, é um método comprovado internacionalmente para facilitar a que os fumadores deixem o tabaco.

Regra geral, depois de uma sessão de 90 minutos, na maioria dos fumadores, o desejo da nicotina desaparece por completo. Unicamente cerca de 20% necessita de uma segunda sessão.

O tratamento soft laser é rápido e indolor, afectando determinadas áreas do corpo que influem com o comportamento da nicotina. Graças a essa estimulação na maioria dos casos o desejo de nicotina é suprimido por completo.

O resultado vale a pena!



## BODYCONCEPT

Tel. 213 149 141  
938 381 650  
FAX 213 149 141  
franchising@bodyconcept.pt  
www.bodyconcept.ws

A marca BodyConcept® é propriedade da empresa BodyConcept SA, criada em 2005 para expandir o inovador conceito BodyConcept através de Franchising.

Em apenas 5 anos, a BodyConcept tornou-se líder nacional no mercado da estética e cabeleireiro. Um sucesso nunca antes visto e que comprova a eficácia dos serviços e tratamentos BodyConcept®.

A marca BodyConcept é uma marca dinâmica, em crescimento e assente em três pilares fundamentais do conceito:

A maior oferta do mercado - a BodyConcept é a marca que mais serviços oferece aos seus clientes;

Preço Acessível - os preços dos serviços BodyConcept são acessíveis à maioria da população;

Elevada Qualidade - a BodyConcept tem elevados standards de qualidade quer na prestação do serviço quer no atendimento ao cliente

Descubra porque somos líderes em Portugal!!



## DEPILCONCEPT

Tel. 213 149 141  
938 381 650  
FAX 213 149 141  
franchising@depilconcept.pt  
www.depilconcept.com

2009 foi o ano que marcou o arranque da marca DepilConcept em franchising, com um sucesso ímpar junto do mercado nacional.

Sendo uma marca que surgiu em Novembro de 2007, a DepilConcept posicionou-se no mercado como a melhor forma de entrar no negócio da estética, num investimento de reduzido valor (29.700 €) e com o suporte e experiência do grupo BodyConcept.

Assim, em apenas 6 meses de posicionamento activo em franchising, a DepilConcept conta actualmente com cerca de 30 unidades em território nacional, todas com rentabilidade assegurada.

Os objectivos para 2011 são reforçar a notoriedade da marca, maximizar a rentabilidade dos centros e atingir as 50 unidades em funcionamento.



## PONTO SWEET

Tel. 220 991 802  
FAX 220 992 385  
info@pontosweet.pt  
www.pontosweet.com

Chegaram a Portugal as Lojas de BOUQUETS DE DOCES

Doces que formam harmoniosos e alegres bouquets.

O mercado compensa a inovação, compensa o que tem estilo fulgor e originalidade. A rede Ponto sweet orgulha-se de trazer para o mercado português um modelo de negócio de sucesso com produtos originais.

A nossa equipa desenvolveu as técnicas, concebeu os produtos e criou o modelo de negócio para o território nacional. Por isso estamos preparados para formar, apoiar e incentivar os nossos parceiros.

Conceito exclusivo em Portugal, já comprovado em outros países.



## **CERTIFICADOS LowCost**

Tel. 244 829 260  
FAX 244 829 261  
geral@certificadoslowcost.com  
www.certificadoslowcost.com

Num mercado cada vez mais global, competitivo e com procura de qualidade, sentiu-se a necessidade de criar um conceito que junte estas três premissas aliando o bom preço à transparência do serviço prestado.

A certificação energética é um serviço obrigatório por lei e que compreende que, em todas as transacções de imóveis (compra/venda, arrendamento, doação, outra) exista um certificado energético que classifique energeticamente o imóvel.

A Certificados LowCost garante ao cliente o melhor preço do mercado, sem intermediários e utilizando uma tecnologia de gestão altamente inovadora e exclusiva que permite a maior rapidez e automatização de todo o processo de certificação energética.

Esta é uma actividade que pode ter altamente lucrativa, seja a part-time ou a full-time. Tudo depende da capacidade comercial do Agente CLC.

Conseguimos apresentar preços até 50% abaixo dos preços de referência no mercado.



## **LEADER MOBILE**

Tel. 808 23 25 27  
FAX 707 31 43 23  
dep.expansao@leadermobile.pt  
www.leadermobile.pt

A Leader Mobile, é uma Empresa de Serviços de Comunicação e Marketing sustentada no Mobile Marketing, ou seja, comunicação através do telemóvel.

Esta empresa, iniciou a sua actividade em Itália, em 2002 e rapidamente se expandiu para outros países, contando actualmente com mais de 180 agências espalhadas por Itália, Espanha, Roménia, Moldávia, México e Portugal, onde se lançou no final de 2009.

Diferencia-se de outras empresas de Mobile Marketing, principalmente por ser a 1ª rede mundial de agências especializadas em transmitir mensagens de informação, promoção e publicidade através do telemóvel.



## **MASTERTicket**

Tel. 224 000 661  
96 291 7145  
FAX 220 307 272  
franchising@masterticket.biz  
www.masterticket.biz

O Poder do Marketing!

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!

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



## **IMO24 – REDE DE PERITOS IMOBILIÁRIOS**

Tel. 229 395 009  
FAX 229 372 350  
info@imo24.pt  
www.imo24.pt

A Imo24 - Rede de Peritos Imobiliários, actua no mercado da construção e imobiliário com soluções transversais e integradas.

Com uma oferta de serviços completa e diversificada, todos os clientes obtêm na Imo24, respostas para todos os seus problemas ou necessidades relacionadas com a construção, gestão ou aquisição de património imobiliário.

Desde uma simples Avaliação Financeira até Inspeção técnica ou certificação energética, todos os nossos serviços podem ser prestados de forma isolada ou integrada em pacotes de serviços específicos e ajustados às necessidades de cada cliente.

Como pacotes de serviços integrados, destacam-se a Mediação de Obras, Assessoria ao Comprador, Gestão de Arrendamentos.





## RealStone

Tel. 229 395 009  
FAX 229 372 350  
franchising@realstone.pt  
www.realstone.pt

A RealStone, rede de investimentos imobiliários, encontra-se a seleccionar franchisados para todo o país orientados para a Compra, Arrendamento e Recompra de Imóveis. A selecção de novos parceiros é uma aposta estratégica da RealStone – Investimentos Imobiliários, que tem como objectivo desenvolver a sua rede de lojas, com profissionais especializados e capazes de dar resposta a todo o país.

A RealStone é uma rede de lojas de investimentos imobiliários, que oferece um serviço ágil e flexível que se adapta às exigências específicas de cada caso.

A RealStone adquire imóveis com excelente localização, a custo significativamente inferior ao valor praticado pelo mercado. Através do pagamento de uma renda mensal, o ex-proprietário continua a usufruir do imóvel ao assumir-se como inquilino por um período previamente estipulado. É também permitida a recompra do imóvel pelo ex-proprietário, após o período previamente estabelecido no contrato de promessa de compra e venda.



## 4BEST

### New Media Studios

Tel. 223 712 119  
FAX 220 114 626  
info@4best.pt  
www.4best.pt

4Best - New Media Studios - Agência criativa de design, web, marketing e media.

New Media Studios... para melhor muda-se sempre...

A 4Best é uma empresa dinâmica e irreverente com quase 10 anos de experiência na procura das melhores soluções de Design, Web, Marketing e Media.

Temos uma vasta equipa com talento provado e capaz de proporcionar aos seus clientes os melhores resultados.

Através do Franchising pretendemos crescer e levar a nossa política de proximidade com o cliente a todo o território.



## OPTIMUS NEGÓCIOS

Tel. 16 939  
FAX 931 023 100  
franchisingon@optimus.pt  
www.optimusnegocios.pt

Com o objectivo de chegar a um mercado cada vez mais alargado, a Optimus Negócios pretende expandir-se a nível nacional e para isso está a lançar a sua rede de franchising. Esta nova aposta da Optimus Negócios dirige-se a empreendedores e investidores nacionais interessados em desenvolver o seu próprio negócio de uma forma autónoma e rentável, assente no know-how da operadora.

Com um investimento inicial reduzido e inexistência de royalties ou taxa de publicidade, o parceiro da Optimus Negócios poderá gerir de forma independente a sua carteira de clientes, oferecendo soluções fixas e móveis de comunicação ao tecido empresarial local onde se estabelece.

Aposte no seu próprio negócio tornando-se franchisado Optimus Negócios e invista no seu futuro.



## LEGS&NAILS

Tel. 229 395 009  
FAX 229 372 350  
info@legsandnails.pt  
www.legsandnails.pt

LEGS&NAILS, ESTÉTICA DE QUALIDADE A BAIXO CUSTO

Pertencente ao universo Onebiz, grupo líder em desenvolvimento e expansão de redes em sistema de franchising, o novo conceito de estética Legs&nails foi criado para propiciar serviços de qualidade a preços imbatíveis e acessíveis a todos os bolsos!

Se quiser ser nosso parceiro, com um reduzido investimento inicial, poderá ter o seu centro Legs&nails. A nossa equipa especialista em financiamentos poderá prestar também todo o apoio na procura da solução/incentivo mais adequado.

Escolha o melhor local para implementar o seu negócio e seja o nosso próximo parceiro... nós cuidaremos do resto!



## SENSIL

Tel. 229 395 009  
FAX 229 372 350  
info@sensil.pt  
www.sensil.pt

A Sensil é uma empresa de Serviços de Saúde e Apoio Domiciliário que tem como objectivo garantir um serviço de excelência, para todas as pessoas em situação de dependência temporária ou permanente.

O conceito da Sensil está baseado na necessidade da sociedade contemporânea em ter um apoio no cuidado diário das pessoas em situação de dependência temporária ou permanente em paralelo ao processo de envelhecimento da população, normalmente a faixa etária com maior incidência dependência física ou social; à mudança no estilo de vida causada pelo fluxo migratório das pessoas para as cidades, provocando uma concentração populacional elevada em centros urbanos, que justificam o aparecimento de serviços utilitários complementares; e o aumento do trabalho feminino, que proporciona menor tempo para a família mais também um aumento de renda.



## ACCIVE

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

A Accive Insurance é uma rede independente de mediação de seguros para empresas e particulares.

Como corretora de seguros independente face às seguradoras, defendemos os interesses dos nossos clientes, procurando a melhor solução de seguros ao melhor preço.

A equipa da Accive Insurance é composta por profissionais competentes e responsáveis nas mais diversas áreas de seguros que lhe garantem o acesso a uma gama total de produtos e serviços. A nossa função é encontrar as "soluções de seguros à sua medida", ao menor preço e com as melhores coberturas.



## 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.

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.



## TURN&WIN

Tel. 229 395 009  
FAX 229 372 350  
info@turnandwin.pt  
www.turnandwin.pt

A Turn&Win é uma organização especializada em recuperação e reestruturação de empresas e o conceito surgiu da necessidade da revitalização do tecido empresarial português, no momento em que é preciso redefinir a estratégia e actuar rapidamente para sobreviver no mercado.

Com o objectivo de desenvolver o processo de recuperação das empresas que se encontram em situação temporária de fragilidade, a Turn&Win analisa o potencial de viabilidade da revitalização dessas empresas, de modo a alcançar novamente o equilíbrio económico-financeiro, voltando a prosperar e a gerar valor a todas as entidades com interesse na empresa: sócios ou accionistas, credores, colaboradores, fornecedores e o Estado.

A Turn&Win oferece aos seus clientes serviços e condições privilegiadas no processo de negociação.