

CURVES

DECISÕES E SOLUÇÕES

FINANCE & CO

BEST TRAVEL

VALORES

LAFORÊT

INFORECO

IMO 24

VIVO CONDOMÍNIOS

MASTERTICKET

e muito mais...

Distribuída a
14.000
assinantes

O FRANCHISING PARA MUDAR DE VIDA

Edição exclusiva

franchising.pt
portal dos sucesso

CONHEÇA AS GRANDES NOVIDADES EM DESTAQUE

■ Curves Odivelas comemora 2º aniversário



O centro Curves Odivelas acaba de comemorar o seu segundo aniversário. O ginásio de Odivelas do líder mundial de centros de fitness exclusivos para mulheres funciona com uma equipa dinâmica de 5 elementos, há já dois anos, na Rua Pulido Valente, Zona 1, lote 9, loja 3/4, junto à Urbanização Colinas do Cruzeiro.

Para assinalar a data, o Curves Odivelas irá promover um sorteio com oferta de uma noite, para duas pessoas, num hotel-spa, entre as mulheres que se inscreveram durante o mês de Março. De forma a premiar o empenho das sócias actuais na promoção de hábitos de vida saudável

no concelho, será também sorteado um prémio surpresa entre as sócias que recomendarem o conceito de fitness Curves a amigas e familiares.

Paulo Miguel, responsável do Curves Odivelas, comenta: "O balanço que fazemos destes dois anos de actividade é muito positivo. Estamos muito satisfeitos com a aceitação que temos tido por parte da população feminina de Odivelas. Assim que tive conhecimento deste novo método de fitness, fiquei firmemente determinado a trazer este centro para a minha região. Cada vez mais mulheres de todas as idades procuram manter-se activas e em forma sem perder muito tempo. Estou certo de que o conceito Curves proporciona uma sólida e eficaz ajuda a todas as mulheres que querem praticar exercício físico e perder peso de uma forma fácil e divertida."

Roberto Rodriguez, Director Geral da Curves Ibérica comenta: "É com grande entusiasmo que damos os parabéns ao Curves Odivelas pela sua excelente prestação ao longo destes dois anos. São já 5.000 as mulheres portuguesas que aderiram ao conceito de fitness em 30 minutos. Estamos certos de que este centro contribui para melhorar a saúde e a qualidade de vida das mulheres deste concelho, motivando o bem estar da população de Odivelas." ■

■ MASTERTICKET: Distrito de Beja...



Continuando a sua fase de expansão, a Masterticket abriu mais uma nova unidade franchisada que irá cobrir o distrito de Beja.

O responsável pela unidade de Beja, Sr. António Barão, irá brevemente iniciar uma campanha publicitária em alguns estabelecimentos comerciais de referência na região.

A optimização dos talões de caixa como novo formato de publicidade leva a uma nova forma das empresas comunicarem com os clientes, facto esse que está a ser a

chave do sucesso para este enorme crescimento da Masterticket em Portugal.

Na verdade, 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 partilhar 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. ■

FICHA TÉCNICA

Director
José Azevedo
jose.azevedo@franchising.pt

Editora
Cenárea - 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
Cenárea - Comunicação e Multimédia

Periodicidade
Bimestral

Propriedade



■ Decisões e Soluções inaugura agência em Grândola



A Decisões e Soluções, empresa de consultadoria financeira líder no seu segmento de negócio, inaugura agência em Grândola. Com cerca de 100 agências especializadas no aconselhamento personalizado e independente em operações de crédito bancário para clientes e potenciais clientes, a consultora reforça presença a nível nacional.

“A abertura da agência de Grândola insere-se na estratégia de crescimento da empresa para 2009, que tem como objectivo estar mais próxima dos nossos clientes e da população em geral”, afirma Paulo Abrantes,

Director Geral da Decisões e Soluções.

A cerimónia de inauguração tem lugar no dia 26 de Março, pelas 17h30, e deverá contar com a presença de Paulo Abrantes, Director-Geral da Decisões e Soluções, Luís Tavares, Director Coordenador, Mário Ramiro, Director Coordenador Sul II, Carlos Beato, Presidente da Câmara Municipal de Grândola e representantes de várias instituições bancárias locais, entre outros convidados.

De acordo com Telma Inácio, Directora da Agência, “somos a primeira consultora financeira no Concelho de Grândola. Decidimos apostar nesta cidade porque se encontra em pleno desenvolvimento e tem uma excelente localização geográfica”.

“É com muito orgulho que integramos a equipa da Decisões e Soluções e iremos defender a nossa marca com todo empenho”, acrescenta Telma Inácio.

A Decisões e Soluções abriu, durante o mês de Março, agências em Guimarães, Bragança, Chaves e Tomar. Para este mês estão ainda previstas inaugurações em Montechoro e Sesimbra.

A nova agência da Decisões e Soluções estará aberta de segunda a sexta das 8h30 às 12h30 e das 14h30 às 18h30. ■

■ Finance & Company® apresenta novo site



Desde o dia 30 de Março que a Finance & Company® conta com um novo site institucional.

Refrescando a imagem e mantendo a sobriedade que já caracterizava o anterior site, esta nova plataforma foi desenvolvida com o intuito de acompanhar a orientação estratégica que tem vindo a ser seguida pela Finance & Company®, que consiste no alargamento da gama de serviços disponibilizados aos seus clientes.

Assim, o utilizador do site depara-se agora com uma clara segmentação pelas quatro grandes áreas de actuação da Finance & Company®: Consultadoria, Créditos, Seguros e Investimentos.

Este alargamento da gama de serviços, além de representar uma clara mais-valia para os nossos clientes, representa igualmente uma valorização do negócio que é disponibilizado aos franchisados e, conseqüentemente, do retorno do mesmo, sendo de realçar que o investimento a efectuar para aceder ao franchising se mantém inalterado.

A Finance & Company® é uma jovem e dinâmica rede de consultores financeiros, de origem nacional, sedeadada no Porto, que actua com uma loja própria em Paços de Ferreira e com uma loja franchisada em Algés.

Para conhecer todas as novidades visite-nos em www.financeandcompany.com ■

■ BEST TRAVEL abre agência em Évora



A Rede de agências de viagens Best Travel abre nova agência na região sul do nosso país – Évora.

A Best Travel Évora está situada na Quinta do Moniz – Rua Marechal Costa Gomes, Loja 14 e coloca ao dispor uma equipa empenhada em encontrar as melhores soluções de viagens para os seus clientes.

Excelência no serviço e oferta variada em viagens de lazer a preços competitivos fazem da Best Travel o parceiro imprescindível para quem gosta de viajar.

A semana de abertura da nova agência coincide com o lançamento de mais uma campanha que a rede de agências Best Travel vai lançar, a nível nacional. “Preços Escandalosamente Baixos!” é o mote da campanha, que desafia os clientes a procurarem os seus consultores de viagens, responsáveis por viagens de sonho a preços fantásticos.

Destinos como o Brasil, República Dominicana, Cabo Verde, Tenerife, Madeira, Itália, Croácia, Cruzeiro no Atlântico e Eurodisney são uma pequena amostra das propostas que a Best Travel propõe no folheto promocional, válido para reservas de 2 a 14 de Abril.

A nova agência de viagens Best Travel é liderada por Maria Fialho, com o apoio do Consultor de Viagens, Luís Rosado. ■

■ ExpoFranchise 2009 Franchising como alternativa à crise



O sistema de franchising constitui uma resposta proactiva à crise pela geração de emprego que potencia e, de 30 de Maio a 1 de Junho, na FIL, a ExpoFranchise 2009 é o contexto ideal para os empreendedores conhecerem e contactarem directamente com responsáveis das marcas de franchising activas no mercado.

Actualmente em fase de pré-registo, a Feira dá a conhecer mais de 150 oportunidades de negócio nacionais e internacionais com modelos testados e funcionamento comprovado, factor de credibilidade que se revela importante para financiamento dos projectos.

Para além dos stands das marcas que buscam parceiros de negócio, a Feira tem também uma área dedicada a quem pretende “Mudar de Vida” e um espaço novo, dedicado a marcas francesas. A Feira preencheu os requisitos do Ministério do Comércio Exterior francês para

dinamização de um Pavilhão de França, com a chancela da agência francesa para o desenvolvimento internacional das empresas, UBIFRANCE.

Ainda no âmbito da Feira, a 31 de Maio, serão atribuídos os Prémios de Franchising, iniciativa da revista Negócios & Franchising, que este ano registou mais de 80 candidaturas. Os finalistas destes Prémios representam as melhores práticas do sector, nas seguintes categorias: Top 10 do Franchising; Melhor Estratégia de Internet; Projecção Internacional; Inovação e Responsabilidade Social. ■



■ A SENSIL estabelece protocolo com a Clínica do Mar



A partir deste mês, a Sensil passa a ser responsável pela prestação dos serviços de enfermagem em exclusivo na Clínica do Mar, cuidando assim de todos os clientes da unidade de Matosinhos.

Segundo Alexandrina Augusto, Manager da Sensil em Portugal e responsável pelo acordo, “sempre que for necessário um atendimento de enfermagem na Clínica do Mar ou em qualquer domicílio/empresa será a Sensil a prestá-lo.”

Relembre-se que a Sensil é especializada em serviços de saúde e apoio domiciliário, operando em regime de 24 horas, com atendimento nos 365 dias do ano em regime residencial. Assim sendo, a Clínica do Mar complementará o atendimento médico ao domicílio dos clientes da Sensil, tendo como novidade as especialidades médicas da Clínica do Mar (Cardiologia, Endocrinologia, Pneumologia, Neurologia, entre outras) bem como Análises Clínicas, também no domicílio.

A Sensil é uma empresa do Grupo Onebiz, líder em Portugal na prestação de serviços que actua no mercado com mais de 400 pontos de venda com Serviços Financeiros, Imobiliários, Consultoria Especializada, Venture Capital, Marketing, Educação e Saúde. O Grupo está presente em 19 países e tem uma carteira de mais de 90.000 clientes. ■

■ 20 AGÊNCIAS VALORES EM 30 DIAS



É num contexto de franca valorização do ouro que a Valores, o 1º franchising de compra e venda de ouro em Portugal, anuncia a abertura de 20 agências em Portugal Continental, em apenas 30 dias.

Assim, à inauguração da agência em Setúbal, dia 9 do corrente, seguem-se Matosinhos (13 Março), Figueira da Foz (16 Março), Póvoa do Varzim (20 Março), Amadora (21 Março) e Portimão (23 Março). A abertura nas Caldas, Cacem, Almada, Barcelos, Trofa, Porto (Bolhão) | Leiria | Coimbra | Covilhã, nomeadamente, está apenas sujeita a marcação de data.

50 AGÊNCIAS ABERTAS EM 2009

A Valores dedica-se à comercialização e reciclagem de metais preciosos e, de acordo com o director-geral J. Chester, “deverá concluir o ano com 50 agências, de um total de 100 que o plano de crescimento prevê para o mercado nacional”. Ainda este ano, a marca tem como objectivo expandir-se para Espanha, e do roteiro internacional constam, os mercados de Angola e de França.

Com uma facturação de 10 milhões E prevista para o corrente ano, a Valores presta os seguintes serviços: compra e venda de ouro, platina, prata e outros valores; reciclagem de ouro; avaliações (efectuam avaliações de metais preciosos, diamantes, jóias, obras de arte, relógios e similares. Estas avaliações podem ser úteis para avaliações patrimoniais, partilhas, inventários, seguros, etc); personalização de barras de ouro; restauros e reparações especializadas; guarda de valores; captação e colocação de objectos em leilão.

O pacote de adesão à Valores, 24.800,00€ prevê toda a decoração e equipamento da loja, incluindo cofre e minilaboratório, indispensável para aferir o grau de pureza dos objectos. ■

■ FIDUCIAL estabelece protocolo com COMFIRA para recuperação de Créditos



O protocolo pretende oferecer soluções para recuperação de valores até à data considerados como incobráveis

A FIDUCIAL, marca internacional de consultoria e apoio à gestão, estabeleceu uma parceria com a COMFIRA, empresa de Gestão e Recuperação de Créditos em mora. O objectivo deste protocolo é conseguir uma solução que permita a todos os seus clientes, resolverem situações de dívidas de clientes que estejam pendentes.

Este é um problema que preocupa a FIDUCIAL, pois o crédito mal parado tem aumentado nos últimos tempos. Segundo Ilídio Faria, Director Nacional da FIDUCIAL, «o problema dos incobráveis começa muito antes, pois a maioria das empresas não possuem procedimentos de controlo de tesouraria e crédito». A FIDUCIAL tem especialmente para as empresas que o contratam, um serviço de gestão de tesouraria, onde são monitorizados em tempo real, todas as vendas, compras, pagamentos e recebimentos, sabendo o empresário diariamente qual a posição da tesouraria da sua empresa. Ainda segundo

Ilídio Faria, «a COMFIRA surge no fim da linha, como uma empresa com excelentes ferramentas e profissionais especializados na recuperação de créditos vencidos».

A COMFIRA foi a empresa eleita pela FIDUCIAL para esta parceria, porque privilegia o contacto pessoal com o cliente devedor, preservando a confidencialidade dos clientes, actuando com o máximo de celeridade e dispondo de sistemas de rastreio e localização eficazes. Todos os clientes devedores são abordados com um diálogo firme, sereno, profissional mas Humano e assertivo, para que se aperceba de que tem perante si alguém que pode, sabe e quer resolver um problema financeiro que certamente terá solução. Neste sentido, afirma João Sobral, Administrador da COMFIRA, «disponibilizamos um conjunto de serviços especializados de Gestão e Recuperação de Créditos em fase extrajudicial, que tem como base a Gestão de Facturação (confirming), complementada pelas designadas SLIGHT RECOVERY (mora recente) e LATE RECOVERY (mora persistente)».

Com esta parceria a FIDUCIAL pretende oferecer soluções credíveis aos seus parceiros e respectivos clientes que, desta forma, têm acesso às melhores ferramentas para recuperar valores até à data considerados como incobráveis. A FIDUCIAL tem, neste momento, uma rede de 55 escritório em Portugal e cerca de 3000 clientes. ■

■ CREDITSERVICES lança conceito "Franquia LOW COST"



A CreditServices, empresa lider europeia no ramo da Consultadoria Financeira, aposta agora em Portugal num novo conceito de franchising, a Franquia Low Cost.

Através desta nova abordagem espera a CreditServices motivar parceiros que, nesta época de crise, se debatem com falta de opções para dar um novo rumo à sua vida no conturbado mercado de trabalho em que vivemos.

O conceito baseia-se no seguinte:

“Melhoramos 90% de todos os créditos de particulares e empresas, com as melhores comissões do mercado para si. Fácil, cómodo, sem custos de estrutura fixos, sem pessoal, como actividade principal ou complementar ao seu actual negócio. Agora, desde 6.000 Euros, em pouco tempo poderá dispôr de um rendimento de 3.000 euros/mês. (Dependendo do Business Plan personalizado, contactar os nossos Serviços Centrais)”

Com este novo conceito, a CreditServices pensa poder expandir a sua rede de franchisados de modo a poder abranger a quase totalidade do território nacional. ■

■ Sinais positivos para o mercado imobiliário



Num período menos favorável sentido no mercado imobiliário, a rede Laforêt Imobiliária constata a recuperação da confiança por parte dos consumidores portugueses.

Num momento em que as taxas de referência baixaram significativamente, aliadas à recente regulação de preços (que, nalguns mercados desceu em média 10%), criam-se novas expectativas de consumo no mercado habitacional.

E, na rede Laforêt, os indicadores desse aumento de confiança são já visíveis.

Um deles, é o crescimento do tráfego no site www.laforet.pt - um importante gerador de contactos de Clientes vendedores, compradores e arrendatários.

A Laforêt responde a essa tendência actual com uma campanha positiva, disponibilizando um conjunto de serviços associado a uma equipa de profissionais: "Sim!, Este é o melhor momento para comprar!". ■

■ Sector das TI não sofre com a crise



Num ano que se viu difícil para a maioria dos sectores, a Esinow, especialista na consultoria das TIC's, cresceu 12,5%. Este crescimento em 2008 deveu-se ao desenvolvimento da rede de escritórios, bem como à introdução de novas soluções que geraram mais procura e consequentemente mais negócios fechados. Além disto, a aposta no Webmarketing como instrumento de captação de novos clientes foi também determinante.

Segundo Carlos Pinho, Brand Manager da marca, em 2009 a Esinow seguirá a mesma estratégia de busca constante por novidades, uma vez que o sector é o do

mais dinâmico possível, conforme comenta "A nossa aposta para o ano de 2009 é fomentar a consolidação das actuais representações das múltiplas soluções que possuímos, investir nas relações públicas como instrumento comunicação ao mercado e, claro, aposta em projectos inovadores". Num ano em que o governo mantém a tendência anterior de gerir as empresas públicas de maneira eficiente, estas novidades da Esinow também passam pela disponibilização de uma plataforma electrónica de contratação pública, e a disponibilização do ERP em modelo SaaS (software-as-a-service) para as empresas.

A nível de crescimento geográfico, o objectivo da marca é reforçar a presença em Portugal, prevendo ultrapassar os 20 escritórios nacionais, assim como criar uma dezena de postos de trabalho e dinamizar a nossa em Espanha e PALOP's. ■

■ NOVAS ABERTURAS NO CONTINENTE E ILHAS



Após a abertura de mais duas lojas, Porto de Mós e Madalena do Pico nos Açores, a InforEco prepara agora mais duas aberturas: Coimbra e Peniche.

Os resultados da forma simplificada do seu franchising garantem a satisfação dos seus associados e constituem uma mais valia para o crescimento do negócio, que brevemente irá expandir-se também para Espanha.

A marca que se caracteriza pela simplicidade, baixo investimento e excelência nos produtos, prevê um crescimento de mais de 100% neste ano de 2009.

Aproveite esta oportunidade de crescer também. ■

■ Vivafit contraria a crise e lidera crescimento no franchising em Portugal em 2008



Vivafit foi a marca de franchising que mais cresceu em Portugal em 2008 segundo dados do IIF – Instituto de Informação em Franchising.

Em 2008 o Vivafit abriu 26 novas unidades em Portugal e terminou o ano com uma rede total de 95 centros.

Vivafit é uma marca portuguesa, criada há seis anos. Foi pioneira na introdução em Portugal do conceito de treino em 30 minutos só para mulheres e é, actualmente, a maior rede de fitness do país.

Em 2008, a rede Vivafit movimentou 15,5 milhões de euros e pretende fechar 2009 com um volume total de negócios na ordem dos 25 milhões de euros.

O Vivafit foi distinguido pela Associação Internacional de Fitness (IHRSA – International Health and Racquet Sportsclub Association) como marca líder em fitness na Europa em 2008.

Vivafit foi a marca de franchising que mais cresceu, em número de unidades, em 2008, segundo dados do IIF – Instituto de Informação em Franchising. A marca iniciou 2008 com 69 unidades em funcionamento e e ao longo do ano registou um crescimento de 40% com a abertura de 26 novos ginásios. Actualmente, a rede conta com um total de 97 ginásios em Portugal – três próprios e 94 franchisados – e duas unidade próprias em Espanha (Madrid e Badajoz). É a maior rede de ginásios em Portugal.

Contrariando o cenário de crise económica, em 2008 a rede registou um crescimento de facturação de 29% face a 2007, evoluindo de 12 para 15,5 milhões de euros. Em 2008, o número de sócias cresceu 40% totalizando cerca de 35 000 sócias.

“Apesar do cenário de crise e das restrições no acesso ao crédito que caracterizaram o último quadrimestre de 2008 e que têm sido o principal entrave à dinamização económica, o Vivafit conseguiu manter um bom ritmo de crescimento.” - refere Pedro Ruiz, CEO da marca. “Pretendemos manter esta progressão com a abertura de

20 novos centros em Portugal em 2009 e continuar o processo de internacionalização da marca que já conta com duas unidades próprias em Espanha.”

O plano de expansão da marca prevê para 2009 a abertura de um total de 24 novos ginásios – 20 em Portugal e quatro em Espanha – e o estabelecimento do primeiro master franchises na Europa. Até 2014, a marca portuguesa pretende ter consolidada uma rede de 150 ginásios em Portugal, 250 centros em Espanha e cinco master franchises na Europa, América Central e do Sul e Médio Oriente.

“Em 2008, a internacionalização incidiu no mercado Espanhol mas estamos já a trabalhar na negociação em novos mercados de modo a que, em 2009, possamos começar a expandir o conceito num segundo mercado externo.” – refere o CEO da marca. Brasil, Argentina, México, Chile, Bolívia, Uruguai, Turquia, Grécia, EUA e a região do Norte de África e do Médio Oriente são zonas de expansão preferenciais dadas as características do conceito Vivafit.

“Estamos em negociações como varios interessados nestes países que, pelas suas características sócio-demográficas e culturais, surgem como boas apostas de expansão para o conceito Vivafit.” – sublinha Pedro Ruiz. Os ginásios Vivafit estão dimensionados para uma média de 500 sócias/centro e requerem 160/200m² de área. O investimento inicial é de cerca de 120 mil Euros. O principal factor de sucesso da marca é a capacidade de recuperação do capital investido que decorre num período médio de 18 meses, com o break-even a ser atingido em quatro a seis meses.



Vivafit é a maior rede de ginásios em Portugal, líder do segmento dos ginásios só para mulheres. Os centros Vivafit oferecem um modelo de treino em circuito com máquinas hidráulicas e plataformas e aulas de grupo nas modalidades de Pilates e Body Vive. ■

■ NBB e Universidade de Aveiro impulsionam a criação de novas empresas



National Business Brokers Selling Businesses Confidentially

Foi formalizado no mês de Março um protocolo de cooperação entre a NBB National Business Brokers e a grupUNAVE – incubadora de empresas da Universidade de Aveiro.

A grupUNAVE é já uma referência no apoio ao empreendedorismo de base tecnológica para as áreas tecnológicas e de inovação.

A sua carteira de projectos concretizados conta com perto de 40 novas empresas que apoiaram e lançaram no mercado desde 1996.

Para a concretização de cada um dos projectos desta incubadora é sempre necessário um factor crítico - o investimento.

Com esta nova parceria, a grupUNAVE conta agora com o apoio da NBB na procura de investidores nacionais e internacionais para os novos projectos.

Além da larga experiência e conhecimento de mercado

que caracteriza a NBB, está também o facto de possuir uma rede de 41 escritórios em 16 países.

Como explica o Eng^o Fernando Santos, Director do grupUNAVE, “num mercado cada vez mais global, e com o nível de desenvolvimento e inovação que os centros tecnológicos das Universidades portuguesas hoje em dia conseguem, não se pode pensar apenas em investimento nacional.” O parceiro (investidor) certo de cada negócio pode estar em Portugal ou em qualquer outra parte do mundo.

“A NBB tem contacto com diversos investidores nacionais e internacionais, e conhece o seu perfil de investimento. Se os novos projectos a emergir dos empreendedores da Universidade de Aveiro se enquadrarem em algum desses perfis, o contacto será imediatamente activado” referiu Dr^a Patrícia Sousa, Manager da NBB.

Num ano em que o mercado nacional está a passar um período de grande dificuldade económica, onde só vão sobreviver as empresas melhor preparadas e mais competitivas, é a altura indicada para lançar novas empresas de cariz inovador.

Dr. Marinho Vaz, partner da NBB Aveiro salienta que “este é um contributo precioso para impulsionar a economia nacional”. Resta aos “futuros” empresários fazer a sua parte. ■

■ Aposta na formação dos seus consultores



A Accive Insurance – Corretores de Seguros, SA está a promover um programa de formação interna para os seus parceiros de negócio. Estas acções, que decorrem nos escritórios centrais da empresa em todo o país, visam dotar a rede Accive de todos os conhecimentos e práticas necessárias de forma a prestar um serviço de excelência aos clientes no mercado de seguros em Portugal.

Esta iniciativa conta com a presença de formadores das principais seguradoras nacionais com as quais a Accive Insurance mantém protocolos. A decorrer durante 5 dias consecutivos, o programa de formação está a ser

implementados na sede da Corretora em Cascais, assim como nos escritórios em Matosinhos.

Desde 2003, ano em que a marca surgiu no mercado português, a Accive tem promovido várias acções de formações iniciais e avançadas para os seus parceiros e colaboradores, sendo que o balanço final destas tem sido muito positivo, com mais de mais de 3 mil horas de ensino para os profissionais dos seguros, englobando mais de 500 formandos.

Esta marca do grupo Onebiz tem uma vasta rede de escritórios espalhados de norte a sul de Portugal, actuando no mercado em regime de Franchising. Actualmente a Accive Insurance conta com mais de 45 parceiros espalhados por todo o território nacional, sendo o objectivo da marca, atingir a centena de parceiros até 2012. ■

■ Onebiz lança IMO24 - Um serviço imobiliário revolucionário



Depois do inovador conceito de consultoria financeira em 2003 com a Exchange, que revolucionou o mercado de créditos em Portugal ao oferecer os produtos dos bancos num único espaço e tomou a liderança desde então, o Grupo Onebiz lança agora a IMO24, centrada no apoio à compra e venda de imóveis. Esta nova aposta da Onebiz pretende transformar o mercado, oferecendo ao cliente o inimaginável até então. Por ser uma novidade no mercado, a melhor maneira de explicar é dando um exemplo do cliente que procura a IMO24:

“Imagine que a Iva Magalhães de Oliveira, de 24 anos, quer vender o T1 que possui para comprar um T3, devido ao aumento da família. A Iva quer tratar do processo sozinha, mas não sabe bem quanto vale o imóvel e, além disso, sabe que em 2009 todos os imóveis necessitam ter um certificado energético que, de acordo com o Decreto-Lei que aprova o Sistema Nacional de Certificação Energética e da Qualidade do Ar Interior nos Edifícios, passa a ser obrigatório em todas as transações ou arrendamentos a partir de 1 de Janeiro de 2009.

Não bastando a lista de tarefas, Iva também precisará de promover a venda do seu imóvel para conseguir compradores.

Aí, a Iva descobre a IMO24. Um consultor especializado IMO24 visita o imóvel e realiza a avaliação, assim, conseguirá estabelecer um preço atractivo ao futuro comprador, avaliação tal que irá apoiar o próximo proprietário na obtenção do seu crédito junto do banco. Ao concluir o processo de avaliação a Imo24 disponibiliza ainda, um sistema interactivo de promoção interactivo do imóvel: no apartamento da Iva é colocada uma placa “Vende-se”, mas o número que aparece não é o dela mas sim o de uma central que, de forma automática, envia por

sms todas as informações solicitadas por qualquer interessado no imóvel da Iva, tendo esta, também, acesso aos contactos dos interessados no seu imóvel também através do seu telemóvel. Desta forma, além de não perder qualquer contacto por ausência de rede ou por ter o seu telemóvel desligado, a Iva, ou qualquer interessado, terão acesso às informações que pretendem de uma forma rápida, cómoda e segura. Além desta solução prática e económica de promover o seu imóvel contratando apenas os serviços que pretende, sem qualquer tipo de comissão, a Iva pode ainda optar por pacotes de serviços mais completos e eficientes. Estes serviços pressupõem o acesso a todas as imobiliárias da região através de apenas uma loja Imo24, bem como, um conjunto de serviços que passam pelo diagnóstico do seu imóvel até à mudança de moradas, controlo das mudanças para o seu novo imóvel bem como a limpeza e controlo de qualidade do seu imóvel no acto da entrega ao novo proprietário. Desta forma, além de poupar tempo e dinheiro, potencia claramente a venda do seu imóvel através da oferta de serviços que garantem transparência, segurança e comodidade a potenciais compradores bem como, através de apenas um único passo e num único local, colocar o imóvel à venda em todas as empresas mediadoras.

Um exemplo comum, uma situação sem uma solução integrada até então. Pedro Santos e António Godinho, Administradores do Grupo Onebiz, tem visão da necessidade deste tipo de serviços no mercado e investiram nesta ideia em conjunto com Rui Amaro, accionista e administrador geral da marca, que explica “o conceito Imo24 não pretende ser um negócio concorrente da mediação imobiliária, mas sim um conceito complementar com elevadas vantagens para todos, na medida em que, uma parceria entre as mediadoras e a rede Imo24, potencia a qualidade e a transparência dos serviços prestados bem como a produtividade das equipas comerciais para a rentabilidade das empresas que representam.”

O conceito IMO24 é agora apresentado ao mercado e pretende-se que através de uma loja Imo24, qualquer particular ou empresa poderá aceder a todas as empresas de mediação, às tecnologias pioneiras no mercado de avaliação, certificação energética e a serviços de assessoria na compra e venda de imóveis. ■

■ GrupoMix lança um novo conceito de restauração



O GrupoMix irá lançar no próximo mês de Abril um novo conceito de restauração. O YAM - Emotion Food é um restaurante inspirado na gastronomia japonesa, onde todos os clientes poderão experimentar a emoção de uma refeição. A primeira loja será inaugurada no Centro Comercial Alegro, em Alfragide.

O YAM é um conceito que assenta na ideia de ritual associado à alimentação, em que todos os sentidos são despertados e chamados a desfrutar de um momento único. De inspiração oriental, focado no essencial da cozinha japonesa, apresenta um ambiente de cor e movimento que nos envolve e nos transporta directamente para longínquas paragens, em que o tempo é um bem precioso ainda existente e cada pormenor é pensado para serenamente nos surpreender.

O conceito YAM assenta numa gama de produtos frescos. No sushi tem a paleta principal de cores que nos deslumbram, na sensação de que em cada pequeno rolo está uma obra de arte. No Teriyaki centra-se a acção para que todos os sentidos convergem. O Teriyaki é um método de cozinha que consiste em grelhar alimentos sobre uma chapa de metal. Os alimentos, muito frescos, absorvem os molhos deliciosos em que são previamente marinados e colocam-se depois sobre uma chapa que, de um modo rápido e saudável, os cozinha.

Nas lojas YAM, o Teriyaki acontece à vista do cliente, que ouve o crepitar do grelhado e sente o delicioso aroma que exala. A seguir, segura no prato quente e saboreia o paladar inigualável que tem em mãos.

São os cinco sentidos despertados em simultâneo, numa cozinha saudável e sensorial, leve e rápida, que permite fazer parar o tempo, por muito tempo, no momento de uma refeição. YAM é saudável, suave, rápido, emocionante, energético. Yam é a emoção de uma refeição.

A primeira loja YAM será inaugurada em breve, no Centro Comercial Alegro, em Alfragide, em formato de atendimento rápido, seguindo-se a abertura de quatro outras unidades na zona da Grande Lisboa durante o ano de 2009. ■

■ Elevus lança novo serviço para profissionais



A Elevus lança este serviço especializado a todos os profissionais interessados em fazer acontecer a mudança na sua carreira. Segundo Luís Nogueira, Partner da Elevus em Oeiras, escritório da rede Elevus que dá início ao projecto, o CV trata-se uma ferramenta de upgrade profissional, uma vez que é através o curriculum enviado as empresas ficam com a primeira impressão do candidato, que define a sua permanência no processo de

selecção, ou não, conforme comenta "Da nossa experiência, aproximadamente 90% dos CV's recebidos não transmitem o conteúdo crítico para a triagem e abertura para uma primeira entrevista de selecção".

Esta solução está centrada no apoio especializado à construção ou melhoria do documento que pode abrir a porta à mudança da situação profissional. "Muitas vezes o candidato pretende essa mudança, mas acaba por não conseguir uma entrevista por não ter um CV bem construído", diz Luís Nogueira. "A ferramenta CV é a chave para o conseguir".

Desta forma, a Elevus Oeiras coloca à disposição de todos aqueles que querem projectar e desenvolver a sua carreira profissional toda a sua expertise na CONSTRUÇÃO OU MELHORIA DO SEU CV. ■

■ Não+Pêlo Fecha 10 contratos em três meses



A Não+Pêlo atingiu os objectivos de crescimento definidos para 2008, com a concretização de dez contratos de franchising nos primeiros três meses de operação em Portugal. Depois de ter iniciado actividade no mercado português em Outubro de 2008, em formato de Master Franchise com a abertura do primeiro centro franquiado na cidade da Amora, a rede de franquiados Não+Pêlo tem como objectivo para o primeiro trimestre de 2009 crescer para vinte cinco unidades.

Os objectivos do plano de negócios do Master Franchise Não+Pêlo para 2008 foram atingidos, superando a previsão inicial, com a realização de dez contratos em apenas três meses, dos quais, quatro unidades estão já em funcionamento e seis encontram-se em processo de licenciamento e obras.

Apenas dois meses após a sua inauguração, a Não+Pêlo Amora, o primeiro centro aberto pela marca em Portugal, recebeu o seu centésimo cliente, um número que ultrapassou claramente as expectativas de adesão a este conceito, completamente inovador no mercado nacional. Seguiu-se a abertura de mais três centros, em 2009, nas regiões de Matosinhos, Açores e Porto. Ainda para o primeiro trimestre de 2009 está já prevista a abertura de mais sete unidades de negócio na região da Grande Lisboa, Grande Porto e Ilhas.

Em processo de negociação estão ainda mais centros com abertura prevista durante o segundo trimestre de 2009, o que permitirá consolidar a operação da rede por todo o território nacional tornando acessível este conceito inovador a uma maior parte da população.

Não+Pêlo é o primeiro franchising especializado exclusivamente em fotodepilação, com um conceito de negócio inovador que está a revolucionar a área da estética ao propor tratamentos unissexo, com um preço único, de 30 euros por sessão e zona do corpo. O método Não+Pêlo utiliza os equipamentos de fotodepilação de luz pulsada mais potentes e mais rápidos do mercado. O objectivo da Não+Pêlo é popularizar a fotodepilação e oferecer serviços especializados a preços muito reduzidos.

Actualmente, mais de 80% das mulheres e cerca de 50% dos homens afirmam ter problemas com a existência de pêlos indesejados em diversas partes do corpo. Atendendo a que o mercado da depilação é um sector em crescimento, os planos de negócio do Master Franchising prevêem a criação de uma rede de franquiados, a nível nacional, com o objectivo de expandir a operação a cerca de 150 centros, até ao final de 2011.

Modelo de negócio

São várias as razões que explicam o sucesso deste modelo de negócio. Para fazer parte da rede de franquiados Não+Pêlo é necessário apenas um investimento inicial de 30.000 euros, que inclui equipamento, mobiliário, decoração do centro e software de gestão.

O retorno de investimento estimado é de aproximadamente 10 meses. O espaço mínimo requerido é de cerca de 35 metros quadrados, a estrutura operativa necessária é também bastante reduzida - um centro tipo funciona com dois a três funcionários - e permite gerar um elevado e rápido nível de rentabilidade.

Não é necessária experiência prévia já que o Master oferece um completo plano de formação e apoio constante ao franquiado. Em Espanha a Não+Pêlo abriu 295 centros em apenas um ano de actividade. Esta rápida expansão permite constatar que 20% dos franquiados possui mais de 1 centro aberto e, destes, 40% possui três centros ou mais. Em Portugal os dois primeiros franquiados preparam-se já para abrir um segundo centro. Para mais informações visite www.naomaispelo.pt.

Luís Brás, Director Geral da Não+Pêlo comenta: "Foi com grande entusiasmo que trouxemos para o nosso país este novo conceito de franchising totalmente inovador e o primeiro exclusivamente especializado em fotodepilação com preço único. Tendo em conta o potencial de mercado detectado, e enquanto marca líder no mercado espanhol, desde logo acreditámos, no sucesso da Não+Pêlo em território nacional. Contudo, o interesse que este atractivo conceito de negócio tem suscitado junto de investidores e empreendedores portugueses ficou francamente acima das nossas expectativas iniciais. Também, a adesão ao conceito Não+Pêlo por parte dos consumidores tem sido excepcional e os centros em operação começaram a alcançar bons resultados logo desde a abertura. Estamos certos de que a Não+Pêlo irá revolucionar o sector da depilação em Portugal e popularizar a fotodepilação." ■

■ Rede Chip7 atinge 37 lojas em Portugal



A rede de lojas de informática Chip7 atingiu já as 37 unidades em Portugal. Depois de em Setembro último ter sido apresentado um novo modelo de negócio, assente na representação da marca, o projecto regista agora uma grande receptividade comercial, sendo expectável que no final deste mês existam perto de 45 lojas espalhadas por todo o país.

Actualmente, a Chip7 detém apenas cinco das 37 unidades. A marca está a negociar melhores condições junto dos fabricantes no sentido de alcançar a meta previamente traçada e que objectiva a criação de 100 unidades até ao final de 2009, em Portugal continental, nos Açores e na Madeira.

Para Miguel Monteiro, presidente do grupo Avanport (holding que detém a Chip7), “os resultados alcançados

até ao momento são reflexo da confiança e reputação conquistada pela marca Chip7 ao longo dos últimos 14 anos”. E acrescenta: “O sucesso das empresas de informática passa, essencialmente, pela aposta nos serviços e este é um dos aspectos que torna este projecto pioneiro”.

Para Miguel Monteiro, as vantagens em aderir a este projecto são evidentes: “Ao aliarem-se à Chip7, as empresas informáticas locais irão beneficiar do forte poder de marketing, de maior capacidade de negociação e, assim, aumentarão o seu volume de negócios”, conclui. O grupo Avanport foi criado no ano 2003 e reúne também as participações das empresas Introduxi, Seara.com, High Play, Divultec e Wingman.

O grupo Avanport foi criado no ano 2003 e reúne agora as participações das empresas Introduxi, Seara.com – comunicação web –, High Play, Divultec e Wingman. ■



■ GALILEU inaugura centro de Formação em Braga



A GALILEU, empresa especialista em formação na área das tecnologias de informação, inaugura no próximo dia 23 de Abril, em Braga, o terceiro centro de formação na região norte de Portugal.

Com 3 salas de formação equipadas com os mais avançados meios tecnológicos e capacidade para 36 formandos, a empresa reforça desta forma a sua estratégia de expansão. Esta unidade de formação irá disponibilizar a já conhecida oferta GALILEU: cursos oficiais de algumas das Software Houses mais prestigiadas – como a Microsoft, Adobe, Autodesk,

Oracle, IBM, EC-Council, Google, Cisco, entre outras –, percursos de formação e certificação, exames de certificação, e outros planos de formação mais flexíveis e adaptados às necessidades específicas de cada cliente, proporcionando uma formação à medida.

Com a abertura marcada para 23 de Abril, o Centro de Formação GALILEU Braga situa-se na Rua Dr. Francisco Duarte, 301, Salas 16 e 17, Santa Tecla, junto ao Tribunal e poderão surgir sinergias criadas com o pólo universitário existente naquela cidade.

“A GALILEU Braga inscreve-se no projecto de expansão da marca, que prevê até 2010 a abertura de mais Centros de Formação e Certificação. Braga é uma cidade com elevado número de jovens e por isso a formação é essencial para estes possam responder adequadamente às exigências laborais do mercado”, explica Hugo Alves, director geral da GALILEU Norte. ■

■ BIOQUAL seleccionada pela C. M. de Cascais



A alimentação nas escolas sempre esteve debaixo dos olhos dos pais, alunos, governo e demais intervenientes na educação infantil e juvenil. Como as crianças passam cada vez mais tempo fora de casa, a escola acaba por se tornar o local de referência para as escolhas dos pequenos e neste campo está incluído a ementa semanal: almoços e

lanches diários. Com o objectivo de avaliar o programa alimentar dos refeitórios escolares, a Câmara Municipal de Cascais fez uma consulta prévia às empresas que prestam serviços na área da Qualidade e Segurança Alimentar, sendo a Bioqual a empresa eleita para esta grande e importante tarefa.

O projecto proposto pela Bioqual, está a decorrer desde Março, nos refeitórios escolares, num total de 40 unidades, através a realização de auditorias e análises laboratoriais às refeições e superfícies.

O projecto está programado para 12 meses. Depois disso, a Bioqual prevê entregar o projecto com sucesso para a Câmara de Cascais, apresentando oportunidades de melhoria no sistema implementado. ■

■ Novo franchising de compra e venda de ouro



A OURINVEST está a lançar no mercado uma rede de franchising dedicada à compra e venda de ouro e outros metais preciosos. Trata-se de um sector em franco crescimento e que apresenta risonhas perspectivas a longo prazo.

A empresa possui já diversas agências próprias, localizadas sobretudo nas áreas do Grande Porto, Braga e Viana do Castelo. Com este projecto, a marca prevê abrir 100 lojas nos próximos 5 anos em todo o território nacional, afirmando-se como líder neste promissor mercado.

Segundo Luiz Pereira, director-geral da OURINVEST, “a compra e venda de ouro é um dos raros negócios que continuam a crescer em contra-ciclo”. De facto, a onça valorizou-se nos últimos anos e todos os especialistas concordam que prosseguirá esse caminho de valorização, visto que a procura tende a aumentar.

O conceito OURINVEST conjuga de forma inovadora e única a compra e venda de ouro com o negócio tradicional de ourivesaria, em moldes distintos, com novos padrões de privacidade e segurança. As agências franchisadas da

OURINVEST constituem assim uma oportunidade tanto para os profissionais com experiência no sector, como para aqueles que desejam entrar pela primeira vez nesta área, numa estratégia de criação do próprio emprego. A marca, que detém um vasto know how, oferece aos seus franchisados inúmeras vantagens: formação inicial e contínua, apoio permanente, sistema inovador e sem riscos, garantia de legalidade e ainda a possibilidade de abrir mais agências na sua zona.

O investimento necessário para abrir uma agência OURINVEST é de 20.000 euros, já com direitos de entrada incluídos, sendo o retorno assegurado nos primeiros meses de actividade. ■



Loja do Condomínio abre nova unidade na Expo e cresce 30%



A marca portuguesa de franchising Loja do Condomínio inaugura mais uma unidade na próxima sexta-feira, dia 27, continuando assim a reforçar a expansão da sua rede que, em 2008, registou um aumento de 29,5% no seu volume de facturação face ao ano anterior, totalizando 12,6 milhões de euros.

A nova unidade LDC localiza-se na zona norte do Parque das Nações, em Lisboa, e será gerida pelos franchisados Hugo Pereira e José Pereira. A cerimónia de inauguração está marcada para as 18 horas da próxima sexta-feira na Rua de Moscavide - lote 4.53.02 B e será aberta a todos quantos se quiserem associar à celebração.

A nova loja é a segunda da marca LDC a marcar presença nesta zona nobre da cidade de Lisboa. A outra unidade LDC está localizada na zona sul da Expo, na Alameda dos Oceanos, Edifício Écran - lote 316.01.E.

As expectativas de negócio para a nova Loja do Condomínio são elevadas. O franchisado José Pereira acredita no elevado potencial da marca e traça como objectivo conquistar a liderança da administração de condomínios na zona sul da Expo ao longo dos próximos 2 anos.

Com esta nova abertura, a Loja do Condomínio totaliza 87 unidades, 10 das quais em Espanha e integradas na estratégia de expansão internacional da marca.

Paulo Antunes, administrador da Franquiger, a empresa criadora e detentora da marca Loja do Condomínio, congratula-se com o sucesso da sua rede de franchising antecipando a continuação de bons resultados em 2009. "Vamos manter a nossa expansão sustentada tanto a nível nacional como internacional através da abertura de novas lojas em Portugal e em Espanha e, possivelmente, em novos mercados internacionais", refere. ■

VICTORIA SEGUROS TEM NOVO ADMINISTRADOR DELEGADO EM PORTUGAL



Patrik Schwarz, de 46 anos, é o novo Administrador Delegado da VICTORIA Seguros em Portugal.

Antes de entrar para a VICTORIA Seguros, Patrik Schwarz era, desde Setembro de 2007, sócio e Administrador Executivo da FIRST REIT AM – SGFII, S.A., Lisboa.

O novo Administrador Delegado da VICTORIA Seguros em Portugal tem experiência no sector, adquirida, principalmente, ao serviço do Allianz Group, onde trabalhou de 1993 a 2007.

Entre as funções que aí desempenhou, incluem-se cargos em diversos países, nomeadamente, na Argentina, Venezuela e seis anos em Portugal, onde foi presidente da Unipensão e Administrador Delegado da Allianz Portugal.

Patrik Schwarz é licenciado em Direito pelas Universidades de Munique e Augsburg e é fluente em alemão, português, castelhano e inglês. ■



■ RE/MAX na Fórmula 1 com a Panasonic Toyota Racing Team



O contrato de três anos irá aumentar substancialmente a exposição pública da marca RE/MAX através do mediático campeonato da fórmula 1. A marca estará presente em diversas plataformas mediáticas da equipa Panasonic Toyota como os fatos dos pilotos, os capacetes e a zona das boxes da equipa nipónica.

Com uma média de 55 milhões de espectadores em cada corrida transmitida pela TV, o acordo irá permitir à RE/MAX, na qualidade de parceiro exclusivo para o sector imobiliário, expandir a sua imagem de marca a nível mundial.

“É um desafio e uma afirmação para a RE/MAX, nesta fase de mercado, associar-se a um desporto de alta competição como a Fórmula 1” afirma Beatriz Rubio, CEO da RE/MAX Portugal. “Estamos muito entusiasmados com este acordo com a Toyota Motorsport e acreditamos que é este tipo de parcerias que aumenta a visibilidade da RE/MAX, associando-a um desporto de grande exigência que exige inovação e performance.”

“É uma honra ter o apoio de uma marca com o calibre da RE/MAX”, refere Tadashi Yamashina, presidente da Toyota Motorsport. “Todos conhecem a situação económica global, por isso é com particular satisfação que adicionamos mais um proeminente parceiro ao nosso portfolio.”

A Panasonic Toyota Racing Team conta este ano com um novo carro, o TF109, do jovem desenhador nipónico Atsushi Narita, da Toyota Motors Corporation. O italiano Jarno Trulli, o alemão Timo Glock e o japonês Kamui Kobayashi (terceiro-piloto) compõem a equipa de pilotos

que irá disputar o Campeonato Mundial de Fórmula 1 em 2009 pela Panasonic Toyota Racing.

O investimento neste patrocínio será suportado pelas principais empresas do grupo RE/MAX no mercado europeu, com especial destaque para a RE/MAX Portugal, a principal filial da marca na Europa em termos de performance.

A RE/MAX é a maior rede imobiliária a actuar em Portugal com 220 agências em todo o país e mais de 2.700 mediadores associados. ■



■ Century 21 abre nova agência em Loures



Loures é a área escolhida pela Century 21 para abertura da sua próxima loja no mercado nacional. Situada na Rua Pedro Alvares Cabral Loja 41D, no Infantado, em Loures, junto às piscinas do Infantado, esta nova unidade de negócio da maior rede imobiliária do mundo denomina-se Century 21 Imoplanet e conta com uma equipa dinâmica de 6 elementos.

A propósito da abertura, Rui Corbacho, responsável da Century 21 Imoplanet, presente no mercado imobiliário de Loures há mais de sete anos, comenta: “Esta região tem vindo a registar um crescimento exponencial, no sector imobiliário. Por isso, acho que a única forma de fazer a diferença neste mercado é através de um modelo de operação altamente profissional, como é o da Century 21. Estou seguro de que as soluções do modelo Century 21 irão continuar a fazer a diferença, numa área de negócio tão competitiva, como é a do mercado imobiliário, nesta zona e constituir factores críticos de sucesso para nos afirmarmos e fidelizar cada vez mais clientes. Pretendemos acrescentar valor ao mercado imobiliário desta área, através da introdução dos métodos

inovadores de trabalho da rede Century 21, conjuntamente com o nosso profissionalismo e com o acompanhamento personalizado dos nossos clientes”.

Ricardo Sousa, Administrador da Century 21 Portugal, acrescenta: “É com grande satisfação que damos as boas vindas à Century 21 Imoplanet, o mais recente membro da rede Century 21, em Portugal. Estamos certos de que, a partir de agora, Loures pode contar com mais uma equipa de angariadores imobiliários com capacidade para prestar o mais elevado nível de serviço para quem procura vender, comprar ou arrendar um imóvel. O nosso principal objectivo é criar a melhor rede imobiliária do mercado português.”

Actualmente, a Century 21 Portugal conta já com uma vasta rede de agências, empregando mais de 500 pessoas, em todo o País. Com um volume de transacções imobiliárias superior a 290 milhões de Euros em 2008.

A operar no mercado português desde 2004, a Century 21 Portugal pretende posicionar-se como uma referência no sector da mediação imobiliária nacional e tem como objectivo criar a maior e mais eficaz rede de profissionais de mediação imobiliária de Portugal. A Century 21 tem um ambicioso plano de expansão para o mercado nacional, e pretende ter em operação cerca de 100 lojas Century 21 em todo o País, dentro de três anos. A suportar este plano de expansão da rede está ainda previsto o recrutamento de cerca de 600 angariadores, dado que a marca pretende atingir os mil colaboradores em Portugal, até 2011. Actualmente é o terceiro operador imobiliário a operar no mercado nacional. ■



Campeão mundial de ralis Sébastien Loeb, é a nova imagem do Elefante Azul



Hypromat, empresa líder no sector da lavagem de veículos que gere a insígnia do Elefante Azul, assinou um acordo com o campeão mundial de ralis, Sébastien Loeb, no qual se estabelece que o piloto será a nova imagem da companhia durante os próximos três anos.

Os centros de lavagem Elefante Azul terão campanhas visuais em que Sébastien Loeb reforçará as mensagens da companhia, especialmente comprometida com as questões ambientais. Em termos de gestão sustentável, o Elefante Azul tem investido grandes esforços por desenvolver sistemas com reduzido impacto ambiental. O sistema de alta pressão foi concebido especificamente

para garantir uma lavagem responsável dos veículos, de modo a permitir um consumo reduzido de água, sobretudo quando comparado com outros tipos de lavagem. Por outro lado, dispõe de um mecanismo de recolha de águas residuais em todos os centros da franchise.

A empresa, líder de mercado no sector da lavagem automóvel com mais de 800 centros em toda a Europa, escolheu Sébastien Loeb, campeão mundial de ralis pela quinta vez consecutiva desde 2004, pela sua imagem de liderança e pela sua identificação com os valores transmitidos pela insígnia do Elefante Azul. Por outro lado, a selecção recaiu nesta personalidade dado que grande parte dos clientes do Elefante Azul são admiradores incondicionais dos desportos motorizados e sentir-se-ão identificados com um dos seus ícones mais sonantes.

Em Portugal, a imagem do piloto será exposta em breve nos 60 centros que a empresa tem distribuídos ao longo de todo o país. Nos próximos meses, Loeb será também o protagonista de algumas campanhas promocionais e institucionais, levadas a cabo pela companhia.

O acordo com o piloto francês estende-se também a outros países da Europa em que a empresa está implantada, nomeadamente, França e Espanha, bem como Marrocos, onde a rede tem crescido consideravelmente nos últimos anos. ■

Habicast comercializa Edifício Palmeira no Funchal



A Habicast Funchal é a agência imobiliária responsável pela comercialização do Edifício Palmeira em Santa Cruz, na ilha da Madeira.

O Edifício Palmeira, conta com um total de 61 fracções de apartamentos, entre as tipologias de T1 a T4, implantado num terreno total de 5810m2 com uma área de ocupação construtiva de 1530m2.

Com uma excelente localização, acessibilidade e visibilidade, o edifício Palmeira encontra-se a 15 minutos do Funchal, estando o seu acesso facilitado pela via rápida que liga o Aeroporto à capital da ilha.

Também o estacionamento é uma vantagem a ter em consideração, uma vez que cada uma das fracções do edifício possui estacionamento num piso subterrâneo e, na sua envolvente, encontram-se mais 80 lugares disponíveis.

Para Regina Gomes, Directora de Agência da Habicast Funchal, «o Edifício Palmeira representa acima de tudo uma excelente oferta na relação preço/qualidade e flexibilidade de tipologias que se adaptam facilmente às necessidades de qualquer interessado». ■

■ VIVO-CONDOMÍNIOS aposta num mercado em crescimento



A VivoCondomínios, criada em 2007, resulta da união de 7 empresas na área de gestão de condomínios, "face à necessidade de se atingirem padrões de qualidade no novo quadro imobiliário em Portugal", observa o administrador do grupo, Fernando Esperança.

A entrada no franchising visa uma expansão rápida e contínuo no negócio.

Centrada na área de administração de condomínios e gestão de património imobiliário, a empresa oferece serviços básicos nesse campo, além de suporte técnico a construtores e empreendedores imobiliários na gestão de parques industriais e de centros comerciais, e de consultoria e promoção imobiliária.

Para Fernando Esperança, esta é a área bastante estável mas com um elevado potencial de crescimento, daí que tenham apostado no desenvolvimento de protocolos estratégicos, firmados com parceiros especializados, para prestar "um serviço global mais eficaz, mais profissional e de qualidade, preenchendo as necessidades diárias dos clientes, condóminos".

Divulgação e expansão

Nesta primeira fase, A Vivo Condomínios está a investir na divulgação do negócio, e consequente expansão, e pretende, em 2008, abrir entre cinco a dez unidades.

O investimento inicial do franchisado da marca contempla a decoração da loja e os equipamentos necessários ao seu funcionamento. De fora ficam os custos iniciais de publicidade e de marketing. O retorno deverá acontecer ao fim de um ano e oito meses. O parceiro de negócio da Vivo Condomínios realiza um estágio, numa das unidades da marca já abertas, de forma a, como esclarece o administrador, poder "avaliar no terreno o normal funcionamento deste tipo de empresas". Após a inauguração da loja e durante o primeiro ano, o franchisador segue de perto a actividade do novo franchisado e garante um acompanhamento semanal, para esclarecimento das dúvidas e situações que possam surgir, presencialmente na sede ou por videoconferência. O franchisado pode contar ainda com uma formação alargada, que é disponibilizada também à sua equipa. Durante três dias e meio, recebe formação teórica e prática sobre os aspectos relacionais entre franchisado e franchisador, consolidação de conhecimentos acerca enquadramento legal da actividade, contabilidade, fiscalidade, gestão de recursos humanos, legislação laboral e marketing. Adicionalmente, durante cinco dias, adquire treino prático sobre vendas, funcionamento e gestão do negócio. ■

Fonte: Cristina Soeiro para Revista Negócios e Franchising



Publicidade nos talões de caixa – a solução inovadora da MASTERTicket



O crescimento do mercado publicitário levou ao surgimento de novos meios alternativos de veicular a publicidade. Nessa perspectiva, a MASTERTicket surge como um meio de comunicação altamente eficaz e com elevado retorno para os anunciantes.

A empresa, sediada em Vila Nova de Gaia, propõe uma solução de publicidade original e inovadora 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.

Os objectivos da MASTERTicket, que tem actualmente 14 estabelecimentos franchisados, passam por cobrir perto de 100 por cento do território nacional “até 2009”, sendo que “todos os grandes centros urbanos do país já têm disponível este conceito”, revela Rui Silva.

Para o gestor, a maior dificuldade actualmente no mercado “recai sobre a conjuntura económica desfavorável, o que cria um clima de instabilidade muito grande provocando retracção no consumo”.

Já quanto às oportunidades, elas “centram-se nos mercados altamente concorrenciais, o que obriga cada vez mais as empresas investirem em publicidade e comunicação para ganharem notoriedade sobre os demais concorrentes. Actualmente quem não se tornar visível por estes meios, rapidamente sai fora do mercado”, considera.

Em relação à evolução da rede, Rui Silva considera que “tem tido uma evolução bastante interessante, o que nos leva a concluir que as empresas estão cada vez mais

interessadas em melhorar a sua visibilidade e notoriedade no mercado e consequentemente aumentar o seu volume de vendas. Por este motivo a rede tem crescido a um ritmo considerável”.

O investimento mínimo para a licença de exclusividade do negócio MASTERTicket é 3000 euros. “Dependendo da dimensão e densidade populacional dos concelhos poderá ser superior porque, se forem maiores, mais oportunidades têm de crescimento do negócio. Porém, o investimento é sempre extremamente baixo para um negócio com um risco diminuto”.

Quanto à expansão para Espanha, Rui Silva explicou que “é um processo que continua a decorrer. O mercado espanhol é um mercado com particularidades muito específicas e por isso estamos a definir bem a estratégia de introdução da marca no mercado vizinho, com sustentabilidade necessária para vencermos mais esta etapa.

Além de Espanha a MASTERTicket está também a pensar avançar com o mercado dos PALOP’s brevemente. ■





IMÓVEISDELUXO®
Tel. 253 006 989
FAX 253 006 989
geral@imoveisdeluxo.com
www.imoveisdeluxo.com

Uma marca do sector imobiliário onde requinte, Glamour, discrição e alta qualidade assentam na perfeição. Imóveisdeluxo® vêm impor-se como uma alternativa credível para quem procura imóveis cujo valor se situa um pouco acima da média, pretendendo cimentar, no sector imobiliário português, uma nova realidade: uma rede de imobiliárias vocacionadas para o comércio de imóveis de "alta gama", imóveis que primam por uma elegância e qualidade soberba, onde o conforto e a sumptuosidade e exclusividade estão sempre presentes.

Imóveisdeluxo® pretende com este conceito que, desde o primeiro ao último momento, o cliente seja sempre apoiado por uma equipa profissional qualificada disposta a oferecer um acompanhamento eficiente e personalizado.



BOTTEGA VERDE
Tel. 229 028 768 / 96 838 94 87
FAX 229 028 768
bottegaverde.pt@gmail.com
www.bottegaverde.pt

Tendo aberto como Ervanária há 36 anos em Pienza, na pequena cidade de Toscana, reconhecida pela Unesco como património da Humanidade, a Bottega Verde é agora uma das empresas Italianas líder em cosmética, com mais de 6.000.000 de clientes e mais de 300 lojas.

A chave do presente sucesso resulta da harmonia entre a natureza e a ciência.

A Bottega Verde cria produz e vende cosméticos, baseando-se nos princípios activos das plantas oferecendo mais de 600 produtos. O nosso objectivo é oferecer alta qualidade, produtos de cosmética naturais num espaço único a preços confortáveis.

A nossa fábrica em Colorno, produz a maioria dos produtos introduzidos no mercado pela Bottega Verde, estando certificada pelo sistema de qualidade do DVN UNI EN ISO 9001/2000, assegurando o cumprimento dos rigorosos padrões Europeus. Marca Nº 1 em Itália na beleza a retalho, Nº 1 como produtora de produtos de beleza natural, activos principais de origem natural, alta qualidade, preços agressivos, lançamento de mais de 100 produtos ano, lojas dinâmicas, são algumas das razões que levam os nossos clientes a visitar novamente as nossas lojas.



OPTICAL LOW COST
Tel. 244 560 089
FAX 244 838 041
info@optical-lowcost.eu
www.optical-lowcost.eu

O franchising "Optical Low Cost" é considerado a excelente oportunidade de negócio.

Este novo conceito de loja pratica preços muito abaixo da média do mercado, mantendo um elevado padrão de qualidade dos produtos e serviços prestados.

O franchisado é um trabalhador independente que tem o benefício de uma estrutura organizada, com apoio a todo momento e incentivo no desenvolvimento da sua nova actividade para obter bons resultados.

O seu profissionalismo é demonstrado desde logo, no estágio inicial, com a sua formação.

Sendo um empresário responsável, respeita e defende as normas de funcionamento do Franchising.

Os demais parceiros de negócio e acima de tudo os interesses e direitos ao consumidor.

A fórmula de sucesso do Franchising assenta numa relação de confiança e colaboração, entre Franchisador e Franchisado.



DECISÕES E SOLUÇÕES
Tel. 707 300 100
FAX 226 098 780
info@decisoesesolucoes.com
www.decisoesesolucoes.com

A Decisões e Soluções é uma empresa de consultadoria financeira, de dimensão nacional e internacional, líder no seu segmento de negócio em Portugal e especializada num serviço personalizado e independente de aconselhamento financeiro, a particulares e empresas, em operações de crédito bancário.

Tendo sido constituída em Outubro de 2003, conta já com cerca de 100 agências em Portugal.

A Decisões e Soluções, tem um ambicioso projecto de expansão nacional, pelo que está a ser dada a oportunidade a algumas pessoas, de criarem o seu próprio negócio em parceria com a Empresa, de duas formas distintas:

-> abrir uma Agência Decisões e Soluções, com um direito de entrada de apenas 10.000 euros e tornar-se nosso Agente;

-> ser Consultor Financeiro da Decisões e Soluções, ficando afecto a uma das nossas Agências a nível nacional, com um investimento de apenas 6.000 euros.



illiCO Obras
Tel. 218 514 270
info@illico.pt
www.illico.pt

A illiCO Obras nasceu em França, no ano 2000. O conceito surgiu devido à dificuldade que particulares e empresas enfrentam sempre que necessitam de realizar qualquer tipo de obras: dificuldade em encontrar empresas de construção, em averiguar a sua credibilidade e a sua competência, em obter orçamentos facilmente explícitos e compreensíveis e em comparar preços. Para colmatar essa dificuldade, a illiCO lançou a profissão de Mediação de Obras. Esta é uma actividade comercial inovadora, que tem por missão procurar e seleccionar criteriosamente empresas de construção e propor os serviços dessas empresas ao público através de uma rede de lojas, um plano de marketing eficaz e uma equipa comercial treinada. Permite assim aos particulares ou profissionais fazer obras de construção ou remodelação com empresas credíveis, a preços justos e com o mínimo de inconvenientes.



InforEco
Tel. 808 20 27 60
FAX 252 916 512
geral@inforeco.pt
www.inforeco.pt

Com o aumento da procura dos consumíveis reciclados, o negócio da venda de tinteiros e toners para impressoras tem tido uma rápida expansão. Se está à procura de um negócio simples, com altas possibilidades de sucesso, esta poderá ser a sua melhor aposta. Tendo por mercado alvo o consumidor final e empresas, a InforEco propõe um franchising inovador e simplificado. Um novo conceito que o ajudará a implantar a sua empresa. Por quê gastar tempo e muito dinheiro a comprar máquinas, a receber formação, a pedir licenciamentos para a actividade (DL n.º 178/2006), quando poderá apenas dedicar tempo àquilo que realmente interessa: fazer novos clientes? Por estas e outras razões, veja como poderá de forma rápida, fácil e com custos mais reduzidos abrir o seu franchising com a InforEco



PARTY FIESTA
Tel. 0034 932 64 09 34
FAX 0034 932 64 09 31
filipe.oliveira@partyfiesta.com
www.partyfiesta.com

Com mais 14 anos de experiência no mercado Espanhol e mais de 10 anos em Portugal. PARTY FIESTA tem o KNOW HOW dos gostos e preferências dos consumidores neste sector de actividade, encontrando os produtos de sucesso fazendo parte de uma base de dados com mais de 10.000 artigos.

Os Estabelecimentos PARTY FIESTA, apresenta um layout dinâmico e inovador, com uma gama de artigos de marcas de notoriedade internacional, conseguindo superar todos standards qualidade. Estes produtos podem estar destinados para o uso diário ou para estações especiais como o Halloween, Natal, Passagem de Ano, Carnaval, Dia dos Namorados (S. Valentim), Páscoa, Baptizados, Casamentos, Despedidas de Solteiros, Brincadeiras, etc...

PARTY FIESTA oferece uma rentabilidade assegurada já que trabalha com altas margens superiores a 300% sobre a compra. É importante um local bem localizado, em ruas comerciais ou em centros comerciais e uma área aproximada de local 150 / 250 m2.

As condições financeiras de PARTY FIESTA requerem um pagamento de 18.000 euros em conceito de direito de entrada e 4% mensal sobre as vendas como Royalty.



PFINANCES
Tel. 808 203 082 / 93 823 81 14
pfinances@live.com.pt
www.pfinances.net

A Pfinances apresenta um novo conceito de Franchising, moderno, inovador e apelativo, representando uma marca de nova geração multi-especializada na área dos serviços, com especial enfoque na consultoria financeira e seguros.

Dirigida ao segmento dos clientes particulares e pequenas médias empresas, a Pfinances caracteriza-se pela proximidade e pela diversidade de serviços que o cliente pode encontrar em qualquer uma das nossas agências. A assinatura da marca, www.pfinances.net, destaca o nosso objectivo: oferecer todo o tipo de soluções ao cliente.

Assim, e com relação de parceria estabelecida com as principais entidades financeiras e bancárias, a Pfinances garante as melhores ofertas para o cliente e as melhores condições para o agente.

Na Pfinances apostamos na inovação constante, para oferecermos sempre as melhores soluções.

Torne-se num Profissional de sucesso na área financeira, com um Franchising de baixo custo e com alta rentabilidade



PUBLIPAN®
Tel. +351 964 787 772
FAX 253 006 989
portugal@publipan.net
www.publipan.net

PUBLIPAN é uma empresa líder em franchise de publicidade. Acrescentou 96 franchisados nos últimos 9 meses em Espanha e 9 em Portugal.

Esta é uma oportunidade única de franchising. Com grandes benefícios, investimento mínimo e retorno imediato. Consiste em aproveitar os sacos de papel entregues pelas padarias e pastelarias, para o transporte do pão, fazendo destes um novo suporte publicitário tanto eficaz como diário.

O saco publipan com anúncios e informação, é publicidade entregue em mãos, e á mesa todos, todos os dias.

Ainda, a nossa preocupação pelo Meio Ambiente ao anteciparmos às normas da União Europeia de 2010, no que se refer ao retiro e substituição progressiva de sacos plásticos, pelos de papel biodegradavel.



SOFALIVING
Tel. 220 138 738
FAX 220 137 290
franchising@sofaliving.pt
www.sofaliving.pt

Trata-se de um franchising de venda especializada de sofás, cativando o cliente pela variedade de escolha. Este negócio caracteriza-se por ser fácil de realizar em virtude de não vender artigos perecíveis e de pouco pós-venda. Uma característica deste negócio são as necessidades pequenas de pessoal, entre duas a três pessoas.

Outra vantagem deste negócio são os espaços de estabelecimento que são valor m2, bastante baixos, por se situarem normalmente em zonas industriais.

Venha experimentar este negócio. Estamos a procurar franchisados para as principais capitais de distrito.



VIVO CONDOMÍNIOS
Tel. 217 506 100
FAX 217 506 152
franchising@vivo-condominios.pt
www.vivo-condominios.pt

A VIVO Condomínios apresenta um novo conceito de administração de condomínios e gestão de património imobiliário, onde o objectivo primordial é oferecer um serviço global de qualidade, mais profissional e eficaz, que preencha as necessidades dos clientes.

Os cerca de 400 condomínios que administramos actualmente são o testemunho vivo de todo o trabalho que temos vindo a desenvolver nestes últimos quinze anos. O saber de experiência acumulada e uma equipa composta por profissionais altamente qualificados contribuem, dia-a-dia, para o nosso sucesso e são factores determinantes para a expansão da nossa rede.

Desenvolvemos uma actividade orientada para a satisfação das necessidades dos clientes, prestando um serviço eficaz, de confiança, profissional, e de qualidade; e satisfação dos franchisados, através do estabelecimento de uma parceria forte e dinâmica, que lhes vai permitir desenvolver a sua actividade, desde o primeiro dia, num clima de absoluta confiança. Um franchising vivo de potencial!



HOUSE SHINE
Tel. 220 189 522
FAX 220 149 740
antonio.candido@houseshine.pt
www.houseshine.pt

Limpeza é um serviço imprescindível e trata-se de um mercado em constante crescimento, onde a crise não chega, muito pelo contrário, cria sim novas oportunidades de negócio.

O Sucesso do conceito único House Shine assenta numa forte estratégia de marketing e gestão, crescendo de forma contínua, sólida e exponencial.

Na House Shine actuamos com máximo rigor e possuímos a gama de serviços mais alargada do mercado, proporcionando máxima satisfação aos nossos clientes e maior retorno financeiro aos nossos franchisados.

Assumimos com os nossos franchisados um compromisso de parceria total e apostamos forte na formação e no planeamento, de forma a assegurar o Sucesso dos nossos Franchisados, que também é o nosso.

Em resumo somos um conceito nacional de sucesso, com forte imagem, reduzido investimento, baixo risco, actuando num mercado em grande crescimento.

Procuramos pessoas com vontade de vencer, elevada maturidade e que compreendam o valor do serviço ao cliente.



PROSPACTIVE
Tel. 214 353 752 / 926 607 428
FAX 214 356 022
rita.piteira@prospactive.com
www.prospactive.pt

A PROSPACTIVE, NÚMERO UM no desenvolvimento comercial de empresas na Europa, está também em Portugal.

A Experiência, o Know-How, as Ferramentas e Meios, exclusivos da rede, permitem às PME, de todos os sectores de actividade, um desenvolvimento e acompanhamento comercial eficaz.

Este conceito nasceu em França, há 10 anos e os seus promotores desenvolveram, uma série de ferramentas e métodos, em permanente actualização, capazes de assegurar o crescimento comercial das PME.

Em 2004, a PROSPACTIVE, já dotada de um conhecimento profundo de todos os sectores de actividade, ferramentas e métodos 100% aprovados, desenvolve uma rede de franchisados, que neste momento se encontra em pleno crescimento: cerca de 50 franchisados em França e um objectivo de 100 para 2008.

VOCÊ, pode ser o próximo a tornar-se num empresário de SUCESSO.



CHAVIARTE EXPRESS
Tel. 93 752 7434
FAX 223 709 970
a.correia@chaviarte.pt
www.chaviarte.pt

A "Chaviarte Express" está no mercado nacional à 14 anos e conta actualmente com 34 lojas em todo o país. Actualmente somos o único operador em Portugal, com o conceito 3 em 1, ou seja, agregar no mesmo espaço, a duplicação de chaves, a reparação de calçado e a venda de produtos e serviços de segurança, como alarmes, portas segurança e corta-fogo, cofres, fechaduras segurança, sistemas de controlo acessos, entre outros. Além da extensa gama de produtos, a Chaviarte oferece aos seus franchisados, um apoio IMPAR em qualquer organização de franchising. Na rede Chaviarte Express, NUNCA se sentirá SÓ. Invista num negócio à prova de crises (serviços conveniência e Segurança).

VOCÊ, pode ser o próximo a tornar-se independente com o nosso apoio. Se tem local próprio, ou se reside nas zonas de Lisboa, Porto, Coimbra, Viseu, Valongo, Maia, Vila do Conde, Viana Castelo, Caldas Rainha, Guarda, Oliveira Azeméis, Guimarães, Santarém, Bragança, Valença, Cacém, Beja, Tavira, Oihão, Açores e Madeira; onde temos lojas já pré-negociadas, CONTACTE-NOS



**SNC – SPORTS
NUTRITION CENTER**
Tel. + 55 21 24217544
FAX + 55 21 24219055
fabio@sncshop.com.br
www.sncshop.com

Liderança de mercado

A SNC desponta como a maior rede de franchise especializada em Nutrição desportiva do mundo. Desde sua fundação em 1991 como pioneira do segmento, posicionou-se como líder constante de mercado, trazendo para o cliente a inovação e a cultura do "Sports Nutrition". A SNC introduziu no ano de 2001 uma linha de productos próprios exclusiva, além de abrir o mercado para o sistema de franchising,

A Loja SNC

A operação de uma unidade SNC é dinâmica e não exige qualificações especiais do franchisado, graças ao suporte e o treinamento promovidos pela franchisadora. Uma unidade SNC permite também ao franchisado, crescimento e retorno rápidos, o que levou a alguns franchisados a abrirem até 3 lojas em um curto espaço de tempo. O Custo médio para a abertura de uma unidade SNC é de 60 mil Euros, com todos os gastos incluídos.



LAFORÊT IMOBILIÁRIA
Tel. 22 609 80 11
FAX 22 606 30 56
info@laforet.pt
www.laforet.pt

Laforêt pertence a um dos primeiros grupos de serviços no ramo imobiliário da Europa.

A primeira agência Laforêt foi criada em 1981 mas, é dez anos mais tarde, que se expande como rede de franquia de mediação imobiliária. Hoje, constitui-se como um dos mais bem sucedidos e experimentados negócios da área.

A diversidade de competências, a força dinâmica dos seus métodos, bem como a experiência das suas equipas explicam o rápido e sustentado desenvolvimento da Laforêt. Todos os anos, a rede imobiliária abre mais de 100 agências, sendo hoje representada por mais de 920 franqueados espalhados pelo território Europeu.

A nossa estratégia assenta num princípio de "agência de proximidade", trabalhando em prol de uma crescente interacção com as necessidades e os desejos de todos os clientes.