



## ENCONTRE O SEU FRANCHISING

MARCA

INVESTIMENTO

SETOR / ÁREA

PROCURAR



## Como reconverter o seu negócio em franchising?

**Fomos falar com franchisados que já tinham empresas na mesma área antes de se juntarem a uma rede e todos consideram que aderir a um franchising foi uma boa opção, mesmo os que admitem que o negócio não está a correr de acordo com as expetativas. As principais vantagens são a imagem, organização, procedimentos, ferramentas, publicidade ou marcas disponíveis e não apontam desvantagens significativas.**

“O franchising é uma forma de podermos iniciar um projeto já com 50% do trabalho feito faltando, no entanto, os outros 50% são os mais trabalhosos, pois trata-se de angariar os clientes e colocar a ‘máquina’ a mexer. No entanto, é uma boa opção”, defende Rui Sousa. O franchisado da Esinow de Almeirim, Matosinhos e Penafiel frisa ainda que “quando se adere a um franchising muitas pessoas pensam que está tudo feito e que os clientes nos vão entrar porta dentro sem fazermos nada, é errado pensar assim. O franchising traz-nos muitas ajudas, mas há trabalho, essencialmente comercial, a fazer”.

No mesmo sentido vai o alerta de Agostinho Gonçalves, da Charib do Funchal: “é sempre importante referir que não existem soluções milagrosas e que é errado pensar que aderir a um franchising substituirá todo o trabalho que certamente já desenvolve na sua empresa”.

Depois destes lembretes, salientamos que a principal conclusão, seja de franchisados há mais de duas décadas e que, entretanto, já abriram novas lojas na rede, ou de recém-chegados ao franchising, é que aderir a uma rede de franchising ajuda a potenciar o negócio. Senão vejamos algumas das suas histórias, contadas na primeira pessoa.

**Necessidade de crescer**



### FRANCHISING EM PORTUGAL



Um volume de negócios de 5 491 milhões de euros foi gerado pelo franchising em Portugal em 2017

**SUBSCREVA A NOSSA NEWSLETTER**

Email

ENVIAR

João Paulo Santos, franchisado da Loja do Condomínio (LDC) de Perosinho, Vila Nova de Gaia, e já no seu segundo contrato, conta à NEGÓCIOS & FRANCHISING que “tinha o negócio há quatro anos e na mesma zona. Mantive a zona. Só que funcionava de forma caseira e sem porta aberta. Isto trazia um crescimento muito lento e penoso. Sentia a necessidade de ter um espaço e imagem para poder crescer. Entre criar uma imagem e desenvolver o negócio sozinho, decidi aderir à rede da LDC depois de ouvir falar e investigar, tanto a LDC como outros franchisings. Na altura consegui verificar que a LDC tinha tudo o que eu pensava que precisava para expandir o negócio, mas que sozinho não conseguia ou pelo menos seria muito difícil”.

Por seu lado, Valter Penedo, da Optivisão da Graça, em Lisboa, e já com mais duas lojas, lembra que quando aderiu “à Optivisão a nossa empresa, localizada num dos bairros mais antigos de Lisboa, já tinha cerca de 29 anos. Estamos hoje com mais de 50 anos no mercado. Decidimos juntar-nos a uma rede de franchising, especificamente à Optivisão, porque acreditamos no projeto.

Sabemos que fazer parte de um franchising nos tempos que correm, pode ter vantagens. Ter um nome/marca conceituado, estarmos incluídos nas ações que o franchisador poderá levar a cabo: Ações de venda e promoção do produto, publicidade para manter a marca e os seus produtos ou serviços na mente do público”.

Enquanto Nuno Lopes, franchisado da RE/MAX, com lojas em Loures e na Malveira, refere que “decidimos juntarmo-nos a uma rede de franchising porque em 11 anos de mercado teríamos poucas probabilidades de continuar a crescer como empresa tradicional no mercado imobiliário. A RE/MAX é líder de mercado, e só faria sentido ‘abandonarmos’ a nossa ‘marca’ se fosse para abraçar um projeto líder, que nos desse garantias de sucesso”.

Já Lurdes Rosário, franchisada Meu Super da loja Buraca da Avenida, já detinha uma loja há 34 anos e sublinha que aderiu à rede “porque pelas condições em que se encontrava o retalho alimentar eu precisava de um parceiro forte, que me ajudasse a competir com o retalho alimentar organizado. Escolhi a rede Meu Super porque tinha a possibilidade de comercializar os produtos da marca continente, marca já bastante conhecida do público em geral e que eu considere ser uma mais-valia porque poderia aumentar o número de clientes e subir os valores das vendas”.

### Satisfação é o mood geral

“A questão de escolher uma rede de franchising, permitia-nos usufruir das competências da rede e dos outros membros da rede e permitia-nos também estabelecer parcerias de trabalho, que fora da rede não nos seria possível”, revela Rui Sousa, da Esinow.

O franchisado da empresa de Tecnologias de Informação do grupo Onebiz, diz-nos que em Almeirim, onde já tinha o seu negócio, abriu uma loja noutra local e aumentou a cobertura geográfica, com novos espaços em Matosinhos e Penafiel, “como era nossa intenção. Muitos dos objetivos iniciais foram conseguidos, como a expansão geográfica. Conseguimos também ‘absorver’ novos produtos e serviços que colocámos à disposição dos nossos clientes”, salienta, acrescentando que “as mais-valias, foram essencialmente novos produtos, novos contactos, trabalhar em rede e poder partilhar as competências de todos”.

Agostinho Gonçalves da Charib do Funchal adianta, por seu lado, que “somos franchisados desde 2006, temos conseguido crescer com a marca. Conseguimos passar a exercer as nossas funções com mais profissionalismo e convicção”.

Francisco Pereira tinha uma loja de retalho alimentar em Santarém há 28 anos, quando decidiu aderir à rede Meu Super, depois da falência da cadeia Ponto Fresco, a que já pertencia. A escolha deu-se “pelas condições serem as mais vantajosas relativamente aos outros operadores consultados”. E este franchisado da rede de retalho do grupo Sonae, garante que “temos verificado um crescimento nas vendas relativamente ao passado” e destaca a “imagem e marca Continente”, como as principais vantagens deste franchising.

Já o franchisado da LDC em Perosinho (Vila Nova de Gaia) salienta que “permitiu-me crescer bastante desde a adesão à rede e ser líder na administração de condomínios na zona, ter organização, reconhecimento de uma empresa capaz de responder às necessidades dos condomínios e condóminos, sermos respeitados e até conseguirmos ouvir a concorrência falar bem de nós. Criámos também postos de trabalho, que neste momento são 15”.

Apesar de franchisados muito recentes, Nuno Moreira da Exchange, em Penafiel, e Nuno Galdes da Century 21, em Sesimbra, também estão satisfeitos com o apoio prestado pelas redes, até agora. “Nesta altura, embora possamos assegurar que estamos a receber todo o apoio, ainda estamos numa fase de conhecimento da estrutura e das metodologias de trabalho. Temos feito muitas ações de formação e queremos absorver toda a informação e *know how* que nos estão a passar, porque temos perfeita consciência de que só assim seremos capazes de abordar melhor o mercado e identificar as necessidades dos nossos clientes”, afirma Nuno Galdes da Century 21 Munduskasa.

E Nuno Moreira salienta que “sendo uma relação, tal como a própria empresa, recente, atendendo à forma como a mesma tem sido prestada pelo master, e aproveito aqui para o reconhecer, agradecendo a toda a



## COMO FAZER U

### MAIS LIDAS



**A Padaria Portuguesa quer abrir 10 lojas este ano e procura parceiros para abrir lojas fora de... um negócio**



**Pingo Doce procura parceiros para abrir lojas fora de... um negócio**



**Franchising: quais as melhores**



**apostas para Domino's Pizza 2017? soma oito unidades em Portugal**



equipa no geral, e em especial à responsável pela gestão da rede, pois para além de tudo é a nossa colega do lado sempre que necessário, para o bem e para o mal. No franchising nunca estamos sozinhos e nunca nos sentimos sozinhos, pois funcionamos como um todo. E, desta forma, a relação tem sido no global, francamente positiva”.

### Conselhos para quem quer aderir a um franchising

Pedimos a estes franchisados que dessem três conselhos a quem esteja a pensar aderir a uma rede de franchising e, embora haja respostas coincidentes ou no mesmo sentido, a lista é bem completa:

Rui Sousa, da Esinow de Almeirim, Matosinhos e Penafiel, lembra que **“é importante escolher bem o tipo de negócio**, pois vamos ter que ser nós a trabalhar nele, por isso, convém que seja um ramo no qual estejamos à vontade e minimamente preparados. E ao escolher o negócio, estudar bem para saber se se trata de um negócio com futuro e não um negócio de ocasião, dado que vamos investir e é preciso tempo para o rentabilizar”.

Já Agostinho Gonçalves, da Charib do Funchal, defende que **“em primeiro lugar, deverá avaliar todas as hipóteses disponíveis no mercado**, deverá também abordar franchisados dessas redes para obter diferentes perspetivas. Disponibilizar-se para um período experimental em ambiente de trabalho. Depois de tomar a decisão é sempre importante obter apoio jurídico para a fase de formalização da adesão”.

Valter Penedo, da Optivisão da Graça, em Lisboa e com mais duas lojas na rede, refere que **“primeiro – deve escolher um franchising que não exerça demasiado controlo sobre o franchisado**; segundo – uma marca que pautе pela qualidade e serviço e terceiro – que consiga dinamizar o negócio, publicitando a marca e proporcionando aos franchisados melhores condições de compra”.

### Escolher um parceiro de confiança

Para Lurdes Rosário da loja Meu Super da Buraca Avenida o fundamental é **“escolher um parceiro de confiança**, que nos possa dar todo o tipo de apoio quer a nível operacional quer a nível comercial; ter espírito empreendedor e com vontade de dar o seu máximo e, por fim, manter um relacionamento saudável com o franchisador, para que possamos os dois ter vantagens no negócio”.

E para Isabel Chaparro, da House Shine Évora, é necessário **“procurar adaptar o plano de negócios à zona de atuação** em questão; formar e supervisionar os colaboradores e estar muito próximo do cliente, pois o acompanhamento é fundamental”.

Nuno Moreira, da Exchange de Penafiel, aconselha **“que analisem o negócio em regime de franchising numa primeira fase sem olhar para os ‘assustadores’ valores de franquia**, pois podem inibir que conheçam realmente o negócio a fundo e as vantagens e benefícios que estão por detrás dos valores solicitados. Sugiro também que conheçam um franchisado existente na rede para terem uma perspetiva do negócio de quem já lá está todos os dias a desenvolver o negócio proposto. Por último, façam uma análise da marca, da credibilidade, abrangência, idoneidade, descrição, atendimento e aconselhamento personalizado, e outros valores que privilegiamos, pois para mim foi determinante para a escolha e abertura da Exchange Penafiel”.

E o outro também recente franchisado, Nuno Geraldес da Century 21 Munduskasa, em Sesimbra, diz que **“em vez de conselhos, prefiro falar de atitude. É importante iniciar a parceria assente em objetivos muito bem definidos**. Não vale a pena querer fazer parte de uma marca e acreditar que isso, só por si, garante sucesso. Temos de saber respeitar os seus valores e, naturalmente, sermos capazes de colocar em prática o *know how* que nos transmitem. Esse compromisso da nossa parte é fundamental. E temos de trabalhar arduamente, sempre com vista a conseguirmos fazer o melhor trabalho e garantirmos a satisfação de todos os nossos clientes”.

## Gostou deste artigo?

Se pretende ler mais artigos sobre franchising, empreendedorismo e gestão, subscreva a nossa newsletter [aqui](#)

