

FRANCHISING



APOIOS:

mīDAS

**Wall
Street
English®**

ENQUADRAMENTO

FRANCHISING CRESCCE EM PORTUGAL

PORTUGAL TEM-SE TORNADO NUM DESTINO ATRACTIVO PARA ESTRANGEIROS QUE ESCOLHEM O PAÍS PARA RESIDIR E, AO MESMO TEMPO, INVESTIR EM FRANCHISING

Nos últimos anos, de acordo com a Associação Portuguesa de Franchising (APF), o sector em Portugal tem registado um crescimento significativo, consolidando-se como um dos motores essenciais da economia nacional. Este modelo de negócios, que facilita a reprodução de marcas e conceitos de sucesso, ganhou destaque não apenas pela sua expansão interna, mas também pela atracção de estrangeiros que optam por empreender no país, seja trazendo uma marca de fora, criando a sua própria, ou investindo em marcas já estabelecidas no mercado português.

O contributo do franchising para a economia portuguesa: De acordo com os dados mais recentes, o franchising representa 8,3% do Produto Interno Bruto (PIB) em Portugal, um número impressionante que reflete o impacto económico deste setor no país. Em termos de emprego, o franchising é responsável pela criação de aproximadamente 186 mil postos de trabalho, posicionando-se como um elemento-chave

na absorção de mão de obra e na dinamização do mercado laboral.

O franchising é também um sector que tem demonstrado

resiliência e capacidade de adaptação, registando um crescimento recorde de quase 30% em 2023, segundo a Associação Portue-



DADOS

O VOLUME DE NEGÓCIOS DO "FRANCHISING" EM PORTUGAL ATINGIU 22 MIL MILHÕES DE EUROS NO ANO PASSADO, DEPOIS DE UM CRESCIMENTO "RECORDE" DE 29,41%



sa de Franchising (APF). Este aumento foi impulsionado, em grande parte, pela capacidade das marcas de responderem às

mudanças no comportamento do consumidor e de integrarem novas tecnologias e inovações nos seus modelos de negócio.

Em 2022, o sector gerava cerca de 17 mil milhões de euros, mas em 2023 esse valor subiu para 22 mil milhões de euros. Este salto reflecte a confiança crescente dos empreendedores no modelo de franchising como uma solução viável e de baixo risco para quem deseja entrar no mundo dos negócios.

Atracção de investimento estrangeiro no franchising português: Portugal tem-se tornado num destino atractivo para estrangeiros que escolhem o país para residir e, ao mesmo tempo, investir em franchising. Estes empreendedores veem o franchising como uma forma segura de iniciar ou expandir os seus negócios, aproveitando o ambiente estável e as oportunidades de crescimento que Portugal oferece.

Estes estrangeiros podem optar por diferentes abordagens: criar a sua própria marca, trazer uma marca do seu país de origem, ou investir numa marca já implementada no mercado nacional.

“O crescimento do franchising tem um impacto significativo na economia nacional. Além disso, o aumento da faturação e a criação de empregos reforçam o consumo interno, gerando dinamismo em setores como serviços e retalho, que impulsionam o crescimento do PIB e fortalecem a posição de Portugal no cenário económico global, especialmente em áreas como o turismo e comércio”, disse a secretária-geral da APF, Cristina Matos, citada na mesma nota enviada às redações. ●



MIDAS

«SOMOS O PAÍS COM MELHOR SATISFAÇÃO DOS CLIENTES NA MIDAS EUROPA»

LÍDER MUNDIAL EM FRANCHISING NA SUA ÁREA, É FÁCIL PERCEBER QUE O SEGREDO DA MIDAS ESTÁ NA CAPACIDADE EM MANTER EXCELENTESS RELAÇÕES, SEJA COM FRANQUEADOS OU CLIENTES. EM PORTUGAL, O CAMINHO É SÓ UM: CRESCER A REDE



Em 1956, nascia, nos EUA, a primeira oficina Midas, que tinha uma única missão: a reparação e substituição do sistema de escape, sem marcação, em menos de 30 minutos. Em Portugal desde o ano 2000, a marca tem, actualmente, 15 oficinas próprias e nove franqueados em território nacional. Se a transparência e a qualidade de serviço são reconhecidas pelos clientes como factores diferenciadores face à restante oferta do segmento, também a nível de franchising a Midas foi reconhecida como marca internacional do ano pela federação europeia da área. Por cá, a gestão da Salvador Caetano reforçou a vontade de crescimento da rede, para chegar a cada vez a mais condutores, que podem contar com tecnologia e formação das equipas técnicas

ao dispor, incluindo a manutenção de veículos híbridos e eléctricos, conforme conta Pedro Soares, Expansion Manager da Midas.

Como avalia o percurso da marca no País até ao momento, onde se encontra desde 2000? Quais foram os maiores desafios e conquistas em território nacional?

A Midas construiu um histórico relevante no mercado português, sendo distinguida pelos condutores como uma marca de confiança. A transparência e qualidade de serviço são frequentemente apontados pelos nossos clientes como os

principais factores diferenciadores no que toca à restante oferta deste segmento. Relativamente ao maior desafio enfrentado pela marca em Portugal, aponto, sem dúvida, a transição do Master Franchise para a gestão exclusiva do Grupo Salvador Caetano. E esta foi também uma das suas mais relevantes conquistas: a partir de Outubro de 2020, a Midas Portugal ganhou uma nova vida e um novo fôlego, cujas mais valias puderam já ser comprovadas por inúmeros clientes.

A Midas foi premiada pela sua rede de franchising. Este reconhecimento foi



DEIXE COM A MIDAS

“DEIXE-NOS A SUA CHAVE, NÓS TRATAMOS DE TUDO.” COM ESTA ASSINATURA, ASSEGURAMOS AOS NOSSOS CLIENTES QUE PODEM CONFIAR NA MIDAS PARA GARANTIR O BOM FUNCIONAMENTO DAS SUAS VIATURAS, E QUE NÃO NECESSITAM DE SE PREOCUPAR COM MAIS NADA

MIDAS



uma surpresa ou um reflexo do trabalho que têm desenvolvido? Como é que este prémio impacta a estratégia de expansão da Midas em Portugal?

O prémio de Marca Internacional do Ano, atribuído pela Federação Europeia de Franchising, é um reconhecimento claro do dinamismo e energia da nossa gestão internacional. Em Portugal, estamos numa nova fase da Midas, quer na relação com os nossos clientes, quer a nível do crescimento da rede, com um grau de implantação até aqui inexistente. Assim, esta medalha de ouro, não impactando directamente na nossa estratégia de expansão, já bem definida, deixou-

» «O compromisso e implicação mútuos são determinantes na diferenciação desta parceria, sentindo o franqueado que o negócio é realmente de ambos»

-nos muito satisfeitos e ainda mais motivados para a implementar de forma rápida e eficaz.

Comparando a Midas em Portugal com outros países europeus onde estão presentes há mais de 40 anos, como avalia a penetração e a aceitação da marca no mercado português?

O posicionamento da Midas assenta na confiança com que os nossos clientes nos premeiam diariamente, tendo como princípios orientadores a transparência, qualidade e fiabilidade, a preços acessíveis. Em Portugal, tal como nos outros países em que a Midas opera, os clientes reconhecem a diferença da nossa oferta e distinguem o nosso serviço no mercado bastante competitivo do pós-venda oficial. Desta forma, diria que o que distingue Portugal dos restantes países europeus passa, não só pela aceitação da marca, mas essencialmente pelo tamanho da rede. Daí o nosso foco na expansão: queremos estar cada vez mais próximos e tornar os serviços Midas acessíveis a todos os condutores portugueses.

Quais os principais factores que contribuem para a satisfação dos franqueados da Midas em Portugal?

Nestes casos, o melhor é mesmo deixar falar quem usufrui da franquia Midas. “A voz do franqueado”, uma rúbrica de comunicação que estamos a desenvolver com os nossos parceiros franqueados, coloca exactamente essas questões a cada um deles. As suas respostas evidenciam um índice de satisfação elevado, pautado pelo nosso apoio técnico, pela formação inicial e contínua,

pelo trabalho de marketing e comunicação, e também pelo coaching operacional e comercial. Não largamos o franqueado! Estamos ao seu lado em todos os momentos; o seu sucesso é o nosso.

O que distingue a Midas das outras empresas do sector automóvel em Portugal? Há algum aspecto específico do serviço ou da abordagem da empresa que considera ser, realmente, diferenciador?

O destaque vai para a transparência na relação com o cliente e para um posicionamento de confiança, suportado na relação qualidade/preço dos nossos serviços. Outro factor distintivo é a tecnologia ao serviço da oficina. O nosso software exclusivo EMidas garante uma gestão autónoma e eficaz de toda a operação, quer a nível técnico, quer no acompanhamento da manutenção das viaturas dos nossos clientes.

Pode falar um pouco sobre as estratégias da Midas para atrair e reter clientes? Existem campanhas ou iniciativas específicas que foram particularmente bem-sucedidas?

A nossa estratégia é oferecer um serviço distinto, de elevada qualidade, que coloca o cliente no centro do processo. A satisfação dos clientes Midas é um excelente indicador da retenção de actuais clientes e impulsor da conquista de novos clientes. Medimos regularmente o índice de satisfação dos clientes em Portugal e, neste momento, somos o País com melhor satisfação na Midas Europa, com um impressionante NPS de 82 pontos.



ESPECIAL
FRANCHISING

MIDAS

Como vê o papel da inovação tecnológica no sector automóvel e como estão a integrar estas inovações nas vossas operações e serviços?

Na perspectiva da electrificação, temos investido na formação das equipas técnicas para os vários níveis de manutenção de veículos híbridos e eléctricos, de forma a estarmos na linha da frente do serviço oferecido aos clientes. Trabalhamos com equipamentos de diagnóstico de última geração e, na operação diária, todos os processos são digitais.

Com o panorama do franchising em Portugal a crescer, que tendências vê para o futuro do sector? E de que forma a Midas se está a preparar?

A tendência continuará a ser de crescimento, quer em número de franqueados, quer em número de marcas em franchising. Uma das inúmeras vantagens do franchising, enquanto modelo de negócio, é garantir maior rapidez na implementação e na concretização do plano de negócio, fruto da força e do know-how da marca. A Midas é líder mundial em franchising na sua área de actividade e, porque pretende manter esta posição, aposta num acompanhamento e ajuste permanente das seus procedimentos e estratégias de negócio a novas realidades económicas e/ou sociais.

Que tipo de suporte a Midas oferece aos potenciais franqueados que estão interessados em abrir uma nova unidade? Existe algum tipo de assistência para ajudar no processo de integração e arranque?

A Midas investe de forma particularmente especial na construção de re-



» Pedro Soares,
Expansion
Manager
da Midas

lações a longo prazo, desde o momento zero. De facto, o nosso apoio é integral, desde esse primeiro contacto. O que oferecemos aos nossos franqueados é um serviço completo para a implementação do seu negócio, sendo de destacar o apoio na identificação e negociação do local, bem como no processo de recrutamento, selecção e formação da equipa.

Qual é a importância da experiência do cliente para a Midas e como é que a empresa trabalha para melhorar continuamente a satisfação dos seus clientes?

“Deixe-nos a sua chave, nós tratamos de tudo”. Com esta assinatura, asseguramos aos nossos clientes que podem confiar na Midas para garantir o bom funcionamento das suas viaturas, que não necessitam de se preocupar com mais nada. A satisfação de cada cliente está no cerne do nosso modelo de negócio, é para ela que trabalhamos. Na Midas, estamos focados em superar as expectativas de cada cliente que recorre às nossas oficinas.

MIDAS

Quais os planos da Midas para a expansão futura em Portugal? Há regiões específicas que a empresa está a considerar para novas aberturas?

Sob a nova gestão do Grupo Salvador Caetano, reforçou-se a aposta no crescimento da rede e na sua implantação, mantendo a essência da origem da marca, com o modelo de franchising. A força deste modelo de negócio assenta no compromisso entre master franchise e franqueado, na mesma medida. Em termos práticos, juntamente com os parceiros certos, vamos levar a Midas ao maior número possível de locais em Portugal, de modo que os nossos serviços possam ajudar cada vez mais condutores nacionais.

Por último, que conselhos daria a alguém que está a considerar investir no franchising da Midas? O que deve procurar e o que deve estar preparado para enfrentar?

O franchising Midas distingue-se pelo suporte que o master franchise dá a todo o negócio ao longo da duração do contrato. O compromisso e implicação mútuos são determinantes na diferenciação desta parceria, sentindo o franqueado que o negócio é realmente de ambos. O franqueado Midas tem de estar capacitado para investir na implementação da sua oficina, sendo que, da nossa parte, orientamos, aconselhamos e monitorizamos todo o processo de construção do negócio. O meu conselho é: fale connosco, conheça a nossa dinâmica de negócio e vamos trabalhar juntos para construir a melhor solução. Não se esqueça, a chave do seu sucesso é Midas! ●

A CHAVE DO SEU SUCESSO É MIDAS.

mīDAS



**Líder mundial em
franchising de oficinas**



Risco controlado



Formação e acompanhamento permanente



Ferramentas de gestão de última geração



Formação técnica e apoio na gestão



Protocolos comerciais e acordos de compras



Marketing e comunicação

Saiba mais aqui



WALL STREET

UMA ESCOLA DIFERENCIADORA

O WALL STREET ENGLISH PROCURA PARCEIROS COM UM ESPÍRITO EMPREENDEDOR, EXPERIÊNCIA NA ÁREA DA FORMAÇÃO E ALGUMA LIGAÇÃO COM A LÍNGUA

Em 2024, o Wall Street English conquistou, pelo nono ano consecutivo, o Prémio Cinco Estrelas, atribuído pelos consumidores. Em Portugal há quase 30 anos, a marca afirma-se como líder no ensino de inglês pela superioridade do seu produto, pela qualidade do serviço dos docentes e pela dedicação e profissionalismo da sua equipa de gestão.

A estratégia da marca tem assentado, em grande parte, num investimento contínuo no método de ensino único que já formou mais de 300.000 alunos em Portugal e que diferencia esta escola de todas as outras e, também, do sistema de ensino tradicional.

Fazer parte da rede de centros de inglês do Wall Street English, significa poder oferecer cursos em que é possível alternar entre aulas presenciais e online, consoante a vontade dos alunos, com horários flexíveis e com resultados garantidos. É ter acesso a uma plataforma interactiva com aulas multimédia, centenas de exercícios e manuais digitais que permitem ensinar em regime blended, ou seja, articulando a melhor tecnologia com as aulas presenciais, com Professores, também eles formados continuamente de acordo com os padrões de qualidade da marca internacional.



Com 35 escolas de inglês em Portugal e um centro 100% online, que cobre todo o território nacional, actualmente, 21 escolas são franquizadas que puderam contar com a marca para montar um plano de negócios com

rentabilidade garantida pela elevada procura registada em Portugal por aprender a língua, pelo peso da própria marca no mercado português e por todo o suporte operacional, comercial, de marketing e sistemas que é



OFERTA

FAZER PARTE DA REDE DE CENTROS DE INGLÊS DO WALL STREET ENGLISH, SIGNIFICA PODER OFERECER CURSOS EM QUE É POSSÍVEL ALTERNAR ENTRE AULAS PRESENCIAIS E ONLINE, CONSOANTE A VONTADE DOS ALUNOS, COM HORÁRIOS FLEXÍVEIS E COM RESULTADOS GARANTIDOS



» Wall Street - Braga



» Wall Street - Braga



» Wall Street - Santarém

implementado em conjunto com a rede nacional.

O Wall Street English procura parceiros com um espírito empreendedor, experiência na área da formação e alguma ligação com a língua para que, numa visão

estratégica conjunta, seja possível levar a novas cidades aquele que considera ser o método mais completo e flexível para aprender inglês em Portugal.

Recentemente, para responder ao confinamento e poder lançar cursos que permitissem que os alunos estudassem em ambiente 100% online, a marca disponibilizou à sua rede mais uma plataforma exclusiva, a digital classroom, onde foi possível replicar as aulas com professores, com todos os materiais didáticos integrados e ainda novas funcionalidades. Implementado em menos de um mês, este investimento foi fundamental para que todos os centros saíssem reforçados da pandemia sendo que, desde o ano passado, que estão praticamente todos a crescer.

E se o ensino 100% online podia parecer uma ameaça para as localizações físicas da marca, na verdade, a possibilidade de

alternar entre aulas presenciais e online só fez com que as escolas conseguissem atrair mais alunos. Os centros franquizados do Algarve, nomeadamente de Faro e Portimão, por exemplo, conseguiram expandir a oferta das aulas para toda a região. Sónia Martins, responsável pela gestão destes centros de inglês, conta-nos que: “inicie o meu percurso profissional no Wall Street English há 13 anos, passando por vários departamentos e especializando-me em vendas e gestão de equipas. Este ano, aceitei o desafio de gerir as escolas do Algarve que, com um ecossistema único e diferenciado, representa



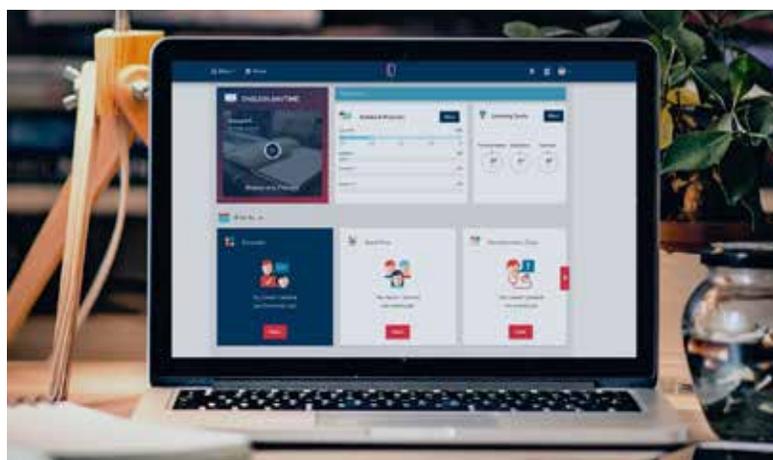
ESPECIAL
FRANCHISING

WALL STREET



» Wall Street - Alverca

» Sónia Martins,
responsável
pela gestão
dos centros
do Algarve



imensas oportunidades para a nossa marca: tanto na formação de alunos, como de professores.”

Sónia Martins junta-se ao franquiado que detém, para além destes, os centros de inglês de Torres Vedras, Santarém e Alverca. Décio Simões, tal como Sónia, antes de se tornar franquiado, trabalhou vários anos na equipa de gestão da

marca, em Portugal, mas decidiu investir no negócio cujos moldes bem conhecia: “temos o melhor produto e tecnologia do mercado, com uma marca líder e multinacional, preparada para se adaptar às necessidades dos clientes e de inovar no sentido de otimizar a experiência de aprendizagem da língua e o aproveitamento dos

alunos, com uma oportunidade de rentabilidade muito interessante para os franquiados. Em Outubro, vamos inaugurar um novo centro de inglês, desta vez, na Malveira.”

Também este ano, a norte, houve alterações na rede, tendo Nuno Vieira, já à frente das escolas da Maia e Gondomar, absorvido a gestão dos centros de inglês de Guimarães e Vila Nova de Famalicão. Por sua vez, o centro de inglês de Braga mudou de localização e ganhou instalações renovadas, ficando este centro de inglês a cargo da gestão da marca.

Num ano em que foi possível sentir uma desaceleração no consumo, os portugueses continuaram a investir na formação em inglês e o Wall Street English continua a ampliar a sua rede de escolas, a aumentar o número de alunos e prevê terminar 2024 com uma faturação superior a 12M€. ●

Aprende inglês

ONDE ^E QUANDO QUISERES



INSCRIÇÕES ABERTAS TODO O ANO
EXPERIMENTA GRÁTIS

WSENGLISH.PT • 808 20 40 20

