

- Franchising volta ao Norte..... 2
- Vai investir no franchising?
4 tipos de franchisados com que deve falar..... 3
- Como abrir um franchising em Portugal 5
- 10 perguntas a fazer a franchisados..... 6
- Razões para abrir um negócio em franchising7
- 5 dicas para ser bem sucedido no franchising 8
- Como vender uma ideia a uma empresa9
- Divulgar um pequeno negócio 10
- Guia extra-simples para registar uma marca 11
- A não perder 12

EDITORIAL

Franchising? Porque não....

O Franchising moderno, denominado "Business Format Franchise" é uma forma de fazer negócio em "parceria" onde uma empresa com sucesso comprovado, concede a terceiros o direito de explorar os seus produtos e serviços, marca comercial e ainda usar os seus métodos de gestão, recebendo em troca contrapartidas financeiras. Mas como não há bela sem senão tenha presente que ser franchisado significa ter um negócio próprio, o que traz inúmeras implicações:

- Como todo o negócio envolve riscos que podem pôr em jogo as suas economias:
- Como empresário terá que trabalhar muito, em geral várias horas a mais do que num emprego e muitas vezes durante sábados, domingos e feriados e para tudo isto é fundamental ter o apoio da família.

Por onde começar?

- escolha o setor com que realmente se identifica e que as seja compatível com as suas características pessoais;
- lembre-se das exigências especiais de cada tipo de negócio, nomeadamente no que respeita às aptidões técnicas necessárias, e escolha aqueles que se adaptam ao seu ritmo de vida;
- faça um levantamento do capital próprio de que dispõe. Considere, por segurança, um máximo de 50% de financiamento para o negócio.
- Selecione, dentro do grupo de empresas escolhidas apenas aquelas que estejam dentro do seu limite de investimento.

E atenção, muita atenção, o contrato de Franchise é a peça final que deve espelhar com exatidão a relação franchisado-franchisor.

agosto 2016

AGENDA FISCAL

Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

● IRS
● IMI

● IRC
● IMT

● IVA
● IUC

● Imposto do Selo
● Benefícios Fiscais

Dia 10 ● IRS - Entrega da Declaração Mensal
 ● IVA - Entrega da Declaração Periódica
 € IVA - Pagamento do IVA

Dia 16 ● IRS - Entrega da Declaração Modelo 11
 ● IVA - Entrega da Declaração Periódica
 € IVA - Pagamento do IVA

Dia 22 ● IRS - Entrega das Importâncias Retidas
 ● IVA - Entrega da Declaração Modelo P2
 ● IVA - Entrega da Declaração Recapitulativa
 ● IVA - Entrega da Declaração Recapitulativa
 € IVA - Pagamento do IVA
 ● IS - Entrega da Importâncias Liquidadas

Dia 25 ● IVA - Comunicação faturas emitidas mês anterior

Dia 30 € IUC - Pagamento do Imposto Único de Circulação
 ● IVA - Entrega do Pedido de Restituição IVA

Tome nota

AS FRANQUIAS QUE SE DESTACARAM EM 2016 FORAM:

NYS COLLECTION - Marca americana de óculos

COXINHA DU CHEF - Rede de salgado com sabores inusitados

MULTICO

ISAS - Rede de soluções para o dia a dia

KOALACAR - Rede de higienização a seco de veículos

ESPAÇO R.I - Clínica de estética

UAU HAIR EXPRESS - Rede de salões de beleza

ESTÚDIO ANACÁ - Espaço de dança com mais de 30 modalidades

VIP HOUSE MAIS - Empresa de limpeza ecológica de ambientes



FRANCHISING VOLTA AO NORTE

O Porto Franchise está de volta à Invicta para uma segunda edição. No próximo dia 20 de outubro, vários empresários e potenciais empreendedores à procura de negócios a Norte rumam ao Sheraton Porto Hotel para um dia de networking e interação.

Na edição deste ano o conceito criado pelo IIF- Instituto de Informação em Franchising, que é também responsável pela maior feira de franchising do país, a Expofranchise, contará com uma área de exposição alargada, com corners de 6 metros quadrados para reuniões.

Entre os expositores já confirmados contam-se as marcas Century 21, Decisões e Soluções, DS Seguros, Interdomicílio, Le Kiosque à Pizzas, Minipreço, Meu Super, Tranquilidade Seguros, UmSeisUm e Well's.

Mas o evento não se fica por aqui. O Porto Franchise será também marcado pelas Speed Talks, um conjunto de intervenções de 15 minutos da responsabilidade da revista NEGÓCIOS & FRANCHISING que estarão integradas no espaço de reuniões e networking para esclarecer os empreendedores à procura de oportunidades de negócio sobre questões ligadas à Gestão, Franchising, Negócio, Expansão e Oportunidades.

As inscrições já abriram e são totalmente gratuitas. No próximo dia 20 de outubro todos os caminhos rumam ao Porto Franchise. De que está à espera para se inscrever?



VAI INVESTIR NO FRANCHISING? 4 TIPOS DE FRANCHISADOS COM QUEM DEVE FALAR

Um das melhores coisas que pode fazer antes de decidir investir num conceito de negócio em franchising é falar com outros empreendedores que já estiveram na mesma situação, sobretudo com aqueles que também já abriram um negócio em franchising. De acordo com a revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios, falar com outros franchisados é de extrema importância para conhecer a realidade de um negócio, já que estes são a maior fonte de informação de que um novo empreendedor precisa.

Segundo a revista brasileira, que cita a consultora especializada em retalho e franchising Angelina Stockler, existem quatro tipos de franchisados e é importante falar com todos eles.

● FRANCHISADO ANTIGO

Os franchisados mais antigos da rede “são os melhores para ajudar o empreendedor a entender como será a evolução do seu relacionamento com o franchisador”. Como explica a publicação, ao início é, habitualmente, tudo fantástico, mas é nas situações de maior dificuldade que se percebe que tipo de apoio é que

a rede está disposta a dar. Os franchisados mais antigos já terão passado por tudo isso e são os melhores para explicar como é que o seu franchisador procedeu.

● FRANCHISADO NOVO

Um novo franchisado, aquele que abriu a sua unidade há menos de um ano, é acima de tudo uma boa fonte de informação para entender que tipo de formação é oferecida pela rede durante o primeiro ano do negócio, aquele que é “o mais crítico” para um novo negócio.

● FRANCHISADOS DISTANTES DA REDE

De acordo com a revista, também é importante falar com aqueles franchisados que operam unidades longe da sede da rede. O objetivo deve ser entender quantas vezes é que um representante da rede procura visitar as unidades mais distantes e analisar o que precisa de ser melhorado.

● FRANCHISADOS PRÓXIMOS DA SEDE DA REDE

A publicação explica também que os novos franchisados devem falar com

aqueles que detêm unidades próximas da sede da rede e próximas de unidades próprias da marca. O objetivo deve ser entender se a marca trata esses franchisados como seus concorrentes ou se, por outro lado, presta o mesmo tipo de apoio e tratamento que é prestado a outros franchisados mais distantes.

“EXISTEM FRANCHISADORES QUE CANIBALIZAM AS UNIDADES QUE ESTÃO À SUA VOLTA, POR ISSO, É IMPORTANTE CONVERSAR COM FRANQUIAS QUE ESTEJAM NA MESMA CIDADE OU EM MUNICÍPIOS VIZINHOS DO FRANCHISADOR”, REVELA A CONSULTORA.

EDIÇÃO 2016



LEI GERAL TRIBUTÁRIA ESTATUTO DOS BENEFÍCIOS FISCAIS CÓDIGO DO IVA ■ CÓDIGO DO IRC CÓDIGO DO IRS






o essencial
em formato de bolso



VidaEconómica

R. Gonçalo Cristóvão, 14, r/c • 4000-263 PORTO

 <http://livraria.vidaeconomica.pt>  encomendas@vidaeconomica.pt  223 399 400

COMO ABRIR UM FRANCHISING EM PORTUGAL

Fique a saber como abrir um negócio de franchising em Portugal mesmo com um baixo investimento.

FRANCHISING: O QUE É?

O franchising é uma forma de negócio onde há um investimento na criação de parcerias entre investidores. O franchisor possui uma empresa valorizada e reputada no mercado, concedendo ao francheado, o outro investidor, a abertura de uma nova empresa com o mesmo nome pelo pagamento de direitos.

ESCOLHER A ÁREA

Deve escolher uma área do seu gosto. Existem contudo, algumas áreas que resistem melhor à recessão. Algumas das áreas mais recomendadas para a abertura de um negócio franchising são:

- reparação e manutenção automóvel,
- energias renováveis,
- nutrição,
- ginásios e fitness,
- serviços de emprego,
- alimentação saudável,
- saúde,
- cabeleireiros.

Avalie a marca, a sua concorrência e o mercado existente na área do negócio. Meça o seu público alvo e os riscos envolvidos.

ENTRAR EM CONTACTO

Uma vez escolhida a área e a marca em específico, a maior parte do trabalho está feita. Contacte com os franchisadores do seu interesse e solicite informações completas para responder a todas as suas dúvidas. Também pode contactar outros francheados para saber melhor da situação atual e futura do negócio.

ESCOLHER EQUIPA

Escolher uma equipa competente é tão importante como escolher uma boa área de negócio para o franchising. Encontre os colaboradores mais motivados e eficientes para o seu negócio.

ESCOLHER LOCALIZAÇÃO

Tem de escolher uma área bem localizada, com estacionamento, com grande afluência de pessoas, transportes públicos próximos e sem problemas registados por perto (ou concorrência). Pode recorrer à ajuda do franchisor para

escolher a melhor localização para o seu negócio de franchising.

INVESTIR

Segundo o Instituto de Informação em Franchising, deve possuir, para investimento inicial, 30% a 50% de capitais próprios. Será necessário apresentar um fundo de maneiço para os períodos iniciais de atividade, pelo que não deve pedir um financiamento elevado. Lembre-se: os ganhos podem demorar a entrar.

ASSINAR CONTRATO

Leia com atenção o contrato de franchising. Terá de respeitar todas as regras instituídas pelo franchisor sob pena do contrato terminar. Recorra a um advogado especialista em franchising se tiver dúvidas em cláusulas do contrato. Assine o contrato somente depois de garantir um local para o negócio e o financiamento bancário.

10 PERGUNTAS A FAZER A FRANCHISADORES



Existem muitas perguntas a fazer a franchisadores antes de começar um negócio de franchising. Se quer abrir um negócio de franchising em Portugal, estas são as perguntas essenciais a fazer aos donos da marca que pensa explorar.

Também deve fazer perguntas a si próprio antes de começar um negócio de franchising. Veja como encontrar um negócio de franchising compatível consigo.

QUAL É O CUSTO TOTAL DO FRANCHISING?

É fulcral saber qual o preço total de ter um negócio de franchising de pé e a funcionar. Peça os factos, puros e duros. Some todas as despesas: taxa de franquia, custo de edificação de negócio, IVA, fundo de maneio inicial necessário, etc.

QUAL A TAXA DE SUCESSO DOS FRANCHISADOS?

Cada caso é um caso, mas saber a percentagem de sucesso e insucesso de um negócio pode ser um incentivo à sua candidatura.

COMO ESTÁ ESTABELECIDO O NEGÓCIO E HÁ QUANTO TEMPO?

Precisa de saber sobre o funcionamento da marca a que se candidata. Se estiver assente no mercado há muito tempo, e solidamente, encontrou outro sinal positivo para abrir um franchising.

QUAIS OS PLANOS DE CRESCIMENTO DO NEGÓCIO?

É importante olhar para o passado e ao mesmo tempo para o futuro (principalmente para este). Peça ao franchisador uma pesquisa sobre a concorrência e a procura no seu mercado nos próximos

anos e imagine se o negócio que se presta a começar terá procura nos próximos 5 ou 10 anos (ou pelo menos durante a duração do contrato).

QUANTO TEMPO SERÁ NECESSÁRIO ATÉ OBTER LUCRO?

Uma pergunta decisiva a fazer diz respeito ao capital a injetar. Na maior parte dos casos é necessário investir dinheiro extra para cobrir despesas no início da exploração do negócio. Descubra qual a estimativa temporal para ter o negócio a render, sem necessidade de investimento/financiamento suplementar.

QUANTO DINHEIRO POSSO OBTER COM ESTE NEGÓCIO?

Não está a cometer o pecado da cobiça ao fazer esta pergunta. Os primeiros tempos serão de prejuízo, pelo que tem de saber se realmente compensa o investimento. Nunca é demasiado perguntar sobre custos e sobre ganhos ao franchisador.

QUE APOIO RECEBO DO FRANCHISADOR?

Contar com o apoio do franchisador pode ser um fator fundamental, sobretudo quando as coisas começam do zero, numa nova área operacional, e quando

custam a arrancar. Pergunte sobre a formação oferecida, o suporte legal e financeiro. Não deixe de fora as burocracias do negócio.

QUAL O MEU PAPEL COMO FRANCHISADO?

Saiba o que é esperado de si, nas suas tarefas diárias e responsabilidades mensais. Muitos negócios de franchising não requerem uma experiência específica, pelo que deve saber exatamente o seu papel para os próximos anos e se realmente tem o que é preciso para dar conta do recado.

QUAIS SÃO OS ERROS A EVITAR NO FRANCHISING?

O franchisador já viu por esta altura todos os tipos de erros que possam ser cometidos. Peça conselhos para a gestão inicial de um negócio de franchising.

O QUE POSSO FAZER PARA CHEGAR AO LUCRO RAPIDAMENTE?

Peça também conselhos sobre como chegar a mais clientes e ao sucesso mais rapidamente. Aprenda com os exemplos de sucesso do ramo de franchising e confira o seu toque pessoal ao negócio. Faça a sua magia para surpreender os franchisadores.

RAZÕES PARA ABRIR UM NEGÓCIO EM FRANCHISING

ESTÁ A PENSAR ABRIR UM NEGÓCIO?

As opções são variadas. Pode escolher começar do zero, comprar um negócio já existente, tornar-se parceiro ou sócio de uma empresa ou então abrir um negócio em franchising. Em qualquer uma das opções, tenha consciência de que vai correr riscos. Mas o franchising é o único modelo que lhe permite ter acesso a experiências de quem já construiu algo do zero.

Enquanto gestora do Gofranchising, ao longo dos anos fui recebendo questões de empreendedores que têm ainda muitas dúvidas sobre este modelo de expansão. É natural e importante que elas surjam da mesma forma que devem ser esclarecidas.

“SERÁ QUE NÃO É PREFERÍVEL ABRIR UM NEGÓCIO IGUAL MAS EM MEU NOME, EM VEZ DE TER DE PAGAR A UMA MARCA PARA O FAZER?”

Esta é a principal questão. As pessoas perguntam-se pelas vantagens de abrir algo que pode ser replicável por elas. Mas será que pode?

Não se trata apenas de uma questão legal, mas sim de know-how. Você tem?

1. MARCA

Começar do zero implica criar um nome, uma marca, desenhar um conceito e conseguir o reconhecimento dos clientes e este processo pode levar alguns anos até que consiga o sucesso desejado. No franchising, as marcas permitem que tenha acesso aos segredos de todo

este processo, em poucos dias, antes da abertura do seu negócio. Quando abrir portas já estará preparado e a usufruir de um nome que é reconhecido e já faz sucesso no mercado.

2. IMAGEM

Quando adquire um franchising está também a adquirir a imagem da marca. Terá acesso a materiais gráficos que utilizará no dia-a-dia do seu negócio como o logótipo ou os cartões-de-visita e no caso dos franchisings com loja ou escritório, terá ainda um layout desenvolvido por especialistas para que o seu espaço seja igual a todos os outros da marca.

3. FORMAÇÃO

A marca já tem sucesso no mercado mas o sucesso da sua loja ou do seu negócio estará também dependente de si e do seu esforço. É por isso que as marcas se preocupam em fornecer formação inicial e na maioria das vezes, contínua, aos seus franchisados. Dias antes da abertura do negócio as marcas prestam formação com o objectivo de partilhar e proporcionar experiências importantes para o negócio. Por exemplo, como utilizar maquinarias, dispor produtos, técnicas de venda, relação com os clientes ou até sobre o software de gestão.

4. SUPORTE

E se surgir um problema ou precisar de alguma coisa? Num negócio em que está a começar do zero, normalmente, tem de decidir por si com base na sua intuição, esperando que dê certo. No franchising as marcas oferecem suporte e terá apoio sempre que surgir algum imprevisto.

5. RENTABILIDADE

Uma vez que já teve acesso a todo o know-how da marca e já está preparado para os obstáculos e desafios que pode encontrar, torna-se muito mais fácil atingir o break-even-point (ponto de equilíbrio), ou seja o momento em que as receitas cobrem as despesas do seu negócio e já começa a ter rentabilidade.

O franchising surgiu como uma fórmula de expansão para os negócios que já estão implementados e têm sucesso no mercado com resultados comprovados. É uma forma de permitir que empreendedores ou por exemplo, desempregados, possam iniciar um negócio próprio com menor risco.

Segundo alguns estudos internacionais, a taxa de sobrevivência a 5 anos de um negócio em franchising ronda os 90% contra os cerca de 15% de um negócio individual.

Franchise

DICAS PARA SER BEM-SUCEDIDO NO FRANCHISING

QUEM O DIZ É A 'THE FRANCHISE MAGAZINE': SE SEMPRE SONHOU TER UM NEGÓCIO PRÓPRIO, NÃO PODE DESCARTAR A IDEIA DE INICIAR-SE NO FRANCHISING! PARA ALÉM DE PODER SER O SEU PRÓPRIO CHEFE, ESTE MODELO DE NEGÓCIO OFERECE-LHE APOIO NAS QUESTÕES QUE SÃO MAIS COMPLEXAS PARA QUALQUER NOVO EMPRESÁRIO.

De acordo com a revista, nove em cada 10 detentores de unidades de franchising garantem que recomendariam o investimento no formato a qualquer novo empreendedor. É no entanto importante lembrar que o sucesso de uma unidade depende sempre do esforço que o francheado coloca no negócio. Estas são as dicas que, segundo a publicação, o ajudarão a atingir o sucesso.

ENTENDER O TAMANHO DO SETOR

A indústria do franchising gera cerca de 14,7 mil milhões de libras anuais no PIB britânico e deverá continuar a crescer nos próximos anos.

NÃO SE FOCHE NO SETOR DO NEGÓCIO

De acordo com a revista, "não interessa quais são as competências que acha

que tem ou a sua experiência" no que diz respeito à escolha do setor de negócio. Apesar de a experiência ser importante, toda as marcas de franchising providenciam formação aos novos francheados.

GARANTA OS SEUS DIREITOS

Como francheado, terá que assinar um contrato com o francheador. Olhe para as letras pequenas, para garantir que todos os seus direitos estão assegurados.

TEVE UMA IDEIA PARA UMA MARCA, MAS SERÁ QUE JÁ EXISTE?

Em mais um passo rumo à facilitação do acesso a serviços públicos online, foi criada uma base de dados de consulta gratuita ao registo de marcas.

Neste caso, o âmbito da iniciativa faz-se à escala da União Europeia. O nome da nova base de dados é TMView e permite aceder ao registo de mais de 5 milhões de pedidos e de registo de marcas.

Este mega base de dados destina-se a incluir a totalidade de informação relevante ao nível da UE. Assim, será possível aceder as bases de dados de institutos de propriedade intelectual de diferentes países.

Recorde-se que em Portugal é o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) que se responsabiliza por esta área.

INDEPENDENTE

A newsletter do profissional liberal



COMO VENDER UMA IDEIA A UMA EMPRESA

PARA VENDER UMA IDEIA A UMA EMPRESA É PRECISO FAZER UM PITCH: UMA APRESENTAÇÃO BREVE E MARCANTE QUE CONQUISTE OS INVESTIDORES.

COMO FAZER UM PITCH DE SUCESSO

As regras de etiqueta do pitch dizem que este deve ser objetivo, direto ao assunto. Em 2 ou 3 minutos a apresentação deve estar feita e todos a devem conseguir perceber.

ORALIDADE

Um pitch não funciona oralmente da mesma forma como é escrito. Ele deve ser adotado a um contexto de conversa e não estar preso a um texto.

FALAR O ESSENCIAL

Se já vimos que falar muito é um erro, agora interessa sublinhar que os pontos básicos do projeto e as vantagens para o investidor têm de estar na ponta da língua. O pitch tem de ser estruturado e bem estudado para responder ao que é pedido.

FALAR SIMPLES MAS CORRETAMENTE

O pitch pode ser treinado ao espelho ou perante uma audiência, para depois, no

momento da verdade, ganhar fluência. Interessa passar a mensagem claramente, como se fosse contada a um amigo (com simplicidade e energia).

OPORTUNIDADE

Toda a ideia tem de responder a uma oportunidade de mercado. Pode começar a vender a sua ideia mencionando a oportunidade a explorar. Existe uma necessidade e um mercado alvo na sua ideia, e estes têm de ser mencionados.

INTERROGAR

É importante mostrar a solução para um problema. Isto pode ser dado depois de se fazer uma pergunta ao investidor, para tornar o pitch mais interativo. Ao divulgar a solução está a expor o seu produto/serviço.

COMPARAR

Outra regra de ouro passa por destacar as vantagens relativamente à concorrência. Sem inovação ou diferenciação competitiva, a ideia está condenada ao esquecimento.

POTENCIAL

Merece ser enaltecido o potencial de negócio. Nesta parte os números têm de estar bem decorados. Será este o trunfo a jogar ao vender a sua ideia. Se for questionado, o empreendedor deve ter um plano de negócios na cabeça, assim como o valor do investimento necessário.



DIVULGAR UM PEQUENO NEGÓCIO

CONHEÇA ALGUMAS FORMAS 'LOW COST' DE DAR A CONHECER O SEU PEQUENO NEGÓCIO E CONSEGUIR CATIVAR MAIS CLIENTES.

Para muitas pessoas, ter um atividade, à parte do seu emprego, é uma forma de aumentar os rendimentos mensais. Algumas ideias de atividades extra que pode fazer são: babysitting, cuidar de animais domésticos, passar roupa a ferro, fazer uns trabalhos de costura ou traduções. Qualquer que seja o serviço que ofereça para ganhar algum dinheiro, a parte mais difícil pode ser atrair clientes, ou seja, dar a conhecer o seu trabalho.

Existem algumas formas de espalhar a palavra sobre os serviços que presta e aumentar as hipóteses de ver a sua lista de clientes a crescer, como, por exemplo, distribuir panfletos, colocar anúncios em locais estratégicos ou distribuir cartões-de-visita. Aqui ficam algumas ideias de baixo orçamento para quem quer divulgar um pequeno negócio.

1. CRIAR E DISTRIBUIR PANFLETOS

Este é o primeiro passo para divulgar um pequeno negócio. Em primeiro lugar, é preciso criar o panfleto ou folheto com imagens e palavras que chamem à atenção do negócio e que contenha informação fundamental, como: quais os serviços, qual o preço, número de telefone, e-mail e outras informações relevantes. Depois, escolha algumas zonas-chave,

onde acredite que possa angariar clientes, e distribua os panfletos. Entre em algumas lojas ou cafés movimentados na zona e peça para deixar alguns panfletos.

TOME NOTA DESTA DICA: ● FAÇA UM ORÇAMENTO

Estas ideias são todas 'low cost', mas na maior parte dos casos implicam gastar algum dinheiro. Por isso, estabeleça um orçamento para gastar a divulgar o seu pequeno negócio e veja-o como um investimento que terá retorno. Decida o que pretende fazer e depois distribua uma verba para cada uma das ações.

2. FAÇA CARTÕES DE VISITA

Faça um cartão-de-visita atraente, mas sobretudo que contenha a informação mais importante, como os contactos, endereço de correio eletrónico e 'site' (se houver), para que os interessados saibam como contactar. Quando tiver o cartão, distribua-o a todas as pessoas que conhece. Nunca se sabe quando se cruzará com alguém que necessite dos seus serviços ou conheça alguém que deles precise.

3. TENHA UM 'BLOG' COM CONTEÚDOS RELEVANTES

O marketing de conteúdos é uma das melhores e mais baratas formas de criar uma relação duradoura com os clientes e também de atrair novos consumidores. Assim, uma ideia relevante é criar um blogue, onde passe a divulgar con-

teúdos, criados por si, onde se posiciona como especialista, que é capaz de dar solução aos problemas dos clientes. Para dar a conhecer esse blogue, é importante estar presente nas redes sociais, assim como utilizar técnicas de SEO – Search Engine Optimization, que ajudem a posicionar o blogue nos lugares cimeiros do motor de pesquisa do Google.

4. CRIE UMA PÁGINA NO 'FACEBOOK'

A presença nas redes sociais, principalmente o Facebook, é um passo obrigatório para quem quer divulgar um negócio. Em primeiro lugar, porque criar uma página nesta rede social é gratuito e depois porque muitos dos seus potenciais clientes podem estar no Facebook. Para criar interação e conseguir chegar a mais pessoas, é necessário dinamizar o perfil da página. Além de publicitar os seus serviços, coloque notícias que possam estar relacionadas com o negócio, lance debates e, se possível, conteúdo próprio que as pessoas possam querer ler e partilhar. Peça ajuda aos seus amigos para partilharem a sua página de Facebook e coloque alguns temas para discussão.

5. COLOQUE ANÚNCIOS EM CLASSIFICADOS

Uma outra forma de divulgar o seu pequeno negócio é colocando um anúncio em jornais de classificados 'online', como o OLX (na parte de serviços) ou o Ocasião.pt (na parte de emprego). É certo que, para colocar um anúncio numa destas plataformas, terá sempre de pagar uma comissão, mas o retorno poderá valer a pena.

GUIA EXTRA-SIMPLES PARA REGISTRAR UMA MARCA

Nos dias que correm, registar uma marca é um processo simples, que pode ser feito online através do site do Instituto Nacional para a Propriedade Industrial (INPI). Em apenas 7 passos, saiba como proteger a denominação da sua empresa, produto ou serviço de utilizações abusivas por parte da concorrência.

Quando se cria um produto, serviço ou empresa, um dos cuidados a ter é certificar-se de que a denominação que lhes deu se encontra devidamente protegida. Em Portugal, a utilização de uma denominação no mercado não é suficiente para ter valor legal, pelo que deve recorrer ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial para registar a sua marca. Pode fazê-lo presencialmente, mas sai mais barato registar online. Para saber como proceder, continue a ler.

PRESSUPOSTOS PARA DAR INÍCIO AO REGISTO:

- Verificar que não existe uma marca com a denominação que quer registar;
- Compreender os conceitos de marca nacional e de logotipo;
- Estar na posse de todos os dados pessoais ou da empresa requerente;
- Caso não se pretenda um registo apenas verbal, estar na posse de uma representação gráfica da marca ou logotipo (máximo de 8x8 cms e mínimo de 3 cms):

PARA REGISTRAR:

- 1.** Entre diretamente na página de pesquisas de marcas e patentes. Fazer uma pesquisa com o nome da marca que gostaria de registar, para verificar se a mesma já se encontra em utilização por outra entidade. Se não encontrou, são boas notícias, pode pedir o registo.
- 2.** Entrar diretamente na página de registos e clicar em “Carregue aqui para aceder ao registo de marcas online”.
- 3.** Selecionar “pedido de registo” e “continuar”. Selecionar marca nacional ou logotipo de acordo com o tipo de registo que pretende efetuar. Selecionar “continuar”.
- 4.** a) Selecionar o tipo de registo que pretende fazer: verbal (letras e/ou números simples), misto (nome e imagem ou nome constituído por letras ou números desenhados) ou figurativo (só imagem). Preencher todos os campos e selecionar “continuar”.

5.

Inserir o CAE e uma descrição dos produtos e serviços em que pretende utilizar a marca.

6.

Inserir os seus dados pessoais.

7.

Utilizar os dados de pagamento para efetuar o pagamento do seu registo.

O pedido será analisado e sujeito a oposição, isto é, outros particulares e empresas poderão opor-se ao registo da sua marca por considerarem que lesa os seus interesses (daí a importância da pesquisa prévia mencionada no ponto 1).

Caso seja aceite, o registo da marca é aprovado e fica sujeito a renovação, com pagamento de taxas, de 10 em 10 anos.

O INPI disponibiliza uma linha de apoio através da qual poderá esclarecer dúvidas através do 808 200 689 (9h00m às 17h00m).

INDEPENDENTE
A newsletter do profissional liberal

A NÃO PERDER

MARCAS COM DESTAQUE



MAIL BOXES ETC.®



Prénatal



DS
DECISÕES E SOLUÇÕES
CONSULTORIA IMOBILIÁRIA e FINANCEIRA



smöoy™
AUTHENTIC FROZEN YOGURT



DS
SEGUROS