

Procure a sua franquia

Nome Franquia Todos os sectores Qualquer Investimento

[Anterior](#)

[Seguinte](#)

Notícias

Crise reforça necessidade de novas soluções na área do ensino

Recursos

[Partilhar](#)

0 tweets

tweet

Opções

- Pedir informação
- Comentar
- Imprimir
- Mais notícias

Últimas Notícias

"Um despropósito tão grande num momento em que o sector precisa de parceiros"

Crise reforça necessidade de novas soluções na área do ensino

Primark também vai ter página de vendas online

Franchising marca presença na 14ª Feira do Empreendedor

Decisões e Soluções leva fás a Paris

IIIICO Obras duplica número de mediadores no primeiro semestre de 2011

Best Travel lança nova edição do programa Best24

[Lista completa](#)

Neste regresso do franchising, as empresas estão conscientes de que os próximos meses serão difíceis para os negócios em Portugal. Para as redes de franchising que operam no mercado de serviços, e concretamente na área do ensino e formação, o arranque de mais um ano lectivo (entre os dias 8 e 15 de Setembro) significa a introdução de uma nova dinâmica na actividade das unidades para garantir a sobrevivência dos negócios. A conjuntura actual obriga as empresas a reduzir custos, a ponderar investimentos e a reposicionar produtos ou serviços.

"Como existe menos dinheiro disponível, os consumidores tendem hoje a ser mais selectivos, procuram sobretudo produtos/serviços de utilidade imediata e inequívoca e com boa relação preço/qualidade", diz Sandra Romão, directora de franchising da rede de Ginásios da Educação Da Vinci.

Mas, "pesar de assistirmos a um cenário económico desfavorável, o mercado do apoio extracurricular continua a apresentar indicadores positivos que traduzem o investimento que os pais entendem fazer quanto ao percurso educativo dos seus educandos", refere.

Como estratégia para inverter a tendência de menor consumo, a marca optou por lançar, por exemplo, uma campanha que beneficia os clientes na aquisição dos manuais escolares neste ano lectivo de 2011/2012, oferecendo um desconto igual ao valor de aquisição de manuais escolares na inscrição num dos ginásios da rede.

Outra rede a operar na área da educação e formação, a School House, desenvolveu um sistema de pagamentos para os cursos e formações da marca, com base em parcelas mensais sem juros, "facilitando o pagamento aos alunos e formandos".

"Sabemos que o enquadramento socioeconómico na Europa não é o mais favorável para o mercado dos serviços, mas também temos consciência de que seria fundamental encontrar as melhores soluções para que a Schoolhouse vencesse esta fase", refere Pedro Tinoco, gestor do franchising. A marca aposta neste regresso às aulas num "mix de produto realmente atractivo na área da formação e que vai sem dúvida ao encontro das necessidades do mercado de trabalho".

Outras medidas ainda, como a redução de taxas de royalties ou isenção do pagamento durante o período inicial de contrato, são adoptadas por muitas empresas de franchising no último quadrimestre do ano, para fazer face à quebra de investimento, consequência das dificuldades na obtenção de financiamento e falta de apoio da banca no lançamento de start-ups.

Ainda este ano a Teen Academy lança uma medida de apoio/estímulo precisamente nesta área, ou seja, "uma redução da taxa de royalties à medida que a facturação da unidade vai crescendo", significando ainda para os novos parceiros de negócio uma diminuição do valor dos direitos de entrada em 10 mil euros.

"Relativamente à suposta quebra de procura dos nossos serviços, estamos confiantes, já que a área da educação está a ser muito valorizada pelas famílias. Arriscamos a dizer que a crise ainda reforça mais a necessidade de garantir uma boa escolaridade e o acesso a boas facilidades. Estamos optimistas em relação ao futuro", diz fonte da empresa.

"É possível que 2012 e 2013 sejam os piores anos para os negócios em Portugal, desde sempre. A forma de inverter a tendência é fornecer aos clientes (com fraca liquidez) a maior e melhor qualidade no mercado em que nos inserimos e com os preços mais baixos", alega Rui Pires, director-geral da Mathniversity.

"Acreditamos que só as marcas de franchising com conceitos e métodos muito bem estruturados e agilizados conseguirão sobreviver nos próximos dois anos, ou seja aquelas que podem descer o máximo os seus preços e fornecer a maior e melhor qualidade nos seus serviços, eu diria, esticar até onde a corda permite". Para 2012 a marca prevê um crescimento de 15%.

Pesquisa de notícias

Notícia

Secção Notícias



Sectores

- | | |
|-----------------------|--------------------------|
| Administração | Alimentação |
| Condomínios | Estética e Beleza |
| Calçados e Acessórios | Comércio Especializado |
| Decoração e Presentes | Ensino e Formação |
| Imobiliárias | Informática e Eletrónica |
| Limpeza e Conservação | Serviços para empresas |
| Óticas | Saúde e cuidado pessoal |
| Serviços Automotivos | Serviços especializados |
| Serviços financeiros | Moda |
| Viagens | |

Publicidade